The background is a vibrant mosaic. On the left, a large yellow sun with rays is depicted. To the right, a stylized white figure, possibly a person or a character, is shown in a dynamic pose. The entire scene is set against a red background with white and yellow accents.

FEMSA

Informe Anual 2007

Fortaleciendo Nuestro
Exitoso Esquema de Negocio



EXPANSION

Estratégica

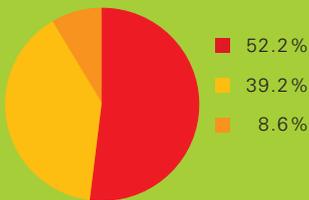
Nuestra plataforma integrada de bebidas nos permite operar múltiples mercados y categorías para servir mejor a nuestros clientes.

Cifras Sobresalientes

Millones de pesos del 2007	Millones de dólares 2007 ⁽¹⁾	2007	2006	% de variación	2005	% de variación
Ingresos totales	\$13,516	Ps. 147,556	Ps. 136,120	8.4	Ps. 119,462	13.9
Utilidad de operación	1,793	19,569	18,467	6.0	17,439	5.9
Utilidad neta	1,093	11,936	9,860	21.1	9,073	8.7
Utilidad neta mayoritaria	780	8,511	7,127	19.4	5,951	19.8
Utilidad neta minoritaria	313	3,425	2,733	25.3	3,122	(12.5)
Activos totales	15,187	165,795	154,516	7.3	139,823	10.5
Pasivos totales	6,975	76,142	76,308	(0.2)	65,425	16.6
Capital contable	8,212	89,653	78,208	14.6	74,398	5.1
Inversiones fijas	1,031	11,257	9,422	19.5	7,508	25.5
Valor en libros por acción ⁽²⁾	0.33	3.61	3.17	13.9	2.93	8.2
Utilidad neta por acción ⁽²⁾	0.04	0.48	0.40	20.0	0.33	21.2
Personal		105,020	97,770	7.4	90,731	7.8

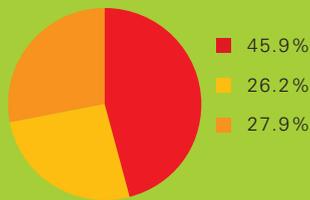
(1) Tipo de cambio de 10.9169 pesos por dólares americanos al 31 de diciembre del 2007 publicado por el Federal Reserve Bank of New York.
 (2) Información en pesos mexicanos, sobre la base del número de acciones en circulación, 17,891,131,350 para 2005, 2006 y 2007.

ACTIVOS TOTALES
millones de pesos del 2007
Ps. 165,795



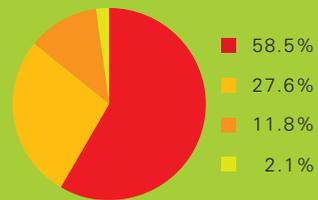
Coca-Cola FEMSA

INGRESOS TOTALES
millones de pesos del 2007
Ps. 147,556



FEMSA Cerveza

UTILIDAD DE OPERACION
millones de pesos del 2007
Ps. 19,569



FEMSA Comercio

Otros Negocios

Contactos para Información

DIRECTOR JURIDICO

Carlos E. Aldrete Ancira
General Anaya No. 601 Pte.
Colonia Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64410
Tel.: (52) 81 8328-6180

AUDITORES EXTERNOS

Deloitte
Representado por Galaz, Yamazaki,
Ruiz Urquiza, S.C.
Lázaro Cárdenas No. 2321 Pte.
Residencial San Agustín
Garza García, Nuevo León
México, C.P. 66220
Tel.: (52) 81 8133-7300

BOLSA DE VALORES Y SIMBOLO

Las acciones de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) en forma de unidades bajo los símbolos FEMSA UBD y FEMSA UB. Las unidades de FEMSA UBD también cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE) en la forma de ADRs, bajo el símbolo FMX.

BANCO DEPOSITARIO

The Bank of New York Mellon
Servicios a Inversionistas
P.O. Box 11258
Church Street Station
New York, NY 10286-1258
Llamadas sin costo desde Nueva York:
1 (888) BNY-ADRS
(269-2377)
Llamadas fuera de Estados Unidos: 201-680-6825
e-mail: shrrelations@bnymellon.com
Website: www.bnymellon.com/shareowner

RELACION CON INVERSIONISTAS

Juan Fonseca Serratos
Julieta Naranjo Fernández
Tel.: (52) 81 8328-6167
Fax: (52) 81 8328-6080
e-mail: investor@femsa.com.mx

COMUNICACION CORPORATIVA

Carolina Alvear Sevilla
Ericka De la Peña Ibarra
Tel.: (52) 81 8328-6046
Fax: (52) 81 8328-6117
e-mail: comunicacion@femsa.com

PARA MAYOR INFORMACION, VISITE NUESTRA PAGINA DE INTERNET EN:

www.femsa.com
www.femsa.com/investor





¿Cómo
construimos un
exitoso esquema
de negocio?



Un esquema que
nos diferencia de
los demás







Un esquema que nos
permite aprovechar
las oportunidades
de mercado

Una plataforma que
nos brinda una ventaja
competitiva







Un esquema que nos impulsa hacia una continua tendencia de crecimiento

ólo en 

AUTO



Bienvenido
altura máxima 2.40 m.





En FEMSA, nuestro negocio se ha forjado con base en excelentes productos y servicios que satisfacen las distintas necesidades de nuestros consumidores, brindándoles el producto correcto, en la presentación adecuada y en el momento preciso.





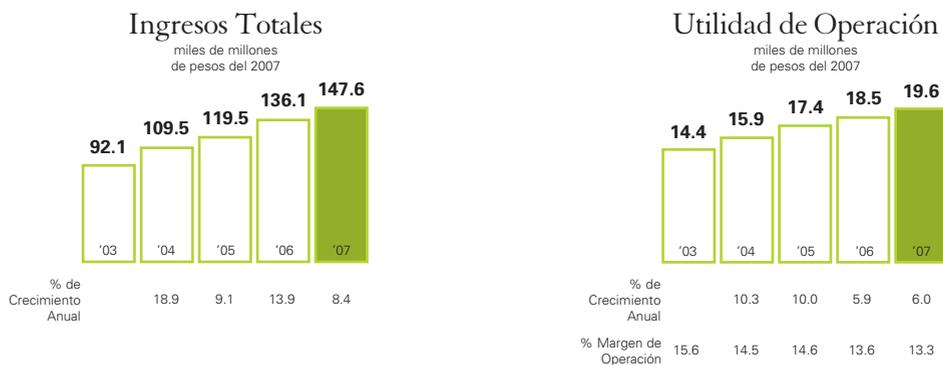
Visión

ESTRATEGICA

2007 mostró la fortaleza de nuestra estrategia integrada de bebidas. En un año de retos, logramos muy buenos resultados consolidados, al mismo tiempo que continuamos nuestro proceso para fortalecer nuestro esquema de negocio y marcas en todos los mercados, con una visión de largo plazo.

Estimados Accionistas:

2007 mostró la fortaleza de nuestra estrategia integrada de bebidas. En un año de retos, logramos muy buenos resultados consolidados, al mismo tiempo que continuamos nuestro proceso para fortalecer nuestro esquema de negocio y marcas en todos los mercados, con una visión de largo plazo. El sólido crecimiento de OXXO y Coca-Cola FEMSA compensó totalmente los menores resultados en el corto plazo de FEMSA Cerveza. De hecho, en la última década, nuestra plataforma integrada de bebidas se ha combinado para generar magníficos resultados, aumentando los ingresos totales, la utilidad de operación y el flujo operativo en dólares, a tasas de crecimiento anual compuesto de 17%, 16% y 15%, respectivamente.



En 2007, nuestros ingresos totales sumaron Ps. 147,556 millones (\$13,516 millones de dólares), un crecimiento de 8.4% comparado con 2006. La utilidad de operación ascendió a Ps. 19,569 millones (\$1,793 millones de dólares), 6% por encima de la cifra del año anterior. La utilidad neta aumentó 21.1% para llegar a Ps. 11,936 millones (\$1,093 millones de dólares), resultando en una ganancia de Ps. 2.38 por unidad de acciones (\$2.18 dólares por ADR).

En el año emprendimos varias iniciativas para desarrollar aún más nuestras marcas. Por ejemplo, para reforzar el valor de *Sol* y *Tecate*, lanzamos exitosamente *Sol Shot* en Brasil, *Sol Cero* en México y *Tecate Light* en el suroeste de Estados Unidos. También introdujimos con éxito *Coca-Cola Zero* en Argentina, México y Brasil, impulsando el crecimiento adicional en el volumen en la categoría de refrescos de cola.

Además, seguimos fortaleciendo nuestro esquema de negocio, para continuar compitiendo exitosamente en todos nuestros negocios integrados y en nuestro creciente número de territorios. Para estar un paso adelante de la demanda, en noviembre, anunciamos la construcción de dos nuevas plantas, una productora de cerveza y otra de envases de vidrio, en Meoqui, en el estado de Chihuahua, México, que nos permitirán atender la demanda futura de las operaciones de cerveza en México y de exportación. Estimamos arrancar operaciones en 2010.

Los excelentes resultados del año de Coca-Cola FEMSA, a pesar de los mayores costos de materias primas en la mayoría de nuestros territorios, reflejan el gran nivel de ejecución de este negocio. La habilidad para alcanzar nuestro objetivo de ofrecer una experiencia perfecta para cada consumidor, en cualquier ocasión, está basada en nuestra estrategia de segmentación de mercado, la cual reconoce que ninguno de nuestros consumidores, detallistas o competidores son iguales, por lo que segmentamos nuestros mercados con base en esta consideración.

El desempeño de las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Brasil, muestra nuestra habilidad para ejecutar efectivamente nuestra sofisticada estrategia de multi-segmentación. Hoy, estas operaciones representan el 14% del volumen total de ventas de Coca-Cola FEMSA, el 16% de sus ingresos consolidados y el 14% de la generación del flujo, en comparación con el 15%, 11% y 6%, respectivamente, en el 2004, un año después de que adquirimos estos activos.

Durante el año, nuestra excelente ejecución fue apoyada además, por el lanzamiento de nuevos productos. Como parte de nuestra estrategia de tres segmentos para refrescos de cola, lanzamos exitosamente en Argentina, México y Brasil, *Coca-Cola Zero*, una bebida sin calorías con el clásico sabor de *Coca-Cola*. Como resultado, logramos atraer a nuevos consumidores e impulsar un crecimiento en el volumen de ventas en esta categoría, incluyendo los volúmenes de *Coca-Cola* y *Coca-Cola Light*. Al cierre del año, *Coca-Cola Zero* representó más del 30% del volumen incremental de ventas de nuestro segmento de refrescos.

Gracias a nuestra sólida relación con The Coca-Cola Company, realizamos exitosamente dos transacciones: la compra conjunta de Jugos del Valle, uno de los productores líderes de jugos en México y Brasil, y la adquisición de REMIL, una franquicia de The Coca-Cola Company en Brasil.

Además de las sinergias potenciales, la adquisición de Jugos del Valle, impulsará nuestra estrategia de multi-categorías y nos convertirá en el productor más grande de bebidas no carbonatadas en la región, incrementando considerablemente nuestra posición en el segmento de bebidas con base en jugos, que está aún en desarrollo y que es el de más rápido crecimiento en Latinoamérica. La franquicia de REMIL incluye a Belo Horizonte, lo que añadirá aproximadamente 15 millones de consumidores potenciales y expandirá en más de un tercio nuestra posición en este creciente mercado brasileño.

En FEMSA Cerveza continuamos observando un difícil entorno en las materias primas, lo que presionó nuestras utilidades en el corto plazo, aún cuando continuamos avanzando con nuestros objetivos estratégicos de largo plazo. Estamos confiados del rumbo establecido y mantenemos el compromiso de control de costos, en el contexto de una visión de largo plazo para el fortalecimiento de nuestras marcas y la generación de un crecimiento sustentable.

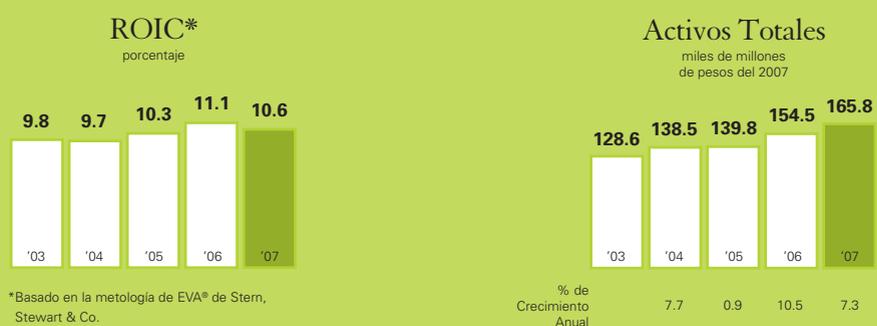
En México, nuestra segmentación de mercado e innovación de productos continuó impulsando un favorable consumo per cápita de nuestras marcas líderes *Sol* y *Tecate*, en particular entre consumidores jóvenes. En 2007, tan sólo en México, lanzamos 84 nuevos productos y presentaciones. Destacan *Sol Cero*, la primera cerveza sin alcohol producida en México; *Bohemia Obscura*, una cerveza super premium de cuerpo entero tipo Viena; *Carta Blanca Edición Especial*, que evoca nuestra tradición, herencia y calidad, así como *Dos Equis*, la primera cerveza mexicana, en botella de aluminio.

Por tercer año consecutivo, *Tecate Light* fue la marca de más rápido crecimiento de la industria cervecera mexicana. Su popularidad continúa creciendo en forma importante y a un mayor ritmo que sus competidores. Esta marca fortaleció la lealtad de nuestros consumidores del norte y noroeste de México y atrajo a nuevos consumidores en mercados donde estamos penetrando gradualmente. Además, demostró su popularidad entre consumidores jóvenes, mejorando su posición competitiva y su gran potencial en el largo plazo.

Continuamos nuestro esfuerzo permanente en reducción de costos y mejora de eficiencias. Vemos oportunidades de ahorros en todos nuestros negocios, incluyendo la distribución, ventas, abastecimientos, gastos generales y administrativos. Por ejemplo, luego de separar la distribución secundaria del proceso de ventas en FEMSA Cerveza, logramos incrementar la productividad y eficiencia en distribución, generando ahorros cercanos a \$10 millones de dólares.

En Brasil, seguimos avanzando en la dirección correcta, con un crecimiento en el volumen de ventas de 9.6%, por encima de la industria. Nuestro fortalecido portafolio de marcas generó resultados positivos, como la marca *Sol*, que representó el 9% de nuestra ventas, mientras que *Kaiser* creció de manera estable en diferentes mercados. De hecho, la nueva *Sol Shot* ganó el premio de mejor presentación de producto, por parte de IBOPE en Brasil.

En Estados Unidos, dado el enorme éxito y potencial de la relación con Heineken, extendimos 10 años más el convenio original. El nuevo acuerdo establece las bases para un fuerte crecimiento en volumen y desarrollo de marcas, impulsados por mayores inversiones en mercadotecnia, al mismo tiempo que proporciona atractivos términos económicos y de negocio para ambas compañías. Creemos que este convenio nos permitirá incrementar la participación de mercado en Estados Unidos. En 2007, por segundo año consecutivo, generamos un crecimiento de doble dígito en el volumen de ventas en este mercado, muy por encima de la categoría de cervezas de importación. Además, lanzamos exitosamente *Tecate Light* en el suroeste de ese país, vendiendo un millón de cajas en el año.



Por su parte, FEMSA Comercio logró un año espectacular en 2007. Incrementamos los ingresos y la utilidad de operación en 14.3% y 39.1%, respectivamente, al mismo tiempo que abrimos 716 nuevas tiendas para alcanzar un total de 5,563 establecimientos en México.

La clave de nuestro éxito es nuestra habilidad para abrir nuevas tiendas de manera rápida y exitosa, aproximadamente dos establecimientos por día. Hemos desarrollado internamente un sistema con datos demográficos específicos que nos ayuda a identificar la apropiada localización de tiendas, sus formatos y categorías de productos y servicios, que se ajustan al mercado meta.

La segmentación de mercado es también una herramienta estratégica de gran relevancia en OXXO. Para mejorar la experiencia de compra, incluyendo la imagen y percepción de nuestras tiendas, estamos empezando a segmentar nuestros establecimientos, con base en variables como ocasiones de consumo, niveles socioeconómicos y las dinámicas locales de mercado.

Como el vendedor de cerveza y refrescos de más rápido crecimiento en México, OXXO también brinda una plataforma estratégica para el crecimiento integrado de FEMSA, así como una valiosa transferencia de conocimientos. A través de nuestra rápida expansión, captamos información de mercado, de las preferencias locales y el surgimiento de nuevas tendencias. OXXO es también el principal cliente de FEMSA Cerveza, representando aproximadamente el 11% de su volumen de ventas en 2007.

Más allá de nuestros resultados operativos y financieros, siempre hemos estado comprometidos con los más altos estándares de gobierno corporativo y transparencia. Trabajamos consistentemente para alinear nuestros negocios con las nuevas tendencias de mejores prácticas, como las establecidas por la legislación U.S. Sabarnes-Oxley, lo que demuestra aún más nuestra cultura de integridad y disciplina.

Estamos comprometidos con nuestro papel como buen ciudadano corporativo. Trabajamos muy de cerca con nuestras comunidades en iniciativas que cumplen con sus necesidades particulares.

Por cuarto año consecutivo, el Centro Mexicano para la Filantropía, (CEMEFI), otorgó a todos los negocios de FEMSA el reconocimiento *Empresa Socialmente Responsable*. Este galardón es otorgado a empresas que desarrollan su actividad empresarial con base en principios éticos y valores, centrados en la dignidad de la persona, la transparencia y la conservación del medio ambiente.

Desde 2005, en FEMSA firmamos el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lo que nos compromete a incorporar sus 10 principios en nuestras actividades cotidianas.

Mantenemos el compromiso con nuestro recurso más valioso, nuestros colaboradores y sus familias. FEMSA existe y se desarrolla gracias a la pasión y el orgullo de generaciones de personas enfocadas en nuestro éxito. Por nuestra parte, estamos comprometidos al mejoramiento de sus habilidades y capacidades en toda la organización. Estoy orgulloso de contar con el mejor equipo, personas que disfrutan de su trabajo.

A nuestros accionistas, clientes y a los más de 100,000 hombres y mujeres de todo FEMSA, gracias por su constante apoyo. Celebramos la oportunidad de continuar trabajando en nuestro objetivo de generar valor para ustedes, ahora y en el futuro.



José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo

Restaurant



+ 200,000,000

consumidores en todos nuestros mercados

EXITOSA

Coca-Cola FEMSA

Ejecución

Nuestro objetivo es crear una experiencia perfecta para cada consumidor en cada punto de venta, esa es nuestra visión del éxito. Alcanzar esta meta depende de nuestra exitosa ejecución, nuestra habilidad para hacer cosas ordinarias de una forma extraordinaria todos los días.



Los sólidos resultados del 2007 reflejan, en gran medida, nuestro excelente nivel de ejecución, a pesar del ambiente de volatilidad en los precios de las materias primas. Los ingresos aumentaron 8.1%, para llegar a Ps. 69,251 millones, destacando las ventajas de nuestro, balanceado y geográficamente diversificado, portafolio de activos. La utilidad de operación creció 11.7%, alcanzando la cifra de Ps. 11,447 millones, impulsada por el incremento de doble dígito en nuestras operaciones de Centro y Suramérica y la estabilidad en México. La utilidad neta subió 30.5%, sumando Ps. 6,908 millones.

Segmentación de Mercado

Nuestra capacidad para ejecutar y lograr una óptima experiencia para cada uno de nuestros consumidores está basada en nuestra estrategia de segmentación de mercado.

En México, Colombia, Brasil y Argentina, aplicamos una sofisticada estrategia de multi-segmentación, que nos permite clasificar a nuestros clientes con base en variables como niveles socioeconómicos, ocasiones de consumo e intensidad competitiva, de tal modo que podemos brindar a cada uno de nuestros detallistas una oferta de productos de acuerdo a sus necesidades. También desarrollamos e implementamos una oferta de valor diferenciada, desde programas de incentivos por servicios especializados, hasta iniciativas que promueven la lealtad con cada detallista, para apoyar y alinear su ejecución de mercado de acuerdo con nuestras estrategias comerciales diseñadas totalmente a la medida de las características de cada territorio. Un ejemplo de lo anterior es Brasil, en donde tenemos un amplio portafolio que integra refrescos, bebidas no carbonatadas, jugos y cerveza, y hasta el más pequeño detalle está operado por estrategia, desde el posicionamiento de nuestros productos en los refrigeradores de nuestros detallistas, hasta el tipo de publicidad que se usa en el punto de venta para promocionarlos. Este tipo de excelente ejecución trajo grandes resultados y Brasil representó el 14% del volumen total, el 16% de los ingresos consolidados y el 14% del flujo de operación (EBITDA) de Coca-Cola FEMSA en el 2007.

Para adecuarnos a las condiciones de cada mercado y a los requerimientos específicos de cada cliente, continuamente desarrollamos formas más eficientes para servir a miles de nuestros detallistas. Ejecutamos diversos esquemas para ajustarnos a las dinámicas de los mercados y las necesidades de cada detallista, desde la pre-venta⁽¹⁾ y ventas convencionales⁽²⁾, con computadoras de mano, hasta rutas híbridas y entregas especializadas.

(1) El sistema pre-venta separa las ventas de las funciones de la entrega y permite a los vendedores comercializar los productos antes de la entrega de los mismos. En este caso los vehículos repartidores se cargan con la mezcla de productos que los clientes han pedido previamente.

(2) El repartidor de productos realiza las ventas en forma inmediata con el inventario disponible en el vehículo de transporte.



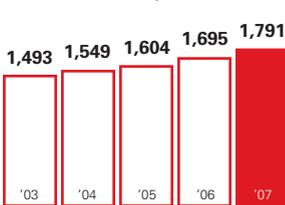
Nuestra capacidad para ejecutar y lograr un óptimo desempeño para cada uno de nuestros clientes, está basada en nuestra segmentación de mercado. En México, Brasil y Argentina, nuestra sofisticada estrategia de multi-segmentación agrupa a nuestros clientes en base a niveles socioeconómicos, ocasiones de consumo e intensidad competitiva, para brindarles una oferta a la medida.

Para competir efectivamente en nuestros territorios, también utilizamos un excelente sistema de inteligencia de mercado. Con este fin, desarrollamos y analizamos diversas fuentes de información y herramientas de medición especializadas, como el sistema de correcta ejecución diaria (RED) y el "Score Card". Luego consolidamos los datos de todas estas fuentes en un sistema de inteligencia que genera información relevante y en tiempo real para todas las personas, de tal forma que puedan tomar decisiones con base en datos específicos y en un adecuado seguimiento a la efectividad de nuestros programas. Actualmente, nuestra base de datos es una de las más grandes del mundo, procesando 12.2 millones de transacciones cada día.

Relaciones Firmes

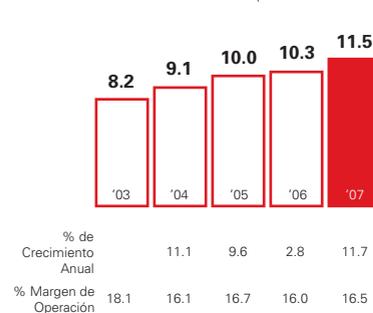
Nuestro desempeño es fortalecido con la favorable relación de trabajo que mantenemos con The Coca-Cola Company. Lo anterior se ejemplifica en dos transacciones: la adquisición conjunta de Jugos del Valle y la compra de REMIL, una franquicia de The Coca-Cola Company en Brasil.

Volumen de Refrescos



*Una caja unidad equivale a 24 botellas de 8 oz.

Utilidad de Operación



En noviembre, Coca-Cola FEMSA y The Coca Cola Company adquirieron Jugos del Valle, uno de los productores líderes de jugos en México y Brasil, a través de una nueva co-inversión. Además de las potenciales sinergias, esta adquisición nos permite avanzar en nuestra estrategia de multi-segmentación y nos posiciona como el más grande productor de bebidas no carbonatadas en la región, aumentando considerablemente la presencia de nuestra compañía en el segmento de jugos, que es el de más rápido crecimiento en Latinoamérica, pero que aún está poco desarrollado.

Estamos comprando a The Coca-Cola Company la franquicia de REMIL, ubicada en el estado de Minas Gerais. Este territorio incluye a Belo Horizonte, la tercera ciudad más importante de Brasil, lo que incrementará en más de una tercera parte nuestra posición en uno de los mercados en crecimiento más dinámicos.

Es importante destacar que nada de esto hubiera sido posible sin el talento y dedicación de nuestro personal. Más de 58,000 personas con las habilidades y capacidades correctas, con la motivación y el enfoque hasta en los más pequeños detalles, para tener una excelente y disciplinada ejecución. Todos los días, nuestro equipo atiende aproximadamente a 1.5 millones de detallistas y a más de 200 millones de consumidores a lo largo de los nueve países de América Latina donde tenemos operaciones.

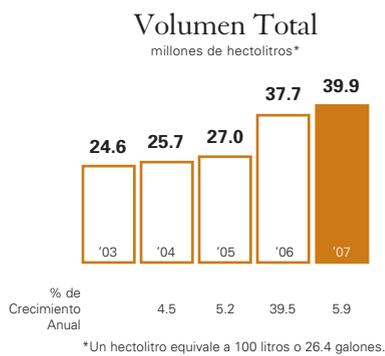
FEMSA Cerveza

Innovación

En 2007, continuamos desarrollando el valor de nuestras marcas en todos nuestros principales mercados, segmentando y sirviendo mejor a nuestros clientes, innovando constantemente nuestro portafolio de marcas, reinvertiendo en nuestro negocio y mejorando nuestra eficiencia operativa.

Avanzando en un Año Lleno de Retos

En 2007 continuamos avanzando en nuestra estrategia de largo plazo, a pesar de las fuertes presiones que enfrentamos durante todo el año. En el corto plazo tuvimos grandes aumentos en algunas materias primas, particularmente en el aluminio, en la primera mitad del año y en granos, en la segunda mitad, lo que presionó nuestros márgenes brutos. El entorno competitivo en México fue muy intenso, lo que limitó nuestra capacidad para ajustar los precios al inicio del 2007. Sin embargo, a pesar de estos obstáculos, seguimos avanzando en nuestros objetivos estratégicos de largo plazo, como en el continuo fortalecimiento de nuestras marcas en los principales mercados en México, Brasil y en la categoría de cervezas importadas de los Estados Unidos, cerrando el año con una mejor posición competitiva en cada uno de ellos. Como resultado de todo lo anterior, nuestros ingresos aumentaron 4.3% para llegar a Ps. 39,566 millones, mientras que la utilidad de operación se redujo 11.7%, sumando Ps. 5,404 millones.



Avanzando en Nuestra Estrategia de Largo Plazo

Nuestra estrategia está basada en el fortalecimiento del valor de nuestras marcas; el conocimiento de nuestros consumidores y la capacidad para segmentarlos y servirlos; en la generación de innovaciones para mantener nuestro portafolio y la categoría de cervezas siempre presentes en la mente de los consumidores, y en nuestro esfuerzo permanente para generar eficiencias, mejorar nuestra estructura de costos y, en general, de ser capaces de hacer más con menos.



84

nuevos productos y presentaciones lanzadas
tan sólo en México durante 2007

Desarrollando Nuestras Marcas

Estamos convencidos que en cada uno de nuestros mercados clave, nuestro portafolio de marcas goza de un buen momento, pero es necesario un continuo impulso para seguir mejorando nuestra posición competitiva. Las marcas en diferentes fases de desarrollo requieren diversas formas y niveles de apoyo. Sin embargo, podemos aprender del éxito que sigue teniendo *Tecate Light*, la marca líder en el segmento light en México, y aplicar esa experiencia en lo que hacemos con *Dos Equis* en los Estados Unidos o con *Sol* en Brasil. En todos estos casos, estamos complacidos con la forma en que estas marcas han crecido y se han desarrollado, por lo que estamos firmemente comprometidos a continuar con esta iniciativa de largo plazo.

Mejorando la Segmentación y el Esquema de Servir al Mercado

Estamos desarrollando una significativa base de conocimiento de nuestros consumidores de bebidas, en todos los mercados, que va más allá de criterios tradicionales como niveles socioeconómicos, edad o género, enfocándose en las características psicológicas que motivan a un consumidor a elegir una bebida o una marca sobre otra, en una determinada ocasión de consumo. Continuamos adecuando y afinando nuestro esquema de segmentación para servir mejor a nuestra base de consumidores que está en constante evolución.

También estamos avanzando en la capacidad para segmentar a nuestros detallistas mediante el diseño y la implementación de estrategias de mercadeo a la medida en el punto de venta. Estamos adecuando las formas de servir al mercado, desde la preventa, hasta ventas por teléfono y pedidos electrónicos, a fin de atender en forma más eficiente las necesidades de nuestros detallistas. Por ejemplo, 806 de las tiendas OXXO implementaron los pedidos electrónicos en 2007. La meta es cubrir con esta herramienta más de dos terceras partes de los establecimientos de esta cadena en 2008.

Innovación Continua

La innovación es el componente clave de nuestra estrategia. Mantenemos el atractivo, la frescura y la satisfacción de nuestras marcas para nuestros consumidores. En 2007, tan sólo en México introdujimos 84 nuevos productos y presentaciones. Destacan: *Sol Cero*, la primera cerveza sin alcohol producida en México; *Bohemia Obscura*, una cerveza de cuerpo robusto súper premium y de estilo Viena, gracias a la particular mezcla de maltas acarameladas; *Carta Blanca Edición Especial*, una cerveza que evoca los atributos de herencia, tradición, calidad de nuestra cerveza original de 1890; y la primera cerveza mexicana en botella de aluminio, *Dos Equis*. También lanzamos *Sol Shot*, una presentación de 250 mililitros de nuestra cerveza insignia *Sol*, que está impulsando su tendencia de consumo en Brasil, además de *Tecate Light* en los Estados Unidos.

En 2007, *Tecate Light* fue, por tercer año consecutivo, la marca de más rápido crecimiento de la industria cervecera mexicana. El valor de la marca creció dramáticamente a un ritmo mucho mayor que el de sus principales competidores. La marca también fortaleció la lealtad de sus actuales consumidores en el norte y el noroeste de México, además de atraer a nuevos consumidores en territorios donde estamos penetrando gradualmente el mercado.

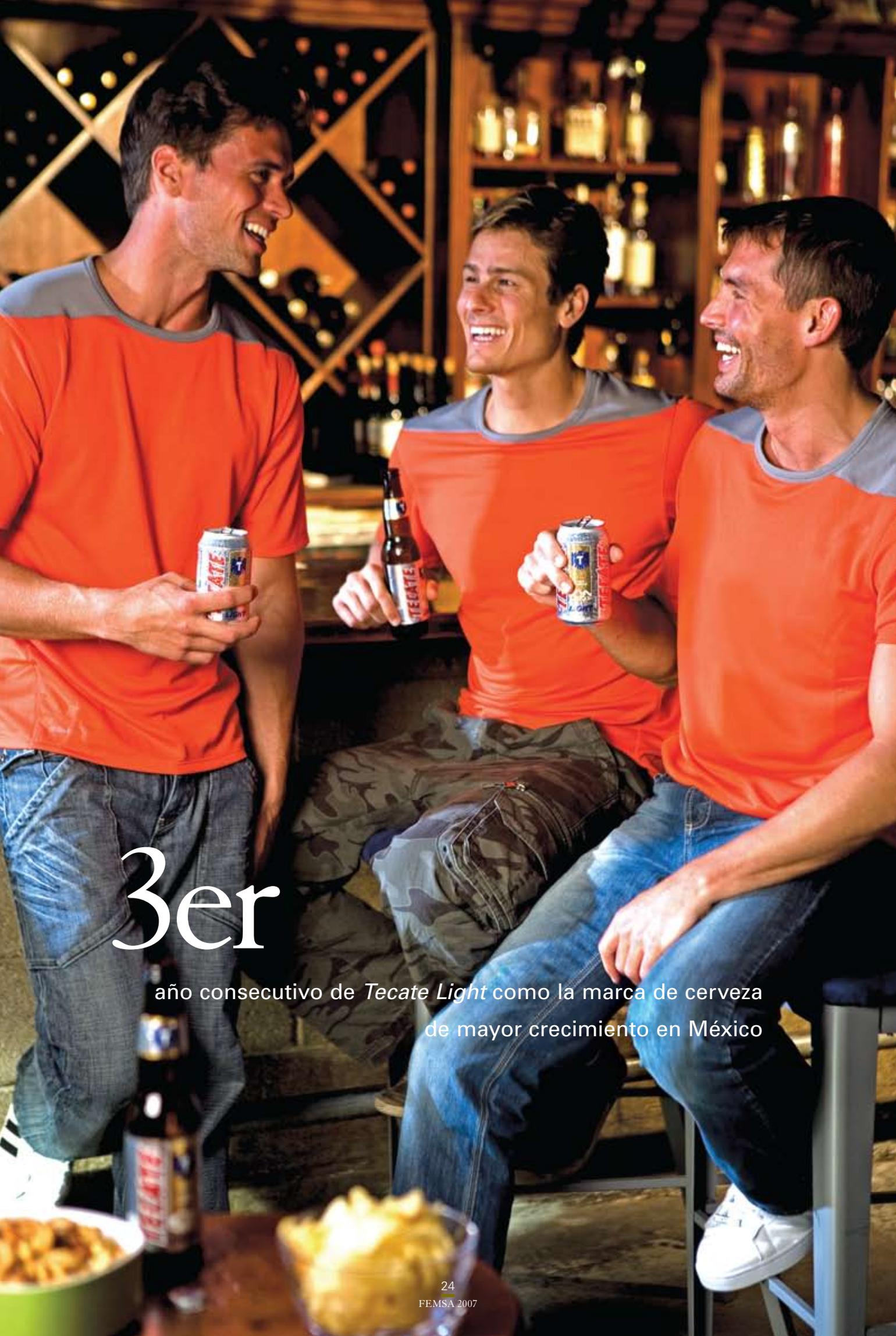
Durante 2007, una vez más emprendimos una nueva modalidad en la industria con *Sol Lab*. Mediante este proyecto, los consumidores participaron y decidieron sobre el desarrollo real de una nueva cerveza, eligiendo sobre aspectos como prototipos de líquidos, diseño del empaque, publicidad y promociones. Este proyecto no sólo captó la atención de nuevos

La innovación es lo que nos diferencia de los demás. Aseguramos el atractivo, la frescura y la satisfacción de nuestras marcas para el gusto del consumidor. Entre nuestros exitosos nuevos productos, destaca el lanzamiento de *Sol Cero*, la primera cerveza sin alcohol producida en México; y *Sol 2*, la primera marca de cerveza creada por el consumidor. *Sol Cero* y *Sol 2* demuestran nuestro compromiso por satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.



CREADA POR TI.

WWW.SOL-LAB.COM.MX



3er

año consecutivo de *Tecate Light* como la marca de cerveza de mayor crecimiento en México

consumidores de *Sol*, sino que además incrementó la popularidad de esta marca entre una gama de consumidores jóvenes. Con base directamente en las preferencias de los aproximadamente 140,000 participantes, durante la segunda mitad de 2007 se realizó el lanzamiento inicial de *Sol 2* en las ciudades mexicanas de Guadalajara y León. Durante el proyecto, también nos dimos cuenta que el 95% de los consumidores participantes estaban muy dispuestos a probar la nueva marca y siete de cada 10 dijeron que cambiarían su actual marca preferida por la nueva *Sol 2*. El proyecto ha tenido un buen comienzo.

Manteniéndonos Adelante de la Curva del Crecimiento

Durante 2007 continuamos con nuestra estrategia a largo plazo de reinvertir en nuestro negocio y mejorar la eficiencia de nuestras operaciones. Para estar preparados y adelantarnos a la demanda, en noviembre anunciamos la construcción de dos nuevas plantas, una productora de cerveza y otra de envases de vidrio, ambas en la ciudad de Meoqui, en el estado de Chihuahua, México. En su etapa inicial, la nueva cervecería tendrá una capacidad anual de cinco millones de hectolitros, que equivale a un aumento de 15% sobre la capacidad de producción actual de FEMSA Cerveza en México. La planta de envases de vidrio contará con una capacidad instalada inicial de 700 millones de botellas por año, lo que representa un aumento de 54% sobre los niveles actuales. El arranque de las operaciones está planeado para el 2010. Estas inversiones permitirán asegurar que nuestro futuro crecimiento en México y en los Estados Unidos estará soportado por una adecuada capacidad de producción.

También continuamos nuestro enfoque permanente a la reducción de costos y una mayor eficiencia operativa. Observamos oportunidades en todas las áreas de nuestros negocios, incluyendo distribución, comercialización, abastecimiento y en gastos generales y de administración. Por ejemplo, luego de segmentar la distribución de las ventas, logramos reducir costos de distribución en \$10 millones de dólares.

Sólidos Logros Fuera de México

Continuamos avanzando en la dirección correcta en el mercado brasileño, logrando un crecimiento en el volumen de ventas de 9.6%, por arriba de la industria. Nuestro sofisticado y sólido portafolio de marcas está generando resultados positivos, como la nueva *Sol*, que alcanzó 9% de nuestra mezcla de ventas y *Kaiser* que creció de manera sostenida en la mayoría de nuestros mercados.

En los Estados Unidos estamos forjando una exitosa relación con Heineken USA, ampliando a 10 años más nuestro convenio original de tres años. Por consiguiente, Heineken continuará siendo el único y exclusivo importador, y comercializador de las marcas de FEMSA: *Dos Equis*, *Tecate*, *Tecate Light*, *Sol*, *Bohemia* y *Carta Blanca* en los Estados Unidos. Gracias a nuestra sólida relación y a nuestro portafolio de marcas, en 2007 alcanzamos un crecimiento de 13% en el volumen en los Estados Unidos, impulsado por el aumento de doble dígito de *Dos Equis* y por el sólido desempeño de *Tecate*. De hecho, la campaña publicitaria de *Dos Equis* fue elegida entre las 10 mejores del año, apoyando claramente nuestros esfuerzos de fortalecimiento de esta marca. También lanzamos con éxito *Tecate Light* en el suroeste de ese país, alcanzando un volumen de ventas de un millón de cajas unidad en 2007.

La clave de nuestro éxito es la pasión, disciplina y dedicación de nuestros excelentes colaboradores. Es su compromiso y apoyo lo que produce, distribuye y vende las cervezas de la más alta calidad, por las que FEMSA Cerveza es reconocida.



+ de 700

nuevas tiendas OXXO en 2007

FEMSA Comercio

Expansión

El 2007 fue un extraordinario año para OXXO. Continuamos expandiendo agresivamente nuestra posición de liderazgo al incrementar nuestra cobertura. Mejoramos continuamente nuestras competencias clave para servir mejor a nuestros clientes.



FEMSA Comercio tuvo un desempeño espectacular en 2007. Los ingresos totales crecieron 14.3%, sumando Ps. 42,103 millones y la utilidad de operación se elevó 39.1%, para llegar a 2,315 millones. Entre otros factores, el incremento en los ingresos provino de nuestra fuerte expansión de tiendas y de las mayores ventas mismas tiendas que fueron impulsadas por los esfuerzos de innovación. Estos resultados se lograron principalmente por las mejores estrategias de administración de ingresos en algunos de los productos, las exitosas promociones conjuntas con nuestros proveedores, así como por el crecimiento en categorías de productos de mayores márgenes, como el café premium *andatti*®.

OXXO es la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en México, y en 2007 abrió 716 nuevas tiendas para llegar a un total de 5,563 a nivel nacional. Al ser uno de los principales comercializadores de cerveza, pan, botanas y refrescos en el país, mantenemos nuestro objetivo de seguir incrementando la penetración de mercado y ampliando la cobertura del portafolio de productos integrado de bebidas.

Crecimiento Sistemático

Ha sido clave para nuestro éxito, nuestra habilidad para abrir nuevas tiendas de manera rápida y eficiente, casi dos establecimientos al día, en la ubicación precisa, así como para mejorar el retorno sobre la inversión. Con este fin, hemos desarrollado internamente un sistema que nos ayuda a identificar la localización adecuada de nuestras tiendas, el formato interior de las mismas y las categorías de producto. Este sistema utiliza información demográfica sobre lugares específicos, además de nuestra experiencia en ubicaciones similares, para diseñar el formato y la oferta de productos y servicios específicos de la tienda, de acuerdo al mercado meta.

La segmentación de mercado es también una herramienta cada vez más importante. Para mejorar la experiencia de compra del cliente, incluyendo la imagen y percepción de nuestras tiendas, estamos avanzando en su segmentación basada en factores como ocasiones de consumo, niveles socioeconómicos y las dinámicas locales del mercado.

Mejora Continua

Continuamente estamos mejorando nuestras competencias clave para que nuestras tiendas puedan ofrecer un mejor servicio a los clientes. Hemos realizado y continuaremos canalizando importantes inversiones en sistemas tecnológicos que permiten recopilar información de los clientes de nuestras tiendas actuales, mejorar la administración de los inventarios, así como contar con una mejor oferta de productos y mayores ingresos. La gran mayoría de los productos que manejamos



Nuestra habilidad para abrir nuevas tiendas de manera rápida y eficiente, es la clave de nuestro éxito. Hemos desarrollado un sistema propio que nos ayuda a identificar la localización adecuada de nuestras tiendas, el formato de las mismas y las categorías de producto. Utilizamos información demográfica sobre lugares específicos, además de nuestra experiencia en ubicaciones similares para diseñar el formato, la oferta de productos y servicios específicos de acuerdo a cada mercado.

cuentan con código de barras y las tiendas están equipadas con sistemas de punto de venta, que se integran a toda nuestra red computacional de FEMSA. Con esta información, podemos trabajar en forma permanente para mejorar nuestra oferta de productos, diseñar promociones a la medida e incrementar el tráfico de mismas tiendas y el ticket promedio. Por ejemplo, en respuesta a la creciente demanda de los clientes, planeamos desarrollar aún más la categoría de comida rápida, así como ofrecer la opción de pago con tarjeta de crédito, a partir del segundo semestre de 2008.

Para utilizar plenamente los espacios de los anaqueles de nuestras tiendas y mantenerlas óptimamente abastecidas con la variedad de productos que nuestros clientes demandan, establecimos un sistema electrónico de pedidos que nos permite reponer en forma automática los inventarios de las tiendas. Este sistema mejorará sustancialmente la eficiencia de los inventarios de nuestras tiendas, de nuestros vendedores y de nuestros centros de distribución, permitiéndonos ofrecer un mejor servicio a nuestros consumidores. Este sistema también reforzará nuestro conocimiento de las distintas necesidades de nuestros clientes de encontrar siempre el producto adecuado, en el lugar correcto y en el momento preciso. Nuestro plan es integrar este sistema de pedido automático en la mayoría de nuestras tiendas durante 2008.

Durante 2007, seguimos conformando nuestra cada vez más sólida red de distribución directa, aumentando de siete a nueve centros de distribución. Junto con nuestro sistema electrónico de pedidos, la red de distribución directa hará más rápida la reposición de inventarios y acelerará el ciclo de los mismos, mejorando así la rentabilidad.



Integración de Negocios

La plataforma integrada de bebidas de FEMSA nos permite compartir información clave y las mejores prácticas de todas las Unidades de Negocio. Esto se refleja particularmente en OXXO, donde nuestros tres principales negocios trabajan juntos en cada punto de venta. En 2007, las ventas de bebidas representaron aproximadamente el 40% de los ingresos de OXXO, haciendo a esta cadena la más grande comercializadora de cerveza y de productos Coca-Cola en México. OXXO también juega un papel clave en el crecimiento de nuestro negocio de cerveza y en su estrategia de penetración de mercado en todo el país. Aproximadamente el 11% de las ventas domésticas de FEMSA Cerveza fue a través de OXXO.

Oportunidades de Expansión

Si bien 2007 fue un año de sólidos resultados para OXXO, continuaremos trabajando activamente para fortalecer nuestra posición de liderazgo, abriendo nuevas tiendas y ampliando nuestra cobertura de mercado. Adicionalmente, continuaremos destinando los recursos necesarios para invertir en nuestro negocio y en las comunidades que servimos, lo que permitirá seguir brindando a nuestros clientes la calidad y el servicio que ellos esperan y merecen de OXXO.



DESARROLLO

Sustentable

El 2007 destacó nuestro compromiso de ser un buen ciudadano corporativo. Trabajamos de cerca con nuestras comunidades para conocer sus necesidades particulares y apoyar un estilo de vida más responsable. Trabajamos para preservar el medio ambiente para las futuras generaciones. Promovemos la salud y bienestar de nuestros colaboradores, proveedores, clientes y aquellos menos afortunados que nosotros.

De la misma manera en que hemos crecido, lo ha hecho nuestra responsabilidad con la sociedad. Nuestra estrategia de largo plazo es crear valor social y económico en forma sustentable, a través del desarrollo de nuestros colaboradores, de nuestras comunidades, de la preservación del medio ambiente y de nuestra contribución al progreso económico.

Nuestras iniciativas no han pasado desapercibidas. Por tercer año consecutivo, la Confederación de Cámaras Industriales de México, (*CONCAMIN*), honró a FEMSA con el Premio *Ética y Valores en la Industria*. Este galardón es otorgado a compañías que desarrollan su actividad empresarial con base en principios éticos y valores, centrados en la dignidad de la persona, la transparencia y la conservación del medio ambiente. Además, el Centro Mexicano para la Filantropía, (*CEMEFI*), otorgó a todos los negocios de FEMSA el reconocimiento *Empresa Socialmente Responsable*.

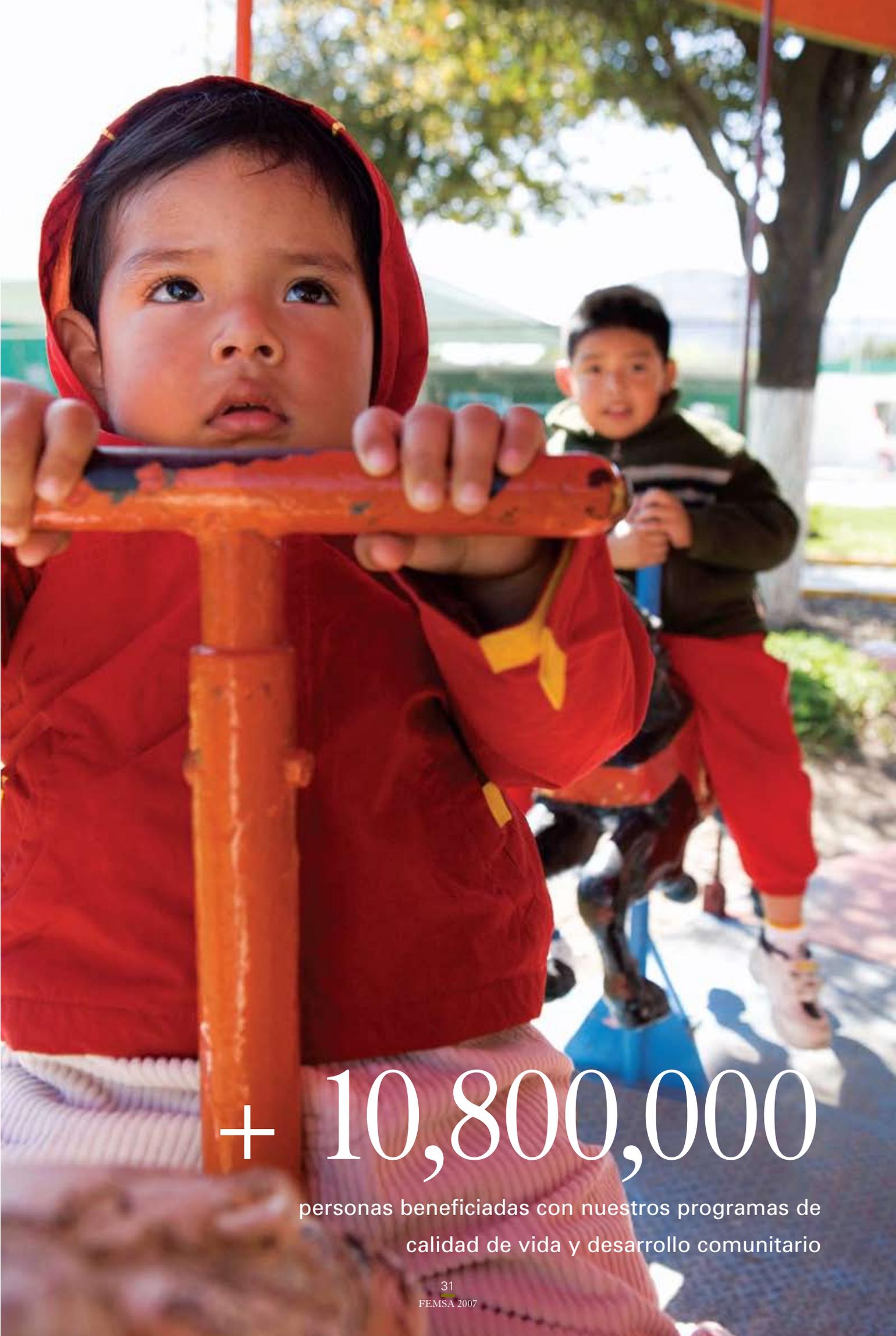
Apoyo Comunitario

Como buen ciudadano corporativo, emprendimos iniciativas que fomentan una relación positiva con nuestras comunidades. El dos de diciembre de 2007, FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA en Brasil, celebraron el *Día de la Familia* con la participación de 15,000 ciudadanos de São Paulo. Iniciado en 2003, como un programa empresarial, las autoridades locales de São Paulo y otras instituciones decidieron incorporarse en la organización de esta celebración anual de los valores de la familia. De hecho, el gobierno de la ciudad designó oficialmente al primer domingo de diciembre como el *Día de la Familia*. También celebramos un evento similar con nuestros colaboradores y sus familias en Costa Rica y Argentina.

Seguimos apoyando programas para el desarrollo de hábitos de lectura entre niños y jóvenes incluyendo *Calma tu Sed de Leer*, en Colombia; la *Caja Maravillosa*, en Guatemala; *La Lectura es Mágica*, en Panamá y *Refréscate Leyendo*, en Venezuela. En los dos últimos años, se beneficiaron de este último programa más de 5,100 niños.

Estilo de Vida Responsable

En FEMSA estamos especialmente comprometidos con la promoción de un estilo de vida responsable. En 2002, en conjunto con la Universidad de Monterrey y la Fundación de Investigaciones Sociales, FEMSA Cerveza estableció un taller para fomentar un estilo de vida responsable (*VIRE*), el cual se enfoca a la promoción de la toma de decisiones responsables entre adultos jóvenes y una cultura de mayor conciencia acerca de la salud personal entre los jóvenes en todos los aspectos de su vida. El programa entrena a instructores para que transmitan el mensaje a escuelas y



+ 10,800,000

personas beneficiadas con nuestros programas de
calidad de vida y desarrollo comunitario

universidades, foros y medios masivos de comunicación. Desde su inicio, se han celebrado más de 160 talleres y preparado a más de 6,500 instructores. En 2007, el mensaje fue llevado a más de 3,900 personas.

FEMSA Cerveza fue la primera empresa en México en instituir el programa *Conductor Designado*®, hace ya más de una década, el cual tiene como objetivo el reducir el número de accidentes automovilísticos. En 2007, fueron registrados en este programa 29,500 conductores y 92,400 pasajeros. Todas nuestras marcas de cerveza contribuyeron al financiamiento de la difusión de la campaña “*Hoy te toca*” del programa *Conductor Designado*®.

Adicionalmente, el programa *Mesero Responsable* se orienta a la creación de una mayor conciencia entre meseros de bares y restaurantes, a través de un taller que resalta la importancia de un consumo responsable de alcohol. En 2007, FEMSA registró la participación de ocho instituciones, incluyendo cámaras de comercio y asociaciones de restaurantes en todo México, contando con la participación de 822 meseros en el programa.



Igualdad de Oportunidades

FEMSA está comprometida a proveer igualdad de oportunidades. Por esta razón establecimos el sistema de Integración Laboral. A través de este programa, a fines de 2007, más de 650 personas con capacidades diferentes se han incorporado a nuestra fuerza laboral en todos los países en donde operamos.

Liderazgo Ambiental

Un saludable y sustentable medio ambiente es importante para nuestro negocio. En consecuencia, trabajamos para reducir el impacto del ser humano en la naturaleza.



En 2007, las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Colombia apoyaron acciones para la protección, limpieza y recuperación del acuífero Humedal Capellanía, un tesoro nacional y una importante fuente de agua que ha sufrido un gran daño en los últimos años. Adicionalmente, colaboradores de Coca-Cola FEMSA en Colombia, Costa Rica, México, Nicaragua, Panamá y Venezuela, participaron en la limpieza de playas, costas y márgenes de ríos. En total más de 1,400 personas recolectaron más de 11 toneladas de basura.

Dado que la deforestación es una de las causas principales del calentamiento global, hemos dado un especial apoyo a programas de reforestación. En agosto de 2006, Coca-Cola FEMSA, en conjunto con las autoridades competentes, un grupo de empresarios y la organización Probosque, arrancaron el proyecto de Fábrica de Agua del Nevado de Toluca. El objetivo de este proyecto es restablecer la masa forestal que ayude a recuperar el manto acuífero. El proyecto comprende la reforestación de 500 hectáreas por año, con más de 600,000 pinos, así como apoyo para el mantenimiento del área, en conjunto con las comunidades locales.

En 2007, FEMSA también apoyó a PRONATURA Noreste, la cual promovió la reforestación de 100 hectáreas dentro del Parque Nacional Cumbres de Monterrey. Este proyecto no sólo involucra la siembra de árboles, sino que además provee trabajo para las comunidades participantes, desde la recolección y la siembra de las semillas, hasta la instalación de cercas para proteger las áreas reforestadas y la prevención de la erosión de la tierra.

Con el fin de ahorrar energía, OXXO instaló el *Sistema Tienda Inteligente* en 1,179 establecimientos. Este sistema controla en tiempo real los equipos de iluminación, refrigeración y aire acondicionado, a través de una unidad de procesamiento central. En 2008, OXXO incorporará más tiendas con este sistema.

Durante el año, la compañía y sus negocios clave recibieron importantes reconocimientos por sus acciones a favor del medio ambiente. Las plantas Jundiá y Campo Grande de Coca-Cola FEMSA en Brasil, recibieron las certificaciones de calidad y ambientales ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001. De la misma manera, las operaciones de Argentina de Coca-Cola FEMSA recibieron la certificación ISO 14001, que se enfoca en la calidad de los procesos y procedimientos ambientales.

Por segundo año consecutivo, el Centro Mexicano para la Filantropía, (*CEMEFI*), reconoció el Sistema de Administración Ambiental de la planta de FEMSA Cerveza en Tecate, por sus mejores prácticas en el cuidado y conservación del medio ambiente. También, por segundo año, las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Nicaragua obtuvieron la presea de la *Producción Más Limpia 2007*, debido a su eficiente uso del agua.

Además, todas las plantas de FEMSA Cerveza en México operan por debajo de los estándares internacionales para el uso del agua en la industria.

Salud y Bienestar

Como líder de la industria, estamos orientados a la salud y bienestar de nuestros colaboradores, proveedores, clientes y de aquellos menos afortunados que nosotros.

El Sistema Virtual de Telemedicina de FEMSA permite estar pendiente de las necesidades de sus colaboradores en el lugar de trabajo. A través de él, los profesionales en medicina, en diferentes ubicaciones, realizan consultas en diversas

La cultura corporativa de FEMSA está cimentada en un compromiso de largo plazo hacia las comunidades a las cuales servimos. Esto significa no sólo proveer a nuestros consumidores los productos y servicios que necesitan, sino también el uso de nuestros recursos para asumir un liderazgo corporativo que promueva el bien común. Es una extensión natural de nuestro esquema de negocio por lo que en el 2007 continuamos con esta tradición.



áreas de especialidad, intercambiando información para el diagnóstico, el tratamiento y la prevención de enfermedades. Instalado actualmente en Monterrey, Orizaba y Tecate, México, también hemos utilizado este sistema para los cursos de entrenamiento y para el manejo de nuestro Sistema Administrativo de Seguridad y Salud Ocupacional (SASSO).

En FEMSA Comercio, el programa de responsabilidad social de OXXO fomenta entre sus clientes el redondeo de sus cuentas al peso más cercano. Con estos ingresos apoyamos a quienes más lo necesitan. Desde su origen en 2002, esta iniciativa ha aportado más de \$19 millones de dólares a 533 instituciones dedicadas a prestar servicios de salud, educación y asistencia social.

A través del programa de *IDEARSE*, una iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo y de la Universidad Anáhuac, FEMSA invitó a 10 de sus proveedores pequeños y medianos en Monterrey, México, a implementar procesos de producción más responsables y compartir las mejores prácticas. Apoyado por varios consultores especializados, las compañías elaboraron un plan de trabajo en áreas como derechos humanos, planeación estratégica, condiciones laborales de salud y seguridad del lugar de trabajo, sólo por nombrar algunos. Dada la importancia para FEMSA de la ética y los valores, la compañía también desarrolló un taller para que las empresas participantes diseñaran su código de ética, valores, misión y visión.

Desarrollo Económico

Por más de un siglo, hemos generado valor económico para nuestros inversionistas, colaboradores, comunidades y los países en donde operamos. En realidad, nuestro impacto económico ha ido más allá del sector de productos alimenticios y bebidas.

Una de nuestras más importantes contribuciones educativas es la creación y el patrocinio del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (*Tecnológico de Monterrey*). Fundado bajo el liderazgo de Don Eugenio Garza Sada, quien fuera Director General de Cervecería Cuauhtémoc. El Tecnológico de Monterrey es actualmente una de las universidades privadas más prestigiosas de América Latina.

El Centro de Biotecnología FEMSA del Tecnológico de Monterrey, inaugurado recientemente, es un área para la innovación científica y tecnológica, enfocada principalmente en el desarrollo de bioterapéuticos, bioingeniería y bioprocesos, agrobiotecnología, nutrición genómica, bioingeniería y el uso sustentable del agua. Es el único centro en México con instalaciones para el desarrollo de nuevos fármacos bajo los lineamientos de GMP (Good Manufacturing Practices) y de la FDA (Food and Drug Administration). El Centro cuenta con 100 investigadores y personal de apoyo, así como con acuerdos internacionales con universidades como Cornell y la Universidad de California, entre otras, y tuvo una inversión total de \$43 millones de dólares en su desarrollo.

Más allá de estas importantes iniciativas, en los últimos cinco años hemos invertido casi \$4,100 millones de dólares en activos fijos y proporcionamos más de 100,000 empleos directos.

Equipo Directivo

Contamos con un talentoso equipo de ejecutivos que guían nuestros esfuerzos en el camino a la excelencia como compañía de bebidas. Nuestro equipo mantiene la sólida tendencia de crecimiento rentable y de generación de valor que hemos venido registrando año tras año. En conjunto y basados en las capacidades y habilidades de nuestra compañía, capitalizan las fortalezas del esquema integrado de bebidas de FEMSA, para capturar las oportunidades de crecimiento en los diversos mercados de nuestra compañía, reafirmando en este proceso el legado de FEMSA de integridad hacia el futuro.

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA

José Antonio Fernández Carbajal asumió la posición de Director General Ejecutivo de FEMSA en enero de 1995 y desde marzo de 2001 ocupa la Presidencia del Consejo de Administración. Ingresó a FEMSA en 1987, ocupando diversos cargos en el área corporativa de FEMSA y en el área comercial de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma. Adicionalmente, fue Director General de OXXO. Actualmente, es Presidente del Consejo de Coca-Cola FEMSA y Vicepresidente del Consejo de Administración del Tecnológico de Monterrey. Además, Co-dirige como Presidente el capítulo México del Woodrow Wilson Center, institución que fomenta la investigación y promoción de proyectos conjuntos entre México y Estados Unidos. El Ing. Fernández obtuvo los títulos de Ingeniero Industrial y de Sistemas y de Maestría en Administración, ambos en el Tecnológico de Monterrey.

Federico Reyes García

Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA

Federico Reyes García asumió su actual cargo en enero de 2006, luego de fungir como Director de Finanzas y Desarrollo Corporativo, desde 1999. Ingresó a FEMSA en 1992 como Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA y en 1993 colaboró como asesor externo en esta misma empresa. Entre 1993 y 1999, fue Director General Ejecutivo de Seguros Monterrey Aetna S.A. y de Valores Monterrey Aetna; así como Director General del Grupo Financiero Bancomer Sector Seguros y Pensiones. Se reintegró a FEMSA en 1999. Es egresado de la carrera de Contador Público en el Tecnológico de Monterrey.

Javier Astaburuaga Sanjines

Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA

Javier Astaburuaga Sanjines asumió su actual cargo en enero de 2006. Anteriormente se desempeñó como Co-Director General de FEMSA Cerveza desde 2003. Ingresó a FEMSA en 1982 como analista de información financiera y posteriormente laboró en las áreas de desarrollo corporativo, administración y finanzas. Además, ocupó diversas posiciones directivas, incluyendo la Dirección Comercial de FEMSA Cerveza para el norte de México. Es egresado de la carrera de Contador Público en el Tecnológico de Monterrey.

Alfonso Garza Garza

Director de Recursos Humanos de FEMSA

Alfonso Garza Garza asumió su actual responsabilidad en marzo de 2005. Empezó a laborar en FEMSA en 1985. Previo a esta posición se desempeñó en varios cargos en FEMSA Cerveza y FEMSA Empaques, incluyendo la administración de FEMSA Empaques y Grafo Regia. Alfonso Garza estudió la carrera de Ingeniero Industrial en el Tecnológico de Monterrey y tiene cursos de postgrado en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE).

José González Ornelas

Director de Administración y Control Operativo de FEMSA

José González Ornelas asumió su actual cargo en 2002. Ingresó a FEMSA en 1979, ocupando diversas posiciones incluyendo la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza, la Dirección de Planeación y Desarrollo Corporativo de FEMSA y la Dirección General de FEMSA Logística. Funge como secretario del Comité de Auditoría de FEMSA y Coca-Cola FEMSA. Es integrante del Consejo de Vigilancia del

Tecnológico de Monterrey. Forma parte del Comité Directivo del Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León. Es egresado de la carrera de Contador Público en la Universidad Autónoma de Nuevo León y realizó estudios de postgrado en administración en diversas universidades de México y en el exterior.

Genaro Borrego Estrada

Director de Asuntos Corporativos de FEMSA

Genaro Borrego asumió su actual posición en septiembre de 2007 como Director de Asuntos Corporativos. Antes de incorporarse a FEMSA, fue Gobernador del Estado de Zacatecas, de 1986 a 1992 y fungió como Director General Ejecutivo del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) de 1993 al 2000. Fue diputado federal en LII legislatura y fue Presidente de Conferencia Interamericana de Instituciones de Seguridad Social de 1986 a 1992. Además fue senador por el estado de Zacatecas en las LVII y LIX legislaturas. Es egresado de la carrera de Relaciones Internacionales en la Universidad Iberoamericana.

Carlos Salazar Lomelín

Director General de Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín ingresó a FEMSA en 1973 y asumió su actual posición en 2000. Previo a ello ocupó diferentes puestos directivos incluyendo la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza, Director de Planeación Comercial de FEMSA y Gerente General de Grafo Regia. Carlos Salazar fue Presidente de la Comisión Siglo XXI de la ciudad de Monterrey y Presidente del Centro Internacional de Negocios (CINTERMEX). Es egresado de la carrera de Economía del Tecnológico de Monterrey y cuenta con estudios de postgrado en Administración y Desarrollo Económico en Italia.

Jorge Luis Ramos Santos

Director General de FEMSA Cerveza

Jorge Luis Ramos Santos asumió su actual cargo en enero de 2006 después de fungir como Co-Director General de FEMSA Cerveza desde 2003. Se incorporó a FEMSA en 1996, como Director de Recursos Humanos de FEMSA Cerveza, posición que ocupó hasta 1999, cuando fue nombrado Director Comercial de la zona sur de México. Entre 1978 y 1996 ocupó diversas posiciones en empresas e instituciones financieras incluyendo ALFA y Grupo Financiero Serfín. Jorge Luis Ramos es egresado de las carreras de Contador Público y Administración de Empresas en el Tecnológico de Monterrey y cuenta con una Maestría en Administración en la Universidad de Pennsylvania (Wharton).

Eduardo Padilla Silva

Director General de FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva se incorporó a FEMSA en 1997 como Director de Planeación y Control. En enero de 2000 fue nombrado Director de la División de Negocios Estratégicos, incluyendo empaques, logística y OXXO. Asumió su actual posición en 2004. Antes de incorporarse a FEMSA, laboró durante 20 años en ALFA, donde de 1987 a 1996 ocupó la Dirección General de Terza, una subsidiaria de ALFA. Eduardo Padilla es egresado de la carrera de Ingeniero Mecánico Administrador en el Tecnológico de Monterrey en 1976. Además, obtuvo la Maestría en Administración en la Universidad de Cornell y completó cursos de nivel de Maestría en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE).

Gobierno Corporativo

Durante más de un siglo, el Consejo de Administración de FEMSA ha guiado el crecimiento dinámico de nuestra compañía de acuerdo a los más altos estándares de gobierno corporativo. Asumimos con gran seriedad la calidad y la transparencia de nuestras prácticas de difusión de información y nos adherimos a las mejores prácticas del gobierno corporativo. Estamos entre las empresas líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas, establecido por el Consejo Empresarial Mexicano. Además, FEMSA cumple fielmente con todos los requerimientos aplicables de la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos.

Nuestro Consejo de Administración trabaja para asegurar que las decisiones tomadas por FEMSA promuevan la transparencia financiera, la responsabilidad y altos estándares éticos. Solamente con base en un sano gobierno corporativo podemos ir construyendo constantemente nuestro negocio y generando los resultados que nuestros accionistas, consumidores, colaboradores y otros públicos de interés esperan de nuestra compañía.

Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría es responsable de revisar la objetividad e integridad de los estados financieros trimestrales y anuales, de acuerdo con los requerimientos contables, de auditoría y de control interno. Del nombramiento, remuneración, retención y de vigilar el desempeño del auditor independiente, el cual reporta directamente al Comité de Auditoría; de revisar las operaciones de FEMSA con sus socios que estén fuera del curso ordinario del negocio, así como de identificar y dar seguimiento a las contingencias y procedimientos legales. El Comité de Auditoría ha establecido procedimientos para recibir, conservar y atender las quejas relacionadas con la contabilidad, control interno y auditoría, incluyendo las quejas confidenciales anónimas de empleados con respecto a contabilidad cuestionable o de temas de auditoría. Para realizar sus funciones, el Comité de Auditoría puede contratar a asesores independientes y otros consejeros. Como corresponde, la compañía compensa al auditor independiente y a cualquier consejero externo contratado por el Comité de Auditoría y provee los fondos para los costos administrativos incurridos por el Comité de Auditoría en su función. Alexis E. Rovzar de la Torre funge como Presidente del Comité de Auditoría. Los miembros incluyen a expertos financieros como José Manuel Canal Hernando, Francisco Zambrano Rodríguez y Alfonso González Migoya, todos ellos consejeros independientes. El secretario técnico del Comité es José González Ornelas, Director de Auditoría y Control Operativo de FEMSA.

Comité de Prácticas Societarias

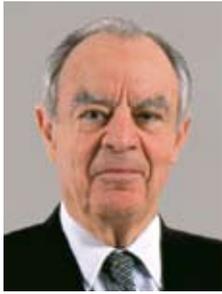
El Comité de Prácticas Societarias está integrado por consejeros independientes, quienes son responsables de prevenir o bien reducir el riesgo de realizar operaciones que podrían dañar el valor de FEMSA o que benefician a un grupo de accionistas en particular. El Comité puede citar a una asamblea de accionistas e incluir en la agenda los temas que consideren apropiados; aprobar las políticas sobre el uso de los activos de compañía o de transacciones con partes relacionadas; aprobar la remuneración del director general ejecutivo y de algunos ejecutivos clave; y apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de informes sobre prácticas contables. Lorenzo H. Zambrano es el Presidente de este Comité. Los miembros incluyen Carlos Salguero y Helmut Paul. El secretario técnico del Comité de Prácticas Societarias es Alfonso Garza Garza, Director de Recursos Humanos de FEMSA.

Comité de Finanzas

Las responsabilidades del Comité de Finanzas incluyen la evaluación de las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General Ejecutivo; la expresión de su opinión sobre la validez del presupuesto anual y asegurar la implementación del presupuesto y de cualquier plan estratégico propuesto; la identificación de los factores de riesgo a los cuales está expuesta la empresa, así como la evaluación de las políticas de la administración. Ricardo Guajardo Touché es el Presidente del Comité de Finanzas. Son miembros de este Comité: Roberto E. Denham, Francisco Javier Fernández Carbajal, Alfredo Livas Cantú y Federico Reyes García. El secretario técnico de este Comité es Javier Astaburuaga Sanjines, Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA.

Para mayor información sobre nuestras prácticas de gobierno corporativo, y cómo éstas se comparan con las de las empresas Norteamericanas listadas en la Bolsa de Nueva York, favor de visitar la sección de Gobierno Corporativo en nuestra página de Internet: www.femsa.com/inversionista.

Consejo de Administración



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10

Dedicaremos los recursos necesarios para invertir en nuestros negocios y en las comunidades a las que servimos, lo que a su vez brindará a nuestros consumidores la calidad y el servicio consistente que esperan y merecen por parte de FEMSA.



11



12



13



14



15



16



17



18



19



A

1 Eugenio Garza Lagüera

Presidente Honorario Vitalicio de FEMSA
Electo en 1960
Suplente: Mariana Garza de Treviño

2 José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA
Electo en 1984
Suplente: Federico Reyes García

3 Bárbara Garza de Braniff

Inversionista Privado
Electa en 2007
Suplente: Eva Garza de Fernández

4 José Calderón Rojas

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de Servicios Administrativos de Monterrey, S.A. de C.V. y de Franca Industrias, S.A. de C.V. Compañía Inmobiliaria
Electo en 2005
Suplente: Francisco José Calderón Rojas

5 Consuelo Garza de Garza

Fundadora y Ex-Presidenta de ANSPAC Organización Filantrópica
Electa en 1995
Suplente: Alfonso Garza Garza

6 Max Michel Suberville

Presidente del Consejo de Administración de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. Tiendas Departamentales
Electo en 1985
Suplente: Max Michel González

7 Alberto Bailleres

Presidente del Consejo de Administración y Presidente Ejecutivo Grupo Bal S.A. de C.V. Empresa Minera y Metalúrgica de Seguros y de Tiendas Departamentales
Electo en 1995
Suplente: Arturo Fernández Pérez

8 Francisco Javier Fernández

Consultor Independiente
Electo en 2005
Suplente: Javier Astaburuaga Sanjines

9 Ricardo Guajardo Touché¹

Ex-Presidente del Consejo de BBVA Bancomer S.A. de C.V. Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Othón Páez Garza

10 Alfredo Livas Cantú¹

Presidente Praxis Financiera, S.C. Empresa de Consultoría Financiera
Electo en 1995
Suplente: Sergio Deschamps Ebergeny¹

11 Roberto Servitje Sendra

Presidente del Consejo Grupo Industrial Bimbo, S.A.B. de C.V. Compañía de Alimentos
Electo en 1995
Suplente: Juan Guichard Michel

12 Carlos Salguero¹

Ex-Vicepresidente Ejecutivo Philip Morris International Empresa de Tabaco y Bebidas
Electo en 1995
Suplente: Alfonso González Migoya¹

13 Paulina Garza de Marroquín

Inversionista Privado
Electa en 2007
Suplente: Carlos Salazar Lomelin

14 José Manuel Canal Hernando¹

Consultor Independiente Firma de Contabilidad
Electo en 2003
Suplente: Ricardo Saldivar Escajadillo¹

15 Armando Garza Sada

Director de Desarrollo ALFA, S.A.B. de C.V.
Electo en 2006
Suplente: Eduardo Padilla Silva

16 Alexis E. Rovzara¹

Socio Ejecutivo White & Case S.C. Firma Legal
Electo en 1989
Suplente: Francisco Zambrano Rodríguez²

17 Helmut Paul¹

Propietario de H. Paul & Company LLC Empresa de Consultoría Financiera Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Antonio Elosúa Mugerza¹

18 Lorenzo H. Zambrano Treviño¹

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de CEMEX, S.A.B. de C.V.
Electo en 1995
Suplente: Francisco Garza Zambrano¹

19 Robert E. Denham^c

Socio de Munger, Tolles & Olson LLP Firma Legal
Electo en 2001
Suplente: José González Ornelas

Secretario A

Carlos Eduardo Aldrete Ancira

Secretario Suplente

Arnulfo Treviño Garza

Comités:

- a) Auditoría
- b) Prácticas Societarias
- c) Finanzas

Relación:

- 1) Independiente

Distribución de Productos

COMPANIA	MEXICO			COLOMBIA	VENEZUELA
	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO	COCA-COLA FEMSA		
Propiedad de FEMSA (%)	100	100	53.7 ⁽¹⁾		
Volumen de Ventas	30,145 ⁽²⁾⁽¹¹⁾	—	1,110 ⁽³⁾	198 ⁽³⁾	209 ⁽³⁾
Ingresos ⁽⁴⁾	39,566 ⁽⁹⁾	42,103	32,550	6,933	9,785
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	5,404 ⁽⁵⁾⁽⁹⁾	2,315 ⁽⁵⁾	6,569	1,242	572
Plantas/Tiendas	6	5,563	13	6	4
Centros de Distribución	347	9	84	37	32
Rutas de Distribución	2,795	—	3,635	598	429
Marcas	21	1	46	13	10
Clientes ⁽⁶⁾	320	3.7 ⁽⁷⁾	600	346	234
Personal	22,194	15,824	58,122		

Coca-Cola FEMSA es el embotellador de Coca-Cola más grande de Latinoamérica y el segundo más grande a nivel mundial, medido en volúmenes de ventas. Ofrece a sus clientes y consumidores más de 90 marcas, incluyendo Coca-Cola, Fanta, Sprite y Ciel.



MARCAS DE REFRESCOS

Alpina	Dasani Sabores	Lift	Quatro Light
Aquarius	Delaware Punch	Lift Zero	Santa Clara
Black Fire	Fanta	Manantial	Schweppes
Burn	Fanta Light	Minute Maid	Schweppes Aguas
Carioca	Fresca	Montefiore	Shangri-La
Cepita	Fresca Uno	Mundet	Sidral Mundet
Cepita Aguas	Freskolita	Nestea	Sidral Mundet Light
Chinotto	Hi-C	Nestea Light	Simba
Ciel	Ju-C	Nevada	Soda Clausen
Ciel Aquarius	Hit	Polar	Sprite
Coca-Cola	Kapo	Polar Quinada	Sprite Zero
Coca-Cola Light	Keloco	Powerade	Sonfill
Coca-Cola Zero	Kist	Premio	Sunfrut
Crush	Kola Roman	Prisco	Tai
Crystal	Kuat	Quatro	
Dasani	Kuat Light		

MARCAS DE OXXO

andatti

COMPANIA	GUATEMALA	NICARAGUA	COSTA RICA	PANAMA	ARGENTINA	BRASIL		
	COCA-COLA FEMSA					FEMSA CERVEZA		
Propiedad de FEMSA (%)	53.7 ⁽¹⁾					83.0 ⁽¹⁰⁾		
Volumen de Ventas	128 ⁽³⁾				179 ⁽³⁾	296 ⁽³⁾	9,794.8 ⁽²⁾	
Ingresos ⁽⁴⁾	4,808				4,034	11,141	39,566 ⁽⁹⁾	
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	715				492	1,857	5,404 ⁽⁵⁾⁽⁹⁾	
Plantas/Tiendas	5				1	3	8	
Centros de Distribución	29				5	12	413	
Rutas de Distribución	296				283	954	7,150	
Marcas	28				24	16	14	
Clientes ⁽⁶⁾	111				81	127	400	
Personal	58,122					2,265 ⁽⁸⁾		

Nota: Información sólo de los principales negocios

(1) El 31.6% y el 14.7% restante son propiedad de The Coca-Cola Company y el público, respectivamente.

(2) Miles de hectolitros.

(3) Millones de cajas unidad (una caja unidad equivale a 24 botellas de 8 onzas).

(4) Expresado en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2007.

(5) Después de pagos de servicios corporativos.

(6) Expresados en miles.

(7) Millones de clientes por día.

(8) Incluye personal tercerizado.

(9) Resultados de FEMSA Cerveza, incluye México y Brasil.

(10) El 17% restante es propiedad de Heineken.

(11) Incluye exportaciones.



MARCAS DE CERVEZA

Bavaria sem álcool	Carta Blanca Light	Kaiser Pilsen	Sol Brava	Summer
Bavaria Pilsen	Casta	Kloster	Sol Cero	Superior
Bavaria Premium	Coors Light	Kloster Light	Sol Light	Tecate
Bohemia	Heineken	Noche Buena	Sol Pilsen	Tecate Light
Bohemia Obscura	Indio	Santa Cerva	Sol Premium	Xingu
Carta Blanca	Kaiser	Sol	Sol Shot	XX Ambar
Carta Blanca Edición Especial	Kaiser Bock	Sol 2	Soul Citric	XX Lager
	Kaiser Gold			



FEMSA Cerveza es una de las cervecerías líderes en México y un importante exportador a Estados Unidos. Sus marcas líderes incluyen a Sol, Dos Equis, Tecate y Bohemia. En el 2006 FEMSA adquirió Kaiser, la tercera productora de cervezas más grande en Brasil, el mercado de cerveza más grande de Latinoamérica.

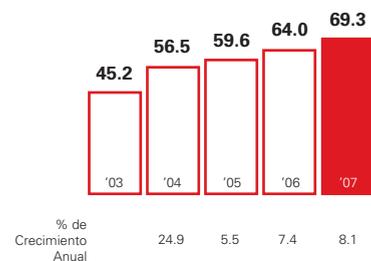
Coca-Cola FEMSA

Crecimiento Diversificado

Los sólidos resultados de Coca-Cola FEMSA reforzaron las ventajas de su balanceado y diversificado portafolio de mercados, productos y presentaciones. Todas sus operaciones generaron un elevado crecimiento en el año. Este negocio reportó en 2007 ingresos consolidados por Ps. 69,250 millones, una utilidad de operación de Ps. 11,450 millones y una utilidad neta mayoritaria de Ps. 6,908 millones, resultando en una utilidad de Ps. 3.74 por acción. Hacia adelante, Coca-Cola FEMSA continuará perfeccionando su exitosa ejecución de mercado, para crear una gran experiencia para cada consumidor en cualquier ocasión.

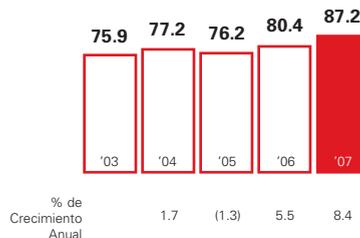
Ingresos Totales

miles de millones de pesos del 2007



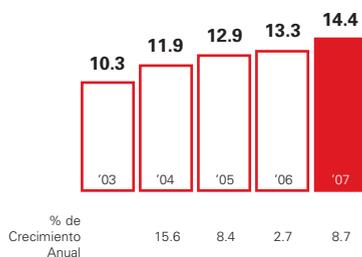
Activos Totales

miles de millones de pesos del 2007



Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

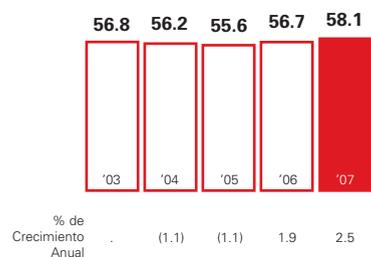
miles de millones de pesos del 2007



*Utilidad de Operación más depreciaciones, amortizaciones y otros cargos virtuales.

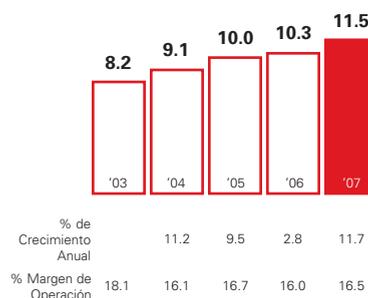
Personal

miles



Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2007



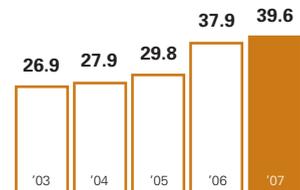
FEMSA Cerveza

Liderazgo de Mercado Innovador

En FEMSA Cerveza, continuamos observando un difícil entorno de materias primas, lo que aunado a las inversiones para fortalecer nuestras marcas en los tres principales mercados, presionó nuestras utilidades en el corto plazo, aunque continuamos mejorando los indicadores de salud y valor de nuestras marcas en México y logramos importantes avances en los Estados Unidos y Brasil. En 2007, este negocio aumentó su volumen de ventas sumando 39,940 miles de hectolitros y mejoró sus ingresos consolidados para llegar a Ps. 39,566 millones, mientras que la utilidad de operación se redujo a Ps. 5,404 millones. Estamos confiados del rumbo que hemos tomado. La salud de nuestras marcas líderes *Tecate* y *Sol*, es muy sólida, en particular entre los consumidores jóvenes y gracias a nuestra innovación, el consumo per cápita está creciendo.

Ingresos Totales

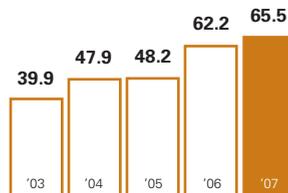
miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: '04: 3.4, '05: 6.9, '06: 27.4, '07: 4.3

Activos Totales

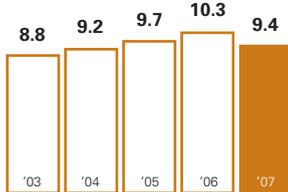
miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: '04: 20.4, '05: 0.7, '06: 29.0, '07: 5.3

Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

miles de millones de pesos del 2007

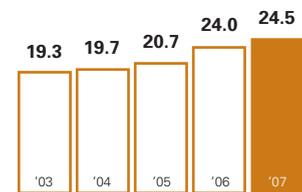


% de Crecimiento Anual: '04: 3.9, '05: 5.3, '06: 6.7, '07: (8.7)

*Utilidad de Operación más depreciaciones, amortizaciones y otros cargos virtuales.

Personal

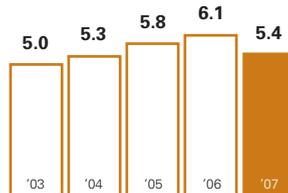
miles



% de Crecimiento Anual: '04: 2.2, '05: 5.0, '06: 15.9, '07: 1.9

Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: '04: 5.8, '05: 9.6, '06: 5.5, '07: (11.7)

% Margen de Operación: '03: 18.6, '04: 19.0, '05: 19.5, '06: 16.1, '07: 13.7

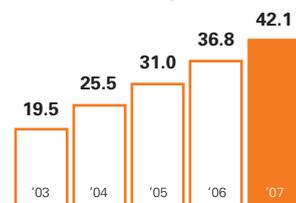
FEMSA Comercio

Expansión Rentable

FEMSA Comercio reportó otro año sobresaliente en 2007. Los ingresos totales aumentaron 14.3% para sumar Ps. 42,103 millones y su utilidad de operación creció 39.1% para llegar a Ps. 2,315 millones. Al consolidar su posición como la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en México, OXXO abrió 716 tiendas en 2007, para un total de 5,563 establecimientos en el país. Como uno de los más importantes vendedores de cervezas, pan, botanas y refrescos en México, OXXO mantiene su enfoque de ampliar su penetración de mercado y acentuar la cobertura del FEMSA como negocio integrado de bebidas.

Ingresos Totales

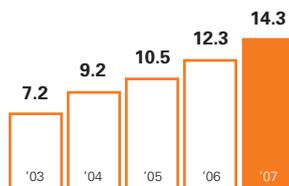
miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: 30.8, 21.8, 18.7, 14.3

Activos Totales

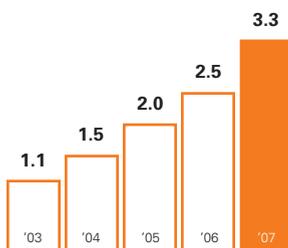
miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: 28.3, 13.3, 17.7, 16.0

Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

miles de millones de pesos del 2007

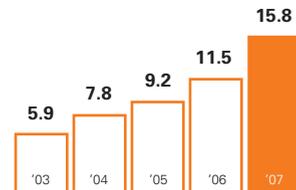


% de Crecimiento Anual: 34.1, 32.5, 23.0, 32.8

*Utilidad de Operación más depreciaciones, amortizaciones y otros cargos virtuales.

Personal

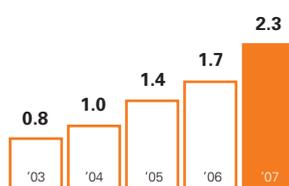
miles



% de Crecimiento Anual: 33.2, 18.3, 24.0, 38.2

Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2007



% de Crecimiento Anual: 24.9, 33.8, 22.5, 39.1

% Margen de Operación: 4.2, 4.0, 4.4, 4.5, 5.5

CONTENIDO

Resumen Financiero	46
Análisis y Discusión de Resultados	48
Informe Anual del Comité de Auditoría	53
Dictamen de los Auditores Independientes	55
Estados Consolidados de Situación Financiera	56
Estados Consolidados de Resultados	58
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera	59
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	60
Notas a los Estados Financieros Consolidados	62
Directorio de Oficinas	94

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2007.</i>	2007	2006	2005	2004	2003
Estado de Resultados					
Ventas netas	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799	Ps. 108,752	Ps. 91,581
Ingresos totales	147,556	136,120	119,462	109,500	92,132
Costo de ventas	79,801	73,366	63,721	58,096	47,834
Utilidad bruta	67,755	62,754	55,741	51,404	44,298
Gastos de operación	48,186	44,287	38,302	35,546	29,918
Utilidad de operación	19,569	18,467	17,439	15,858	14,380
Otros gastos, neto	1,297	1,650	1,108	915	694
Resultado integral de financiamiento	1,386	2,349	2,638	1,413	3,851
Impuestos a la utilidad	4,950	4,608	4,620	2,801	4,173
Utilidad neta consolidada	11,936	9,860	9,073	10,729	5,662
Utilidad neta mayoritaria	8,511	7,127	5,951	6,917	3,905
Utilidad neta minoritaria	3,425	2,733	3,122	3,812	1,757
Razones financieras (% de ingresos totales)					
Margen bruto	45.9%	46.1%	46.7%	46.9%	48.1%
Margen operativo	13.3%	13.6%	14.6%	14.5%	15.6%
Utilidad neta	8.1%	7.2%	7.6%	9.8%	6.1%
Otra información					
Depreciación	4,359	4,333	3,990	3,870	3,472
Amortización y otros cargos virtuales a la utilidad de operación	3,876	3,957	3,705	3,561	3,017
Flujo bruto de operación	27,804	26,757	25,134	23,289	20,869
Inversiones en activo fijo de largo plazo ⁽¹⁾	11,257	9,422	7,508	7,948	8,085
Balance General					
Activos					
Activos circulantes	33,485	27,829	24,900	22,614	24,729
Propiedad, planta y equipo ⁽²⁾	57,832	56,027	51,175	52,352	51,909
Inversión en acciones	1,863	824	852	930	1,588
Activos intangibles	60,234	57,906	52,837	52,260	38,917
Otros activos	12,381	11,930	10,059	10,377	11,455
Total activos	165,795	154,516	139,823	138,533	128,598

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2007</i>					
	2007	2006	2005	2004	2003
Pasivos					
Deuda a corto plazo	Ps. 3,447	Ps. 4,183	Ps. 881	Ps. 6,718	Ps. 3,257
Pasivos circulantes	24,040	21,314	17,031	16,514	14,942
Deuda a largo plazo	36,582	38,236	36,727	44,581	42,464
Obligaciones laborales	3,718	3,269	2,676	2,207	2,202
Impuestos diferidos	3,584	3,995	3,703	4,673	5,859
Otros pasivos	4,771	5,311	4,407	3,813	3,779
Total pasivos	76,142	76,308	65,425	78,506	72,503
Capital contable					
Capital contable mayoritario	64,578	56,654	52,400	40,314	35,097
Capital contable minoritario	25,075	21,554	21,998	19,713	20,998
Razones financieras (%)					
Liquidez	1.22	1.09	1.39	0.97	1.36
Apalancamiento	0.85	0.98	0.88	1.31	1.29
Capitalización	0.31	0.35	0.34	0.46	0.45
Información por acción					
Valor en libros ⁽³⁾	3.609	3.167	2.929	2.537	2.208
Utilidad neta ⁽⁴⁾	0.476	0.398	0.333	0.435	0.246
Dividendos pagados ⁽⁵⁾					
Acciones serie "B"	0.074	0.049	0.037	0.030	0.022
Acciones serie "D"	0.093	0.061	0.046	0.037	0.028
Número de empleados	105,020	97,770	90,731	88,214	86,136
Número de acciones ⁽⁶⁾	17,891.13	17,891.13	17,891.13	15,891.93	15,891.93

(1) Incluye propiedad, planta y equipo así como cargos diferidos y activos intangibles.

(2) Incluye botellas y cajas.

(3) Capital contable mayoritario dividido entre el número de acciones en circulación al final de cada año.

(4) Utilidad neta mayoritaria entre el número de acciones en circulación al final de cada año.

(5) Información en pesos nominales de cada año.

(6) Millones de acciones en circulación al final de cada año.

RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007, COMPARADOS CON EL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR.

A continuación se presenta cierta información financiera auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias ("FEMSA" o la "Compañía") (BMV: FEMSA UBD; NYSE: FMX). FEMSA es una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes subsidiarias ("Compañías Subsidiarias"): Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA" o "KOF"), la cual se dedica a la producción, distribución y venta de refrescos; FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. ("FEMSA Cerveza"), la cual se dedica a la producción, distribución, y venta de cerveza y bebidas alcohólicas; y FEMSA Comercio, S.A. de C.V. ("FEMSA Comercio" u "OXXO"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera para México ("NIF Mexicanos", y están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Pesos" ó "Ps.") con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2007. Por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales. La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos ("\$\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 31 de Diciembre de 2007 fue de 10.9169 pesos por dólar.

Este reporte puede contener ciertas declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA 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.

FEMSA CONSOLIDADO

Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre del 2007

FEMSA y sus Subsidiarias

	Ingresos Totales	% Crecimiento vs. 2006	Utilidad de Operación	% Crecimiento vs. 2006
FEMSA Consolidado	Ps. 147,556	8.4%	Ps. 19,569	6.0%
Coca-Cola FEMSA	69,251	8.1%	11,447	11.7%
FEMSA Cerveza	39,566	4.3%	5,404	(11.7)%
FEMSA Comercio	42,103	14.3%	2,315	39.1%

Ingresos Totales

Los ingresos totales consolidados aumentaron 8.4% alcanzando Ps. 147,556 millones en el 2007 en comparación con Ps. 136,120 millones en 2006. Todas las operaciones de FEMSA—refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia—contribuyeron positivamente para lograr dicho crecimiento en ingresos totales. Los ingresos totales de FEMSA Comercio incrementaron 14.3% en comparación al 2006, a Ps. 42,103 millones, debido principalmente a la apertura de 716 nuevas tiendas durante el año y al 3.3% de crecimiento ventas-mismas-tiendas. Coca-Cola FEMSA aumento 8.1% comparado con el 2006, a Ps. 69,251 millones, debido principalmente al 6.1% de crecimiento en volumen de ventas y al incremento en el precio promedio por caja unidad. Los ingresos totales de FEMSA Cerveza incrementaron 4.3% con respecto al 2006 a Ps. 39,566 millones, impulsados por el incremento en el volumen de ventas de cerveza, el cual compensó una menor venta de empaques a terceros resultado del incremento en el consumo interno de empaques, lo cual disminuye la disponibilidad para venta a terceros; y un ligero decremento en el precio promedio por hectolitro en términos reales.

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado aumento 8.8% ascendiendo a Ps. 79,801 millones en el 2007 comparado con Ps. 73,366 millones en el 2006. Aproximadamente 53.8% de este incremento se atribuye a FEMSA Comercio, debido en gran medida al rápido ritmo de apertura de tiendas OXXO.

La utilidad bruta consolidada aumentó 8.0% a Ps. 67,755 millones en el 2007 en comparación con Ps. 62,754 millones en el 2006, debido a incrementos en todas las operaciones. El margen bruto disminuyó 0.2 puntos porcentuales a 45.9% como porcentaje de los ingresos totales consolidados en el 2007, comparado con 46.1% de ingresos totales consolidados en el 2006. Las mejoras en el margen bruto de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio compensaron parcialmente la presión en costos de las materias primas en FEMSA Cerveza, resultando en una ligera disminución del margen bruto.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 8.8% ascendiendo a Ps. 48,186 millones en el 2007 comparados con Ps. 44,287 millones de 2006. Aproximadamente 48% de este incremento se debió a gastos adicionales en Coca-Cola FEMSA, principalmente en Venezuela, Brasil y México, el cual fue el 75.6% de los gastos incrementales. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados permanecieron estables en 32.6% en el 2007 comparado con 32.5% en el 2006.

Los gastos de administración consolidados aumentaron 2.4% a Ps. 9,191 millones en el 2007 comparado con Ps. 8,973 millones en el 2006. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de administración consolidados disminuyeron 0.4 puntos porcentuales alcanzando 6.2% en el 2007 comparado con 6.6% en el 2006 debido al apalancamiento operativo logrado por mayores ingresos en todas las operaciones de FEMSA.

El gasto de ventas consolidado aumentó 10.4% alcanzando Ps. 38,995 millones en el 2007 comparado con Ps. 35,314 millones en el 2006. Aproximadamente 45.2% de este incremento se debió a Coca-Cola FEMSA y 31.5% al rápido ritmo de crecimiento de FEMSA Comercio. Como porcentaje de los ingresos totales, el gasto de ventas fue 26.4%, un incremento de 0.5 puntos porcentuales en el 2007 comparado con 25.9% en el 2006.

La utilidad de operación consolidada aumentó 6.0% a Ps. 19,569 millones en el 2007 comparada con Ps. 18,467 millones en el 2006, impulsada por Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio, los cuales compensaron por completo la disminución en FEMSA Cerveza. El margen de operación consolidado en el 2007 fue de 13.3% representando una disminución de 0.3 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2006. La disminución del margen de operación se debió principalmente a la contracción en el margen de FEMSA Cerveza, resultado de la presión en el costo de insumos e incremento en los gastos de operación, así como a un incremento en la participación de FEMSA Comercio en los resultados consolidados, la cual tiene menor margen comparado con nuestras operaciones de bebidas.

Resultado Integral de Financiamiento

El resultado integral de financiamiento disminuyó 41.0% a Ps. 1,386 millones en el 2007, debido principalmente a un cambio en pérdidas por fluctuación cambiaria por Ps. 217 millones en el 2006, a ganancia de Ps. 691 millones en el 2007, debido a la apreciación del Peso Mexicano y del Real Brasileño, aplicada a nuestros pasivos denominados en dólares en el 2007.

Impuestos a la Utilidad

El impuesto efectivo sobre la renta fue de Ps. 4,950 millones en el 2007 comparado con Ps. 4,608 millones en el 2006, resultando en una tasa efectiva de impuestos de 29.3% comparada con una tasa de 31.8% en el 2006. Este cambio se debió principalmente a la disminución en la tasa del Impuesto Sobre la Renta ("ISR") en México de 29% en el 2006 a 28% en el 2007.

Utilidad Neta

La utilidad neta incrementó 21.1% a Ps. 11,936 millones en el 2007 en comparación con Ps. 9,860 millones en el 2006, debido principalmente al crecimiento en la utilidad de operación y a un cambio en la fluctuación cambiaria de pérdida en 2006 a ganancia en 2007.

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 8,511 millones en el 2007 en comparación con Ps. 7,127 millones en el 2006, representando un incremento de 19.4%. La utilidad neta mayoritaria por Unidad⁽¹⁾ FEMSA para el 2007 fue de Ps. 2.38 (\$2.18 por cada American Depositary Shares ("ADR")).

Inversión en Activo Fijo

La inversión en activo fijo de largo plazo alcanzó Ps. 11,257 millones en el 2007, un incremento de 19.5% comparado con 2006. La mayoría del incremento fue en nuestras operaciones de bebidas derivado de inversión en capacidad de producción y distribución, así como en el mercado.

Deuda Neta Consolidada

Al 31 de diciembre del 2007, nuestro saldo en caja fue de Ps. 10,456 millones (\$958 millones), un incremento de Ps. 1,690 millones (\$155 millones). La deuda a corto plazo fue de Ps. 9,364 millones (\$858 millones) y la deuda a largo plazo fue Ps. 30,665 millones (\$2,809 millones). Nuestra deuda neta tuvo una disminución de Ps. 4,079 millones (\$374 millones) a Ps. 29,574 millones (\$2,709 millones) en comparación con el 2007, resultado de la fuerte generación interna de flujo de efectivo y, en menor grado, la amortización de deuda bancaria, la cual compensó por completo la inversión en *Jugos del Valle*.

(1) Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre del 2007 fue 3,578,226,270, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO**COCA-COLA FEMSA****Ingresos Totales**

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA fueron de Ps. 69,251 millones, un incremento de 8.1% en el 2007 comparados con Ps. 64,046 millones en el 2006. México, Brasil, y Venezuela, contribuyeron principalmente a este incremento, representando más del 75% del crecimiento.

El volumen total de ventas fue de 2,120.8 millones de cajas unidad en el 2007 comparado con 1,998.1 millones de cajas unidad en el 2006, representando un incremento de 6.1%. El volumen de ventas de bebidas carbonatadas creció 5.7% resultado del volumen incremental en todos nuestros territorios, impulsado principalmente por la marca *Coca-Cola*, la cual representó cerca del 65% de los volúmenes de ventas incrementales. Una fuerte campaña de mercadotecnia relacionada con el lanzamiento de *Coca-Cola Zero* en México, Brasil y Argentina contribuyó para lograr este crecimiento.

El precio promedio por caja unidad en el 2007 fue Ps. 32.15, un incremento de 1.9% en términos reales en comparación a Ps. 31.56 en el 2006. Incrementos en los precios promedio en la mayoría de nuestros territorios, compensaron el menor precio promedio de México.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 6.3% a Ps. 35,881 millones en el 2007 en comparación con Ps. 33,745 millones en el 2006. La utilidad bruta aumentó 10.1% a Ps. 33,370 millones en el 2007 comparado con Ps. 30,301 millones en el 2006, debido a mayores ingresos en todos nuestros territorios, combinada con una mayor absorción de costos fijos. El margen bruto aumentó 0.9 puntos porcentuales, a 48.2% en el 2007 de 47.3% en el 2006, como resultado de un incremento en los ingresos, el cual compensó por completo el incremento en el costo de edulcorante en México.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 9.3% en términos reales a Ps. 21,923 millones en el 2007 principalmente como un resultado de (1) incremento de los salarios por encima de la inflación en algunos países en los cuales operamos, (2) crecimiento en los gastos de operación debido al incremento en el gasto de mantenimiento y costos de fletes en algunos territorios y (3) incremento en la inversión de mercadotecnia con el objetivo de reforzar nuestra presencia en el mercado y construir valor de marca. Los gastos de operación, como porcentaje de los ingresos totales incrementaron de 31.3% en el 2006 a 31.7% en el 2007.

La utilidad de operación incrementó 11.7% a Ps. 11,447 millones en el 2007 en comparación con Ps. 10,251 millones en el 2006. El crecimiento de Brasil, Colombia y Venezuela contribuyeron a la mayoría de la utilidad incremental, y compensaron por completo la ligera disminución de México. El margen de operación incrementó 0.5 puntos porcentuales a 16.5% en el 2007 debido principalmente al apalancamiento operativo resultado de mayores ingresos.

FEMSA CERVEZA**Ingresos Totales**

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 4.3% a Ps. 39,566 millones en el 2007 en comparación con Ps. 37,919 millones en el 2006. Las ventas de cerveza incrementaron 5.4% a Ps. 36,457 millones en el 2007 comparadas con Ps. 34,602 millones en el 2006, representando el 92.1% de los ingresos totales. El crecimiento fue impulsado por un incremento en el volumen de ventas de cerveza, el cual compensó la disminución en la venta de empaques a terceros debido al incremento en el consumo interno de la producción de empaques, lo cual provocó una disminución en las ventas a terceros; y al 0.6% de disminución en el precio promedio por hectolitro en términos reales, resultado de la disminución en el precio promedio por hectolitro en todas nuestras operaciones. Los ingresos de cerveza en México representaron 68.8% de los ingresos totales de 2007, comparado con 69.2% durante el 2006. FEMSA Cerveza en Brasil representaron 14.9% de los ingresos totales del 2007 comparado con 14.2% durante el 2006. Cerveza de exportación representó 8.4% de los ingresos totales del 2007 comparado con 7.9% durante el 2006.

El volumen de ventas de cerveza de México aumentó 3.9% a 26.962 millones de hectolitros en el 2007 a pesar del fuerte comparativo 2006 y a condiciones climáticas desfavorables, principalmente durante el primer y tercer trimestre del 2007. El crecimiento fue impulsado por nuestros productos de la familia de marcas *Tecate*, *Sol e Indio* a través del país. El precio por hectolitro permaneció casi sin cambios en términos reales en Ps. 1,009.4 en el 2007.

El volumen de ventas de cerveza de Brasil aumentó 9.6% a 9.795 millones de hectolitros en el 2007 comparado con 8.935 millones de hectolitros en el 2006, crecimiento por arriba de la industria de cerveza en Brasil. Este crecimiento refleja la tendencia positiva de los resultados de nuestro portafolio de productos, el cual continúa desarrollándose en línea con nuestro plan para este territorio. El precio por hectolitro en Brasil decreció 0.2% del 2006 en términos reales a Ps. 602.7 en el 2007.

El volumen de ventas de exportación tuvo crecimiento de doble dígito de 13.2% comparado con el 2006, alcanzando 3.183 millones de hectolitros en el 2007 y 2.811 millones de hectolitros en el 2006, principalmente debido al incremento en la demanda de *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos y de *Sol* en otros mercados clave. El precio por hectolitro en Exportaciones decreció 1.0% a Ps. 1,048.9 en el 2007 comparado con 2006.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 8.5% en el 2007 a Ps. 17,889 millones comparado a Ps. 16,487 millones en el 2006. Este incremento refleja un crecimiento en el volumen de ventas total de 5.9%, mayores costos en materias primas, particularmente aluminio y granos, así como al volumen incremental de presentaciones no-retornables. La utilidad bruta alcanzó Ps. 21,677 millones en el 2007 comparado a Ps. 21,432 millones en el 2006. A pesar del incremento de 1.1% en la utilidad bruta en el 2007, el margen bruto decreció 1.7 puntos porcentuales, de 56.5% en el 2006 a 54.8% en el 2007.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 6.3% a Ps. 16,273 millones en el 2007 en comparación con Ps. 15,312 millones en el 2006. Los gastos administrativos incrementaron 0.8% a Ps. 4,316 millones en el 2007 comparado con Ps. 4,283 millones en el 2006. El gasto de ventas aumentó 8.4% a Ps. 11,957 millones en el 2007 en comparación con Ps. 11,029 millones en el 2006. La mayor parte del incremento resultó de la continua inversión en el desarrollo de canales de distribución propios y en actividades para el fortalecimiento de nuestras marcas *Sol* y *Tecate* en México, así como *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos; y al incremento en actividades de mercadotecnia en Brasil para nuestras marcas *Sol* y *Kaiser*. La utilidad de operación decreció 11.7% en 2007 a Ps. 5,404 millones comparado con 2006, resultando en margen de operación de 13.7% en 2007.

FEMSA COMERCIO

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 14.3% a Ps. 42,103 millones en el 2007 en comparación con Ps. 36,835 millones en el 2006. El incremento en los ingresos totales resultó principalmente de la agresiva expansión de la cadena de tiendas de conveniencia OXXO, que sumó 716 nuevas tiendas netas durante el 2007 y al incremento en las ventas-mismas-tiendas. Al 31 de diciembre del 2007 contamos con 5,563 tiendas OXXO en México. Este es el décimo segundo año consecutivo que OXXO incrementa el número de aperturas de tiendas con respecto al año anterior. Las ventas-mismas-tiendas de OXXO incrementaron en promedio 3.3% con respecto al 2006, reflejando un incremento en el tráfico de 4.4%, debido a un aumento en la variedad de productos y servicios, compensando una disminución de 1.1% en el "ticket" promedio. La dinámica de tráfico y "ticket" refleja la introducción del servicio de venta de tiempo aire electrónico a consumidores de telefonía móvil, implementado a nivel nacional durante los últimos meses, el cual genera tráfico incremental y por el cual sólo el margen neto es registrado en lugar de registrar el ingreso total de la venta de recarga de tiempo aire.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 12.9% a Ps. 30,301 millones en el 2007, por debajo del crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 26,839 millones en el 2006. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 11,802 millones en el 2007, representando un incremento de 18.1% en relación con el 2006. El margen bruto fue de 28.0% como porcentaje de los ingresos totales, una expansión de 0.9 puntos porcentuales, resultado principalmente de mejores estrategias de precios en algunos productos, exitosas promociones implementadas con nuestros socios comerciales, así como el crecimiento de algunas categorías con más alto margen de rentabilidad como fast food, café y bebidas alternativas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 13.9% a Ps. 9,487 millones en el 2007 en comparación con Ps. 8,332 millones en el 2006. Los gastos administrativos disminuyeron 0.4% a Ps. 751 millones en el 2007 en comparación con Ps. 754 millones en el 2006, debido a que se completó la amortización de la inversión en el sistema ERP Oracle, así como a algunas iniciativas para el control de gastos que siguen generando resultados positivos. Los gastos de ventas como porcentaje de los ingresos totales permanecieron estables en 20.7% durante 2007, en términos absolutos tuvieron un incremento de 15.3% a Ps. 8,736 millones en comparación con Ps. 7,578 millones en el 2006. La utilidad de operación incrementó 39.1% a Ps. 2,315 millones en el 2007 en comparación con Ps. 1,664 millones en el 2006. El margen de operación incrementó 1.0 puntos porcentuales, alcanzando 5.5% como porcentaje de los ingresos totales en el 2007 comparado a 4.5% en el 2006, debido a la expansión del margen bruto y a una mayor absorción de gastos resultado de la palanca operativa.

ACONTECIMIENTOS RELEVANTES DURANTE 2007

FEMSA y Heineken Firmaron un Acuerdo de Importación en E.U. por Diez Años.

Heineken USA y FEMSA Cerveza firmaron un nuevo acuerdo el 26 de abril de 2007 a través del cual extienden su previa relación de tres años en Estados Unidos por un periodo adicional de diez años. Heineken continúa siendo el único y exclusivo importador, comercializador y vendedor en Estados Unidos de las marcas de FEMSA: *Dos Equis*, *Tecate*, *Tecate Light*, *Sol*, *Bohemia* y *Carta Blanca*. El acuerdo fue efectivo a partir del 1 de enero de 2008 y estará vigente hasta el 31 de diciembre de 2017.

FEMSA Completa Exitosamente Subdivisión de Acciones.

Los accionistas de FEMSA aprobaron la subdivisión (split) en razón de tres a uno en todas las acciones en circulación de FEMSA y en los ADRs. La subdivisión de las acciones no afectó la tenencia accionaria de FEMSA. Las nuevas unidades fueron canjeadas por la Bolsa Mexicana de Valores, en razón de tres a una el 28 de mayo de 2007, a los accionistas registrados al 25 de mayo de 2007 y los ADRs en circulación en NYSE fueron distribuidas el 30 de mayo del 2007, a los accionistas registrados el 25 de mayo del 2007.

Coca-Cola FEMSA Alcanzó un Acuerdo con The Coca-Cola Company para Adquirir el Embotellador REMIL.

Coca-Cola FEMSA alcanzó un acuerdo con The Coca-Cola Company para adquirir una franquicia de su propiedad localizada en el estado de Minas Gerais (Refrigerantes Minas Gerais Ltda., "REMIL") en Brasil. El cierre así como los términos y condiciones de la transacción estarán sujetos a la confirmación del proceso de análisis y evaluación "due-diligence," la negociación y ejecución de un acuerdo definitivo y a la aprobación del Consejo de Administración de ambas compañías. La población que abarca REMIL es de aproximadamente 15 millones de personas, incluyendo Belo Horizonte, la tercera ciudad más grande de Brasil. La transacción se espera sea completada durante el primer trimestre de 2008.

Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company Completan la Adquisición de Jugos del Valle.

El 10 de octubre de 2007, una sociedad en cuyo capital social participan indirectamente en la misma proporción Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. ("Coca-Cola FEMSA") y The Coca-Cola Company (NYSE: KO), lanzó una Oferta Pública de Compra de hasta el 100% de las acciones representativas del capital social de la empresa Jugos del Valle, S.A.B. de C.V. por un monto aproximado de \$370 millones en efectivo, equivalente a un precio de \$6.3409 por acción, adicionalmente asumiendo pasivos por una cantidad aproximada de \$86 millones. El 08 de Noviembre, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company informan al público inversionista que la Oferta Pública de Compra se llevó a cabo exitosamente y la sociedad adquirió acciones representando el 100% del capital social de la empresa Jugos del Valle. La transacción fue aprobada por las autoridades regulatorias de México y Brasil y fue llevada a cabo en México. El resto de los embotelladores de productos de la marca Coca-Cola en México y Brasil, serán incorporados en la sociedad.

FEMSA Invertirá US\$ 392 Millones en Nueva Planta Cervecería y Fábrica de Vidrio.

En noviembre de 2007, FEMSA anunció que llevará a cabo una inversión por \$392 millones para la construcción de dos plantas en Chihuahua, México. La inversión esta compuesta de \$275 millones para una cervecería y \$117 millones para una fábrica de botellas de vidrio. En una primera etapa, la nueva planta cervecería tendrá una capacidad de producción de 5 millones de hectolitros anuales, un incremento del 15% sobre la capacidad actual de FEMSA Cerveza en México. La planta de vidrio tendrá una capacidad de 700 millones de botellas al año, representando un incremento del 54% sobre nuestra capacidad actual. La inversión se realizará durante el 2008 y el 2009; y ambas plantas deberán entrar en operación en el 2010.

FEMSA Realizó Exitosa Emisión de Certificados Bursátiles en el Mercado Mexicano.

En diciembre de 2007, colocamos certificados bursátiles por: Ps. 3,500 millones a 6 años a Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) de 28 días menos 0.05% y por Ps. 2,500 millones denominado en UDIS a 10 años a Tasa de Interés de Udibonos más 0.56%, cuya tasa de interés fue convertida a TIIE. A pesar de las complejas condiciones del mercado, las emisiones recibieron una sobre demanda de 4.5 y 2 veces, respectivamente. Los recursos obtenidos de esta emisión fueron utilizados para refinanciar créditos bancarios existentes, mejorando el costo de financiamiento de FEMSA y extendiendo significativamente nuestro perfil de vencimientos.

AL CONSEJO DE ADMINISTRACION DE FOMENTO ECONOMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.:

En cumplimiento a lo dispuesto en los Artículos 42 y 43 de la Ley del Mercado de Valores y el Reglamento del Comité de Auditoría, informo a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo durante el año terminado el 31 de diciembre de 2007. En el desarrollo de nuestro trabajo, hemos tenido presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas y por tratarse de una Compañía registrada en el mercado de valores en los Estados Unidos, las disposiciones establecidas en la Ley Sarbanes-Oxley. Nos reunimos cuando menos trimestralmente y con base en un programa de trabajo, llevamos a cabo las actividades que se describen a continuación.

Control Interno

Nos cercioramos que la Administración, en cumplimiento de sus responsabilidades en materia de control interno, haya establecido los lineamientos generales y los procesos necesarios para su aplicación y cumplimiento. En adición, dimos seguimiento a los comentarios y observaciones que al respecto, hayan desarrollado los Auditores Externos e Internos en el desarrollo de su trabajo.

Validamos las acciones realizadas por la empresa a fin de dar cumplimiento a la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley relativa a la auto evaluación de control interno que efectuó la empresa y deberá reportar por el año 2007. Durante este proceso, se dio seguimiento a las medidas preventivas y correctivas implementadas, relativas a aspectos de control interno que requieran mejorarse.

Auditoría Externa

Recomendamos al Consejo de Administración la contratación de los auditores externos del Grupo y subsidiarias para el ejercicio fiscal 2007. Para este fin, nos cercioramos de su independencia y el cumplimiento de los requerimientos de rotación de personal establecidos en la Ley. Analizamos con ellos, su enfoque y programa de trabajo así como su coordinación con el área de Auditoría Interna.

Mantuvimos una comunicación constante y directa para conocer los avances de su trabajo, las observaciones que tuvieran y tomar nota de sus comentarios sobre su revisión a los estados financieros trimestrales y anuales. Conocimos oportunamente sus conclusiones e informes sobre los estados financieros anuales y dimos seguimiento a la implementación de las observaciones y recomendaciones que desarrollaron en el transcurso de su trabajo.

Autorizamos los honorarios pagados a los auditores externos por servicios de auditoría y otros servicios permitidos, asegurándonos que no interfirieran con su independencia de la empresa.

Tomando en cuenta los puntos de vista de la Administración, llevamos a cabo la evaluación de sus servicios correspondientes al año anterior e iniciamos el proceso de evaluación correspondiente al ejercicio 2007.

Auditoría Interna

Con el fin de mantener su independencia y objetividad, el área de Auditoría Interna, le reporta funcionalmente al Comité de Auditoría. En consecuencia:

1. Revisamos y aprobamos con la debida oportunidad, su programa y presupuesto anual de actividades.
2. Recibimos informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado, las variaciones que pudiera haber tenido así como las causas que las originaron.
3. Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que desarrollaron y su implementación oportuna.
4. Nos aseguramos que se tuviera implementado un plan anual de capacitación.
5. Revisamos las evaluaciones del servicio de Auditoría Interna efectuadas por los responsables de las unidades de negocio y por el propio Comité.

También Auditoría Interna participó en el proceso de identificación de riesgos, establecimiento de controles y prueba de los mismos, para cumplir con los requerimientos de la Ley Sarbanes-Oxley.

Información Financiera, Políticas Contables e Informes a Terceros

Revisamos con las personas responsables de la preparación de los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos al Consejo de Administración su aprobación y autorización para ser publicados. Como parte de este proceso tomamos en cuenta la opinión y observaciones de los auditores externos y nos cercioramos que los criterios, políticas contables y de información utilizados por la Administración para preparar la información financiera sean adecuados y suficientes y se hayan aplicado en forma consistente con el ejercicio anterior en consecuencia, la información presentada por la Administración, refleja en forma razonable la situación financiera, los resultados de la operación y los cambios en la situación financiera de la Sociedad, por el año terminado el 31 de diciembre de 2007.

Nuestra revisión incluyó también, los reportes trimestrales que prepara la Administración para ser presentados a los accionistas y público en general, así como cualquier otra información financiera requerida por las regulaciones en México y Estados Unidos. Verificamos, que fuera preparada utilizando los mismos criterios contables, empleados para preparar la información anual. Como conclusión, recomendamos al Consejo que autorizara su publicación.

Aprobamos la incorporación a las políticas contables de la Sociedad, los nuevos procedimientos contables que entraron en vigor en 2007, que hayan sido emitidos por el organismo responsable de la normatividad contable en México.

Cumplimiento de la Normatividad, Aspectos Legales y Contingencias

Confirmamos la existencia y confiabilidad de los controles establecidos por la empresa, para asegurar el cumplimiento de las diferentes disposiciones legales a que está sujeta, asegurándonos que estuviesen adecuadamente reveladas en la información financiera.

Revisamos periódicamente las diversas contingencias fiscales, legales y laborales existentes en la empresa, vigilamos la eficacia del procedimiento establecido para su identificación y seguimiento, así como su adecuada revelación y registro.

Código de Conducta

Con el apoyo de Auditoría Interna, nos cercioramos del cumplimiento por parte del personal, del Código de Ética de Negocios vigente en el Grupo, así como de la aplicación de las sanciones correspondientes en los casos de violaciones detectadas.

Revisamos las denuncias recibidas en el Sistema de Denuncias que para este fin tiene establecido la empresa, dando seguimiento a su correcta y oportuna atención.

Aspectos Administrativos

Llevamos a cabo reuniones regulares del Comité con la Administración para mantenernos informados de la marcha de la Sociedad y las actividades y eventos relevantes y poco usuales. También nos reunimos con los auditores externos e internos, sin la presencia de miembros de la Administración, para comentar el desarrollo de su trabajo, limitaciones que pudieran haber tenido y facilitar cualquier comunicación privada que desearan tener con el Comité.

En los casos que juzgamos conveniente, solicitamos el apoyo y opinión de expertos independientes. Asimismo, no tuvimos conocimiento de posibles incumplimientos significativos a las políticas de operación, sistema de control interno y políticas de registro contable.

Celebramos reuniones ejecutivas con la participación exclusiva de los miembros del Comité, estableciéndose durante las mismas acuerdos y recomendaciones para la Administración.

El Presidente del Comité de Auditoría reportó trimestralmente al Consejo de Administración, las actividades que se desarrollaron.

Los trabajos que llevamos a cabo, quedaron debidamente documentados en actas preparadas de cada reunión las cuales, fueron revisadas y aprobadas oportunamente por los integrantes del Comité.

Realizamos nuestra auto evaluación anual de desempeño, y entregamos el resultado al Presidente del Consejo de Administración.

Atentamente



Alexis E. Rovzar de la Torre
Presidente del Comité de Auditoría

15 de febrero de 2008

Dictamen de los Auditores Independientes

AL CONSEJO DE ADMINISTRACION Y ACCIONISTAS DE FOMENTO ECONOMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.:

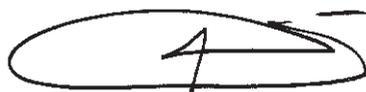
Hemos examinado los estados consolidados de situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2007 y 2006, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable, y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías. No examinamos los estados financieros de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias (subsidiaria consolidada), cuyos estados financieros representan el 9% y 8% de los activos totales consolidados en 2007 y 2006, respectivamente, y el 29%, 27% y 26% de los ingresos totales consolidados por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007, respectivamente. Dichos estados financieros fueron examinados por otros auditores, cuyo informe nos ha sido proporcionado, y nuestra opinión aquí expresada con respecto a las cantidades incluidas de FEMSA Comercio S.A. de C.V. y subsidiarias, está basada únicamente en el informe de dichos auditores.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con las normas de información financiera mexicanas. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de las normas de información financiera utilizadas, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes y el informe de los otros auditores proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, basados en nuestros exámenes y el informe de los otros auditores, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2007 y 2006, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en las cuentas del capital contable y los cambios en la situación financiera, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Nuestra auditoría al 31 de diciembre de 2007 también contempló la conversión de importes en pesos mexicanos a dólares americanos y, en nuestra opinión, tal conversión ha sido realizada de conformidad con las bases descritas en la Nota 2. La conversión de los importes de los estados financieros consolidados de 2007 a dólares americanos ha sido realizada únicamente para conveniencia de los lectores en los Estados Unidos de América.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu



C.P.C. Gabriel González Martínez
Monterrey, N.L., México
25 de febrero de 2008

Al 31 de diciembre de 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007		2006
ACTIVO			
Activo Circulante:			
Efectivo y valores de realización inmediata	\$ 958	Ps. 10,456	Ps. 8,766
Cuentas por cobrar	854	9,329	7,747
Inventarios	919	10,037	8,704
Impuestos por recuperar	156	1,699	1,341
Inversión en acciones disponibles para venta	63	684	—
Otros activos circulantes	117	1,280	1,271
Total activo circulante	3,067	33,485	27,829
Inversión en acciones	171	1,863	824
Propiedad, planta y equipo	5,011	54,707	52,960
Activos intangibles	5,518	60,234	57,906
Otros activos	1,018	11,117	9,878
Botellas y cajas	286	3,125	3,067
Impuestos diferidos por recuperar	116	1,264	2,052
TOTAL ACTIVO	\$ 15,187	Ps. 165,795	Ps. 154,516

Al 31 de diciembre de 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007		2006
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo Circulante:			
Préstamos bancarios	\$ 316	Ps. 3,447	Ps. 4,183
Intereses por pagar	44	475	461
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	542	5,917	2,563
Proveedores	1,251	13,657	12,479
Obligaciones fiscales por pagar	335	3,658	2,845
Cuentas por pagar	427	4,658	3,911
Otros pasivos circulantes	145	1,592	1,618
Total pasivo circulante	3,060	33,404	28,060
Pasivo a Largo Plazo:			
Préstamos bancarios y documentos por pagar	2,809	30,665	35,673
Impuestos diferidos por pagar	328	3,584	3,995
Obligaciones laborales	341	3,718	3,269
Contingencias y otros pasivos	437	4,771	5,311
Total pasivo a largo plazo	3,915	42,738	48,248
Total pasivo	6,975	76,142	76,308
Capital Contable:			
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	2,297	25,075	21,554
Interés mayoritario:			
Capital social	490	5,348	5,348
Prima en suscripción de acciones	1,888	20,612	20,557
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	3,491	38,108	32,529
Utilidad neta	780	8,511	7,127
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(734)	(8,001)	(8,907)
Total interés mayoritario	5,915	64,578	56,654
Total capital contable	8,212	89,653	78,208
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 15,187	Ps. 165,795	Ps. 154,516

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de situación financiera.
Monterrey, N.L., México a 18 de febrero de 2008.



José Antonio Fernández Carbajal
Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas

Estados Consolidados de Resultados

FOMENTO ECONOMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007, excepto información por acción.

	2007		2006	2005
Ventas netas	\$ 13,472	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799
Otros ingresos de operación	44	487	473	663
Ingresos totales	13,516	147,556	136,120	119,462
Costo de ventas	7,310	79,801	73,366	63,721
Utilidad bruta	6,206	67,755	62,754	55,741
Gastos de operación:				
De administración	842	9,191	8,973	7,957
De ventas	3,571	38,995	35,314	30,345
	4,413	48,186	44,287	38,302
Utilidad de operación	1,793	19,569	18,467	17,439
Otros gastos, neto	(119)	(1,297)	(1,650)	(1,108)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(417)	(4,554)	(4,299)	(4,759)
Producto financiero	70	769	792	765
Fluctuación cambiaria	63	691	(217)	318
Ganancia por posición monetaria	151	1,639	1,488	1,204
Ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	6	69	(113)	(166)
	(127)	(1,386)	(2,349)	(2,638)
Utilidad neta antes de impuestos	1,547	16,886	14,468	13,693
Impuestos a la utilidad	454	4,950	4,608	4,620
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Utilidad neta mayoritaria	780	8,511	7,127	5,951
Utilidad neta minoritaria	313	3,425	2,733	3,122
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos constantes):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.04	Ps. 0.42	Ps. 0.36	Ps. 0.31
Por acción Serie "D"	\$ 0.05	Ps. 0.53	Ps. 0.44	Ps. 0.39

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de resultados.

Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera

FOMENTO ECONOMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007		2006	2005
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:				
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Depreciación	452	4,930	4,954	4,682
Amortización y otros cargos virtuales	291	3,182	3,154	2,802
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	9	93	208	84
Impuestos diferidos	(22)	(239)	78	(68)
	1,823	19,902	18,254	16,573
Capital de trabajo:				
Cuentas por cobrar	(141)	(1,536)	(557)	(532)
Inventarios	(166)	(1,812)	(1,153)	(359)
Impuestos por recuperar, neto	41	453	(568)	(625)
Otros activos circulantes e inversión en acciones disponibles para venta	(61)	(668)	(173)	(95)
Proveedores y otros pasivos circulantes	182	1,987	1,403	628
Intereses por pagar	1	14	25	(6)
Obligaciones laborales	(28)	(318)	(297)	(392)
Recursos netos generados por actividades de operación	1,651	18,022	16,934	15,192
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:				
Venta del interés minoritario	38	415	—	—
Propiedad, planta y equipo	(551)	(6,015)	(5,281)	(3,640)
Otros activos	(410)	(4,472)	(3,086)	(2,725)
Inversión en acciones	(95)	(1,040)	74	10
Botellas y cajas	(79)	(861)	(696)	(548)
Activos intangibles	(31)	(336)	(433)	(422)
Otras adquisiciones de negocio	(12)	(128)	(165)	—
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA	—	—	(4,801)	—
Adquisiciones de FEMSA Cerveza	—	—	(1,421)	—
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(1,140)	(12,437)	(15,809)	(7,325)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:				
Préstamos bancarios adquiridos	885	9,660	9,404	2,061
Préstamos bancarios pagados	(994)	(10,851)	(4,292)	(14,518)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(110)	(1,202)	(1,213)	(1,382)
Dividendos decretados y pagados	(175)	(1,909)	(1,459)	(1,103)
Contingencias y otros pasivos	(4)	(45)	(3,906)	22
Resultado acumulado por conversión	41	446	(213)	(239)
Incremento de capital por oferta pública	—	—	—	8,461
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento	(357)	(3,901)	(1,679)	(6,698)
Efectivo y valores de realización inmediata:				
Incremento (decremento), neto	154	1,684	(554)	1,169
Efectivo recibido en adquisiciones	1	6	55	—
Saldo inicial	803	8,766	9,265	8,096
Saldo Final	\$ 958	Ps. 10,456	Ps. 8,766	Ps. 9,265

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de cambios en la situación financiera.

Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones
<i>Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005.</i>		
<i>Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.</i>		
Saldos al 31 de diciembre de 2004	Ps. 4,979	Ps. 14,154
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Incremento del capital por oferta pública	369	8,092
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2005	5,348	22,246
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Adquisición del interés minoritario de Kaiser		
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		(80)
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		(1,609)
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2006	5,348	20,557
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Venta del interés minoritario		55
Adquisición del interés minoritario		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2007	Ps. 5,348	Ps. 20,612

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de variaciones en las cuentas de capital contable.

Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores	Utilidad Neta	Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral	Interés Mayoritario	Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas	Total Capital Contable
Ps. 21,447	Ps. 6,917	Ps. (7,183)	Ps. 40,314	Ps. 19,713	Ps. 60,027
6,917 (731)	(6,917)		(731)	(372)	— (1,103)
	5,951	(1,595)	8,461 4,356		8,461 7,013
27,633	5,951	(8,778)	52,400	21,998	74,398
5,951 (1,055)	(5,951)		(1,055)	(404)	— (1,459)
			(80)	467	467 (175)
	7,127	(129)	(1,609) 6,998	(3,192)	(4,801) 9,778
32,529	7,127	(8,907)	56,654	21,554	78,208
7,127 (1,525)	(7,127)		(1,525)	(384)	— (1,909)
(23)			55 (23)	360	415 (39)
	8,511	906	9,417	3,561	12,978
Ps. 38,108	Ps. 8,511	Ps. (8,001)	Ps. 64,578	Ps. 25,075	Ps. 89,653

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005.

Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

NOTA 1. ACTIVIDADES DE LA COMPAÑIA.

Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. ("FEMSA") es una sociedad mexicana controladora. Las actividades principales de FEMSA y sus subsidiarias (la "Compañía"), como una unidad económica, se realizan por diferentes compañías operadoras, las cuales son agrupadas en varias subsidiarias directas e indirectas de FEMSA ("Compañías Subtenedoras"). A continuación se describen las actividades, así como la tenencia en cada Compañía Subtenedora:

Compañía Subtenedora	% Tenencia	Actividades
Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias ("Coca-Cola FEMSA")	53.7% (63.0% de acciones con derecho a voto)	Producción, distribución y comercialización de bebidas de algunas de las marcas registradas de Coca-Cola en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. The Coca-Cola Company posee indirectamente el 31.6% del capital social de Coca-Cola FEMSA. Adicionalmente, las acciones que representan el 14.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores ("BMV") y en The New York Stock Exchange, Inc. ("NYSE").
FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Cerveza")	100%	Producción, distribución y comercialización de cerveza a través de su principal subsidiaria, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., la cual opera seis plantas en México que producen y distribuyen 21 diferentes marcas de cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Sol, Carta Blanca, Superior e Indio. A partir de enero de 2006, FEMSA Cerveza realiza la producción, distribución y comercialización de cerveza en Brasil a través de Cervejarias Kaiser Brasil, S.A. ("Kaiser") la cual opera ocho plantas. Kaiser produce 14 marcas de cerveza, de las cuales Kaiser Pilsen, Bavaria Pilsen y Sol son las más importantes (ver Nota 5 C).
FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Comercio")	100%	Operación de una cadena de tiendas de conveniencia en México bajo el nombre de "OXXO".
Otras compañías	100%	Producción y distribución de etiquetas, cajas de plástico, enfriadores y equipo de refrigeración comercial; así como servicios de transporte, logística y mantenimiento a compañías subsidiarias y terceros.

NOTA 2. BASES DE PRESENTACION.

Los estados financieros consolidados incluyen los estados financieros de FEMSA y de aquellas compañías en las cuales es propietaria directa o indirectamente de la mayoría de las acciones con derecho a voto y/o ejerce control significativo. Todos los saldos y operaciones con intercompañías han sido eliminados en la consolidación.

Los estados financieros consolidados de la Compañía se prepararon de acuerdo a las Normas de Información Financiera aplicables en México ("NIF mexicanas") y son presentados en millones de pesos mexicanos ("Ps."). La conversión de pesos a dólares americanos ("\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, para este efecto se utilizó la cotización del tipo de cambio de compra de mediodía publicado por el *Bank of New York* equivalente a 10.9169 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2007.

A partir del 1 de enero de 2007, entró en vigor la NIF B-3 "Estado de Resultados" la cual establece criterios generales para la presentación y estructura de resultados, los requisitos mínimos de su contenido así como las normas generales de revelación. Adicionalmente, la Interpretación a la Norma de la Información Financiera ("INIF") INIF No. 4 establece que la Participación a los Trabajadores de las Utilidades (PTU) debe presentarse dentro de otros gastos. El monto de la PTU reclasificado a otros gastos al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 fue de Ps. 553, Ps. 530 y Ps. 588, respectivamente (ver Nota 18). Los estados de resultados consolidados de la por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 están presentados de acuerdo a los lineamientos señalados en la NIF B-3 y la INIF No. 4.

Atendiendo a las prácticas de la industria a la que pertenece, la Compañía clasifica por función sus costos y gastos dentro del estado de resultados.

La utilidad de operación corresponde a la disminución del costo de ventas y los gastos de operación de los ingresos totales. La NIF B-3 no requiere la inclusión de este renglón en el estado de resultados, sin embargo se ha incluido para mejor entendimiento de la ejecución financiera y económica de la Compañía.

Los resultados de los negocios adquiridos por FEMSA se incluyen en los estados financieros consolidados desde el día de su adquisición. Como resultado de ciertas adquisiciones (ver Nota 5), las cifras presentadas no son comparables con respecto a las de años anteriores.

El 18 de febrero de 2008, el Consejo de Administración de FEMSA, aprobó por unanimidad los estados financieros consolidados y las notas que los acompañan al 31 de diciembre de 2007.

NOTA 3. INCORPORACION DE SUBSIDIARIAS EN EL EXTRANJERO.

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se preparan en la moneda local del país de origen y de acuerdo con los principios contables aplicables para cada país. Para efectos de incorporar los estados de situación financiera individuales de cada subsidiaria extranjera en los estados financieros consolidados de FEMSA, estos son convertidos a NIF mexicanas y se actualizan a poder adquisitivo de la moneda local aplicando la inflación del país de origen y posteriormente, se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del ejercicio.

La variación en la inversión neta en las subsidiarias en el extranjero generada por la fluctuación del tipo de cambio se incluye en el resultado acumulado por conversión y se registra en el capital contable formando parte de las otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

Los saldos de financiamiento intercompañías de subsidiarias en el extranjero se consideran inversiones a largo plazo dado que no se planea su pago en el corto plazo, por lo que la posición monetaria y la fluctuación cambiaria generadas por dichos saldos, se registran en la cuenta de resultado acumulado por conversión en el capital contable como parte de las otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

NOTA 4. PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES.

Las principales políticas contables de la Compañía están de acuerdo con las NIF mexicanas, las cuales requieren que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice ciertos supuestos para determinar la valuación de algunas partidas incluidas en los estados financieros consolidados. Aún cuando pueden llegar a diferir de su efecto final, la administración de la Compañía considera que las estimaciones y supuestos utilizados son los adecuados a la fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados.

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

A) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación:

El reconocimiento de los efectos de la inflación en la información financiera consiste en:

- Actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios y activos fijos, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados;
- Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas en el monto necesario para mantener el poder de compra en pesos equivalentes a la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas, mediante la aplicación de los correspondientes factores de inflación;
- Incluir en el capital contable el resultado acumulado por la tenencia de activos no monetarios, el cual resulta de la diferencia neta entre la actualización, aplicando costos de reposición y la actualización mediante la aplicación de factores de inflación a los activos no monetarios; e
- Incluir en el resultado integral de financiamiento, el resultado por posición monetaria.

La Compañía actualiza sus estados financieros consolidados, en términos del mismo poder adquisitivo, utilizando factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado.

B) Efectivo y Valores de Realización Inmediata:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los valores de realización inmediata se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo a través de casas de bolsa cuyo vencimiento original es menor a tres meses, valuados a valor de mercado. Al 31 de diciembre de 2007 y 2006, el monto de los valores de realización inmediata ascendió a Ps. 6,125 y Ps. 5,369, respectivamente.

C) Inventarios y Costo de Ventas:

Los inventarios se actualizan a costos específicos de reposición, sin que excedan el valor de mercado. Los anticipos a proveedores para la compra de materias primas se incluyen en la cuenta de inventarios, y se actualizan aplicando factores de inflación considerando su antigüedad promedio.

El costo de ventas se determina con base en el valor de reposición de los inventarios al momento de su venta. El costo de ventas incluye costos relacionados con materias primas utilizadas en el proceso de producción, mano de obra (salarios y otros beneficios), depreciación de maquinaria, equipo y otros costos como combustible, energía eléctrica, rotura de botellas retornables en el proceso productivo, mantenimiento de equipo, inspección y costos de traslado entre plantas y dentro de las mismas.

D) Otros Activos Circulantes:

Los otros activos circulantes están integrados por pagos de servicios que serán recibidos en los siguientes 12 meses y por el valor de mercado de los instrumentos financieros derivados con vencimiento en el corto plazo (ver Nota 4 R).

Los pagos anticipados se registran a su costo histórico y se aplican a resultados cuando se reciben los servicios o beneficios. Los pagos anticipados consisten principalmente en publicidad, rentas, seguros y fianzas y gastos promocionales.

Los gastos de publicidad pagados por anticipado corresponden principalmente al tiempo de transmisión en televisión y radio, y se amortizan en un plazo máximo de 12 meses, de acuerdo al tiempo de transmisión de los anuncios. Los gastos relacionados con la producción de la publicidad son reconocidos en la utilidad de operación al momento en que inicia la campaña publicitaria.

Los gastos promocionales se aplican a resultados cuando se erogan, excepto aquellos relacionados con el lanzamiento de nuevos productos o presentaciones. Estos costos se registran como pagos anticipados y se amortizan en los resultados de acuerdo al tiempo en el que se estima que las ventas de estos productos o presentaciones alcanzarán su nivel normal de operación, el cual, generalmente, no es mayor a un año.

Adicionalmente, al 31 de diciembre de 2007 y 2006, la Compañía tiene efectivo restringido por Ps. 224 y Ps. 298 denominados en bolívares venezolanos y por Ps. 14 y Ps. 8 denominados en reales brasileños, ambos garantizando pasivos, los cuales se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo.

E) Botellas y Cajas:

Las botellas y cajas retornables se registran a su costo de adquisición y son actualizadas a su valor de reposición. Existen dos tipos de botellas y cajas retornables:

- En control de la Compañía, plantas y centros de distribución; y
- Entregadas a los clientes, propiedad de la Compañía.

La rotura de botellas y cajas retornables en plantas y centros de distribución, es registrada en resultados en el momento en que se incurre. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el gasto por rotura ascendió a Ps. 780, Ps. 737 y Ps. 822, respectivamente. La Compañía estima que el gasto por rotura en plantas y en centros de distribución es similar al gasto por depreciación calculado con una vida útil estimada de: cinco años para la botella retornable de cerveza, cuatro años para la botella de vidrio retornable de refrescos y cajas de plástico, y de 18 meses para la botella de plástico retornable de refrescos. La depreciación se calcula para efectos fiscales usando el método de línea recta a la tasa aplicable de cada país.

Las botellas y cajas retornables de FEMSA Cerveza que han sido entregadas a los clientes, están sujetas a acuerdos en los cuales FEMSA Cerveza es la propietaria. Estas botellas y cajas son controladas por personal de ventas durante sus visitas periódicas a los clientes y cualquier rotura que se identifique es cargada al cliente. Las botellas y cajas que no son sujetas a este tipo de acuerdos, se registran como gasto una vez que se le entregan al cliente.

Las botellas y cajas retornables de Coca-Cola FEMSA en el mercado por las cuales se recibe depósito de los clientes, se presentan netas de dichos depósitos, y la diferencia entre el costo y los depósitos recibidos, se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos. Las botellas y cajas por las cuales no se recibe depósito, que representan la mayor parte de las botellas y cajas entregadas al mercado, se reconocen como gasto de ventas cuando son puestas a disposición del cliente.

F) Inversión en Acciones:

La inversión en acciones en compañías asociadas en las cuales la Compañía tiene influencia significativa, se registra a su costo de adquisición y posteriormente se valúa a través del método de participación. La inversión en acciones en compañías afiliadas, en las cuales no se tiene influencia significativa, se registra al costo de adquisición y se actualiza mediante la aplicación de factores de inflación del país de origen. Se determina a valor razonable si tiene un valor de mercado observable.

G) Propiedad, Planta y Equipo:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. La propiedad, planta y equipo de procedencia nacional se actualiza aplicando factores de inflación de ese país. La propiedad, planta y equipo de procedencia extranjera se actualiza aplicando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. El mantenimiento de rutina y los costos de reparación se registran en resultados en el momento en que se incurrren.

La depreciación se calcula utilizando el método de línea recta, basado en el valor actualizado de los activos, disminuido por su valor residual. Las tasas de depreciación son estimadas por la Compañía, considerando la vida útil remanente de los activos.

El 1 de enero de 2007, entró en vigor la NIF D-6 "Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento". Esta norma establece que el resultado integral de financiamiento generado por los pasivos para financiar proyectos de inversión debe ser capitalizado como parte del costo total de adquisición de los activos de largo plazo cuando se cumplan ciertas condiciones y se amortiza en base a la vida útil del activo relacionado. La adopción de esta norma no tuvo impacto en la información financiera consolidada de la Compañía.

Durante 2005, todas las subsidiarias de la Compañía amortizaron su equipo de refrigeración en un promedio estimado de vida útil de cinco años. En 2006, la Compañía implementó un programa de revisión de la vida útil de su equipo de refrigeración. A partir de 2006 y durante 2007, las subsidiarias en México, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica y Guatemala modificaron su estimación contable de vida útil para el equipo de refrigeración de cinco a siete años prospectivamente, considerando principalmente el plan de mantenimiento y sustitución en el mercado de refrigeradores. Este cambio representó una disminución del gasto por depreciación de Ps. 115 y Ps. 132 por los años terminados al 31 de diciembre del 2007 y 2006, respectivamente. La vida útil estimada de los equipos de refrigeración de Venezuela, Panamá y Nicaragua se mantiene en cinco años.

La vida útil estimada de los principales activos de la Compañía se presenta a continuación:

	Años
Edificios y construcciones	40–50
Maquinaria y equipo	12–20
Equipo de distribución	10–12
Equipo de refrigeración	5–7
Equipo de cómputo	3–4

H) Otros Activos:

Los otros activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro y consisten principalmente en:

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:
 - Método de volumen de ventas: la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo (aproximadamente el 85% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta: la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 15% de los acuerdos con clientes de FEMSA Cerveza y el 100% de los acuerdos de Coca-Cola FEMSA se amortizan bajo este método).

Adicionalmente, para los acuerdos amortizados por medio del método de volumen de ventas, periódicamente se compara la amortización bajo este método y la amortización que hubiera resultado del cálculo del método de línea recta, y se registra una provisión en el caso de que el resultado del cálculo por medio del método de volumen de ventas sea menor al resultado del cálculo del método de línea recta. La amortización se registra disminuyendo el rubro de ventas netas, la cual para los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, fue de Ps. 1,360, Ps. 1,439 y Ps. 1,323, respectivamente.

- Mejoras en propiedades arrendadas, las cuales se actualizan aplicando factores de inflación, se amortizan en línea recta de acuerdo a la vida útil estimada del activo arrendado o al periodo establecido en el contrato, el que sea menor.

I) Activos Intangibles:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro. La Compañía clasifica sus activos intangibles en activos con vida definida y activos con vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el cual la Compañía espera recibir los beneficios.

Los activos intangibles con vida definida son amortizados a lo largo de su vida útil y están representados principalmente por:

- Gastos por inicio de actividades que corresponden a los gastos incurridos antes de que se inicien operaciones en las tiendas OXXO por concepto de rentas pagadas, permisos y licencias. Estos se actualizan aplicando factores de inflación y se amortizan en línea recta de acuerdo con el plazo del contrato de arrendamiento; y
- Costos de implementación de tecnología de información y sistemas de administración erogados en la fase de desarrollo, los cuales se actualizan aplicando factores de inflación y se amortizan en línea recta en un periodo de cuatro años. Las erogaciones que no cumplen con los requisitos para su capitalización, así como los costos de investigación, se registran en resultados en el momento en que se incurrían.

Los activos intangibles con vida indefinida no están sujetos a amortización y son objeto de una evaluación anual para determinar si existe deterioro en el valor de los activos. Estos activos son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en la cual la inversión fue hecha y se actualizan aplicando factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada año. La Compañía cuenta principalmente con los siguientes activos intangibles de vida indefinida:

- Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola en territorios adquiridos. Estos derechos están representados por contratos estandarizados que The Coca-Cola Company tiene celebrados con embotelladores fuera de los Estados Unidos de América para la venta del concentrado de ciertas marcas de The Coca-Cola Company;
- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas; y
- Marcas y crédito mercantil registrados en la adquisición de Kaiser (ver Nota 5 C).

El crédito mercantil representa el excedente entre el valor pagado sobre el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificado directamente con un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria adquirida y se actualiza utilizando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía solo cuenta con el crédito mercantil generado en la adquisición de Kaiser (ver Nota 5 C).

J) Deterioro de Activos de Larga Duración:

La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración para determinar si existe un deterioro en el valor contable, comparando los flujos de efectivo que estima genere ese activo en el futuro.

Para activos de larga duración, tales como propiedad, planta y equipo y otros activos, la Compañía realiza pruebas de deterioro cada que existan eventos o cambios en las circunstancias que indiquen que el valor de un activo, o grupo de activos, puede no ser recuperable por medio de los flujos de efectivo esperados.

Para activos intangibles, la Compañía lleva a cabo pruebas de deterioro anuales y cada vez que existan indicios de que el valor de dicho activo pudiera exceder su valor razonable. Los ajustes por deterioro en el valor de los activos de larga duración se reconocen en resultados en la cuenta de otros gastos.

K) Pagos de The Coca-Cola Company:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en el de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Los recursos recibidos para publicidad y promociones se registran como una reducción de los gastos de venta. Los recursos recibidos para el programa de inversión en equipo de refrigeración, se registran reduciendo la inversión en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 ascendieron a Ps. 1,582, Ps. 1,261 y Ps. 1,098, respectivamente.

L) Obligaciones de Carácter Laboral:

Las obligaciones de carácter laboral se integran de los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones por causa distinta de reestructuración, y se determinan a través de cálculos actuariales realizados por actuarios independientes, basados en el método del crédito unitario proyectado.

Las obligaciones laborales se consideran partidas no monetarias, las cuales se determinan aplicando supuestos económicos de largo plazo. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales se registra en los resultados de operación del ejercicio, y el costo de los servicios pasados se amortiza en el periodo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan.

Ciertas subsidiarias de la Compañía tienen constituidos fondos para el pago de pensiones y servicios médicos posteriores al retiro, a través de un fideicomiso irrevocable a favor de los trabajadores.

M) Reconocimiento de los Ingresos:

Los ingresos se reconocen de acuerdo con los términos de embarque establecidos, de la siguiente manera:

- Las ventas nacionales, al momento en que los productos se entregan al cliente y éste toma posesión de los productos (LAB destino). Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, las ventas nacionales representan aproximadamente el 97% de las ventas totales consolidadas; y
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque) y la transferencia de la propiedad y su riesgo de pérdida.

Las ventas netas reflejan las unidades vendidas a precio de lista neto de promociones, descuentos y amortización de acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía.

N) Gastos de Operación:

Los gastos de administración incluyen salarios y prestaciones para los empleados que no están directamente involucrados en el proceso de venta de los productos de la Compañía, honorarios por servicios profesionales, depreciación de las oficinas y amortización de los gastos capitalizados del sistema integral de negocio.

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el gasto de distribución ascendió a Ps. 10,601, Ps. 9,921 y Ps. 9,273, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

O) Otros Gastos:

Los principales conceptos que se incluyen en otros gastos son la PTU, utilidad o pérdida en venta de activo fijo, deterioro en el valor de los activos de largo plazo, reserva por contingencias e indemnizaciones por reestructura, así como los gastos que se deriven de actividades que no están relacionadas a la principal fuente de ingresos de la Compañía y que no forman parte del resultado integral de financiamiento.

La PTU es aplicable para México y Venezuela. En México se determina aplicando la tasa del 10% a la utilidad fiscal de cada una de las subsidiarias, excepto por considerar la depreciación histórica en lugar de la depreciación actualizada, la fluctuación cambiaria exigible en lugar de la devengada y no considera algunos efectos de la inflación. En Venezuela, se determina aplicando el 15% a la utilidad después de impuestos.

No existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta y la utilidad fiscal gravable para PTU, por lo que no se ha registrado provisión alguna por PTU diferida.

Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y asociados con beneficios preestablecidos se registran en otros gastos, en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas. Durante los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el monto de indemnizaciones registradas en otros gastos ascendió a Ps. 255, Ps. 866 y Ps. 132, respectivamente.

P) Impuestos a la Utilidad:

Los impuestos a la utilidad se registran en resultados conforme se incurren, incluyendo su efecto por impuestos diferidos. Con el propósito de reconocer los efectos de los impuestos diferidos en los estados financieros, la Compañía realiza proyecciones prospectivas y retrospectivas a mediano plazo con el fin de determinar la base fiscal con la cual se estará gravando en el futuro, cuando existe más de una base fiscal dentro de la misma jurisdicción. El impuesto diferido resulta de las diferencias temporales entre las bases contables y fiscales de los activos y pasivos incluyendo el beneficio de las pérdidas fiscales. El impuesto diferido por recuperar está neto de la reserva derivado de la incertidumbre en la realización de ciertos beneficios.

El saldo de impuestos diferidos está compuesto por partidas monetarias y no monetarias, en base a las diferencias temporales que le dieron origen, y se clasifican como activo o pasivo a largo plazo, independientemente del plazo en que se espera se reviertan las diferencias temporales.

El impuesto diferido aplicable a resultados se determina comparando el saldo de impuestos diferidos al final y al inicio del ejercicio, este último a pesos constantes, excluyendo de ambos saldos las diferencias temporales que se registran directamente en el capital contable, los cuales se registran en la misma cuenta del capital contable que les dio origen.

FEMSA tiene la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en México para preparar sus declaraciones de Impuesto Sobre la Renta ("ISR") y hasta 2007 del Impuesto al Activo ("IMPAC") sobre una base consolidada, la cual incluye el impuesto proporcional de las utilidades o pérdidas fiscales de sus subsidiarias mexicanas. Las provisiones de impuestos de las subsidiarias en el extranjero se determinan con base en la utilidad gravable de cada compañía en lo individual.

Q) Resultado Integral de Financiamiento:

El Resultado Integral de Financiamiento ("RIF") está integrado por los siguientes conceptos:

- **Intereses:** Los gastos y productos financieros son registrados cuando se devengan, excepto por el gasto financiero capitalizado de los pasivos adquiridos para financiar activos de largo plazo;
- **Fluctuación Cambiaria:** Las transacciones en monedas extranjeras se registran convertidas en moneda del país de origen al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria capitalizada de los financiamientos contratados para proyectos de inversión de activos de largo plazo y la fluctuación cambiaria de los saldos de financiamiento intercompañías que se consideran inversiones de largo plazo (ver Nota 3);
- **Resultado por Posición Monetaria:** El resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias. El resultado por posición monetaria se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo el financiamiento intercompañías en moneda extranjera considerado como inversión de largo plazo por su naturaleza (ver Nota 3). Posteriormente el resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. También se excluye el resultado por posición monetaria capitalizado correspondiente a los pasivos para financiar activos de largo plazo; y
- **Resultado en Valuación de la Porción Inefectiva de Instrumentos Financieros Derivados:** Representa las variaciones netas en el valor razonable de la porción inefectiva de los instrumentos financieros derivados, así como el efecto neto en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos.

R) Instrumentos Financieros Derivados:

La Compañía valúa y registra todos los instrumentos financieros derivados y de cobertura, incluyendo ciertos instrumentos financieros derivados implícitos en otros contratos, en el balance como un activo o un pasivo a valor razonable, considerando los precios cotizados en mercados reconocidos. En el caso de que el instrumento financiero derivado no tenga un mercado formal, el valor razonable se determina a través de modelos soportados con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados son registrados en resultados del ejercicio u otras partidas acumuladas de la utilidad integral, dependiendo del tipo de instrumento de cobertura y de la efectividad de la cobertura.

La Compañía documenta sus relaciones de cobertura de flujo de efectivo al inicio, cuando la transacción cumple con los requisitos contables establecidos. En coberturas de flujo de efectivo, la porción efectiva de valuación se reconoce temporalmente en otras partidas acumuladas de la utilidad integral en el capital contable, y posteriormente se reclasifica a resultados lo ejercido de la cobertura. Cuando los instrumentos financieros derivados no cumplen con todos los requerimientos contables para considerarse de cobertura, el cambio en el valor razonable se reconoce inmediatamente en resultados. En coberturas de valor razonable, la ganancia o pérdida que resulte de la valuación del instrumento financiero derivado, se reconoce en resultados en el período en que se incurra.

La Compañía analiza todos sus contratos para identificar derivados implícitos que debieran estar segregados del contrato principal para propósitos de valuación y registro. Cuando un instrumento financiero derivado implícito se identifica y al contrato principal no se le ha determinado su valor razonable, el derivado implícito es separado del anterior y se determina su valor razonable y se clasifica como de cobertura o no cobertura. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos se reconocen en el resultado del periodo.

S) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral:

Los saldos acumulados de otras partidas de la utilidad integral mayoritaria se presentan a continuación:

	2007	2006
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	Ps. (6,071)	Ps. (6,460)
Instrumentos financieros derivados	(240)	(638)
Resultado acumulado por conversión	(1,336)	(1,696)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(354)	(113)
	Ps. (8,001)	Ps. (8,907)

T) Provisiones:

La Compañía reconoce provisiones cuando por eventos pasados se genera una obligación que probablemente resultará en la utilización de recursos económicos, siempre que se pueda estimar razonablemente el monto de la obligación. Dichas provisiones se registran a su valor presente neto, cuando el efecto de descuento es significativo.

U) Aportaciones al Capital de Subsidiarias:

La Compañía reconoce como una transacción de capital la emisión de acciones de las subsidiarias, en la cual la diferencia entre el valor contable de las acciones y el monto aportado por el interés minoritario o un tercero, se registra como una prima en suscripción de acciones.

NOTA 5. ADQUISICIONES.**A) FEMSA:**

El 3 de noviembre de 2006, FEMSA adquirió indirectamente de The Coca-Cola Company 148,000,000 de acciones serie "D," que representan el 8.02% del capital social de Coca-Cola FEMSA, por un monto total en efectivo de Ps. 4,801. Con esta adquisición la participación accionaria de FEMSA en Coca-Cola FEMSA pasó del 45.7% al 53.7% y la participación con derecho a voto pasó del 53.6% al 63.0%. De acuerdo a NIF mexicanas, esta transacción se realiza entre accionistas mayoritarios y minoritarios por lo que no se modifican los activos netos de la Compañía y el pago en exceso del valor contable de las acciones adquiridas se registró en el capital contable como una reducción de prima en suscripción de acciones por Ps. 1,609.

B) Coca-Cola FEMSA:

El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. ("Administración SAPI"), cuyo 50% pertenece a Coca-Cola FEMSA y el resto a The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones las cuales representan el 100% del capital social de Jugos del Valle, S.A.B. de C.V. ("Jugos del Valle"). por Ps. 4,020 pagados en efectivo, y asumiendo pasivos por Ps. 934. Administración SAPI está en proceso de identificar el exceso pagado en relación al valor en libros de Jugos del Valle para completar el registro de la compra.

Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por Administración SAPI, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de su participación en Administración SAPI a otros embotelladores de Coca-Cola. Al 31 de diciembre de 2007, ya han aceptado la oferta la mayoría de los embotelladores de Coca-Cola, y la Compañía espera el cierre de la transacción en 2008. Al cierre del 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA registró una inversión en acciones equivalente al 20% del capital social de Administración SAPI. Esto representa la inversión de Coca-Cola FEMSA después de la venta del 30% de participación en Administración SAPI al resto de los embotelladores, cuyo valor razonable es de Ps. 684 y ha sido clasificado como inversión en acciones disponibles para venta en el estado consolidado de situación financiera.

C) FEMSA Cerveza:

Durante 2006, FEMSA Cerveza adquirió ciertas compañías que fueron registradas utilizando el método de compra. Los resultados de las operaciones adquiridas han sido incluidos en los estados financieros consolidados a partir de la adquisición, por lo tanto los estados consolidados de resultados y de situación financiera para el 2007 no son comparables con respecto a los de años anteriores. El estado consolidado de cambios en la situación financiera presenta la incorporación de las operaciones adquiridas de FEMSA Cerveza en un solo renglón dentro de actividades de inversión.

i) El 13 de enero de 2006, FEMSA Cerveza adquirió indirectamente el control de las acciones en Kaiser de Molson Coors Brewing Co. ("Molson Coors") equivalente al 68% del capital por el cual pagó en efectivo Ps. 770. FEMSA Cerveza asumió la deuda financiera de Kaiser por Ps. 679 aproximadamente y recibió ciertas garantías de Molson Coors, las cuales fueron provisionadas para el pago de pasivos contingentes y juicios potenciales. Posteriormente a la fecha de adquisición, Kaiser pagó Ps. 187 por contingencias sujetas a la indemnización de Molson Coors y FEMSA Cerveza registró la correspondiente cuenta por cobrar. Al 31 de diciembre de 2007, la cuenta por cobrar de FEMSA Cerveza con Molson Coors fue de Ps. 228 el cual incluye la aplicación de factores de inflación de Brasil (ver Nota 6).

Posteriormente, el 18 de diciembre de 2006, FEMSA Cerveza, adquirió indirectamente la participación restante de Molson Coors en Kaiser y pagó Ps. 175 en efectivo que representa el 14.95% del capital de Kaiser. Esta adquisición fue registrada como una transacción de capital debido a que fue una operación entre accionistas de Kaiser.

El 22 de diciembre de 2006, FEMSA realizó una contribución de capital de Ps. 2,237 a Kaiser. Heineken NV, el otro accionista de Kaiser, no participó en esta contribución de capital por lo que su tenencia en Kaiser se diluyó de 17.05% a 0.17%.

Adicionalmente, el 31 de agosto de 2007, FEMSA Cerveza vendió 5,308,799,804 acciones comunes de Kaiser a Heineken NV, representando el 16.88% de las acciones totales por un monto de Ps. 399. FEMSA Cerveza reconoció una ganancia en la venta por Ps. 55, la cual de acuerdo a NIF mexicanas fue registrada en el capital contable como una transacción ocurrida entre los actuales accionistas de Kaiser.

Como resultado de la adquisición, FEMSA Cerveza identificó activos intangibles de vida indefinida que consisten en derechos de marcas por Ps. 758 y en base al balance de adquisición un crédito mercantil por Ps. 4,044.

Al 31 de diciembre de 2007, la participación de FEMSA Cerveza en el capital social de Kaiser representa el 82.95%.

ii) En junio de 2006, FEMSA Cerveza adquirió la operación de distribuidores terceros por Ps. 900. Con cifras del balance de adquisición se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 834. No se reconoció crédito mercantil como resultado de esta adquisición.

NOTA 6. CUENTAS POR COBRAR.

	2007	2006
Clientes	Ps. 6,841	Ps. 6,783
Reserva para cuentas incobrables	(657)	(586)
The Coca-Cola Company	719	197
Documentos por cobrar	546	399
Administración SAPI ⁽¹⁾	523	—
Molson Coors (ver Nota 5 C)	228	187
Reclamaciones de seguros	216	63
Préstamos a empleados	63	50
Anticipos de viajes para empleados	57	50
Depósitos en garantía	45	40
Otros	748	564
	Ps. 9,329	Ps. 7,747

(1) La cuenta por cobrar con Administración SAPI incluye fondos para capital en trabajo de Jugos del Valle.

Los cambios en el saldo de la reserva de cuentas incobrables se integran de la siguiente forma:

	2007	2006	2005
Saldo inicial	Ps. 586	Ps. 519	Ps. 505
Provisión del año	195	220	203
Cancelación de cuentas incobrables	(98)	(131)	(170)
Actualización de saldos iniciales	(26)	(22)	(19)
Saldo final	Ps. 657	Ps. 586	Ps. 519

NOTA 7. INVENTARIOS.

	2007	2006
Productos terminados	Ps. 4,585	Ps. 4,069
Materias primas	4,305	3,692
Refacciones operativas	720	645
Producción en proceso	309	299
Anticipos a proveedores	234	138
Artículos promocionales	4	5
Estimación de inventarios obsoletos	(120)	(144)
	Ps. 10,037	Ps. 8,704

NOTA 8. OTROS ACTIVOS CIRCULANTES.

	2007	2006
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	Ps. 385	Ps. 398
Instrumentos financieros derivados	266	241
Efectivo restringido	238	306
Rentas	155	133
Anticipos a proveedores de servicios	64	69
Acuerdos con clientes	52	86
Permisos de corto plazo	28	5
Seguros y fianzas	26	23
Otros	66	10
	Ps. 1,280	Ps. 1,271

El monto total de publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos cargado a los estados consolidados de resultados en los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, fue de Ps. 5,455, Ps. 5,123 y Ps. 3,613, respectivamente.

NOTA 9. INVERSION EN ACCIONES.

Compañía	%	2007	2006
	Tenencia		
FEMSA Cerveza:			
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	Ps. 220	Ps. 212
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.14%	72	77
Compañías asociadas de Kaiser ⁽²⁾	Varios	20	21
Otras ⁽²⁾	Varios	13	14
Coca-Cola FEMSA:			
Administración SAPI ⁽¹⁾	20.00%	978	—
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	23.11%	115	112
Holdfab Participações, LTDA ⁽²⁾	11.05%	113	—
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾	38.74%	69	120
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	35.00%	76	83
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾	26.00%	51	18
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	69	69
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN") ^{(1) (3)}	100.00%	—	40
Otras ⁽²⁾	Varios	5	6
Otras inversiones ⁽²⁾	Varios	62	52
		Ps. 1,863	Ps. 824

Método de valuación:

(1) Método de participación.

(2) Costo de adquisición actualizado (sin valor de mercado observable).

(3) En noviembre 2007, Coca-Cola FEMSA adquirió el 52% remanente de las acciones de CICAN, iniciando la consolidación de la entidad a partir de esta fecha.

NOTA 10. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	2007	2006
Terrenos	Ps. 7,137	Ps. 6,755
Edificio, maquinaria y equipo	83,633	81,581
Depreciación acumulada	(42,330)	(41,120)
Equipo de refrigeración	9,343	9,497
Depreciación acumulada	(6,847)	(7,246)
Inversiones en proceso	3,110	2,574
Activos de larga duración a valor neto de realización	562	796
Otros activos de largo plazo	99	123
	Ps. 54,707	Ps. 52,960

La Compañía tiene identificados activos de larga duración que no son considerados estratégicos para la operación actual y futura del negocio. Estos están disponibles para su venta y consisten en terrenos, edificios y equipo de acuerdo con los programas aprobados para la disposición de estas inversiones. Dichos activos de larga duración, los cuales no están en uso, han sido valuados a su valor estimado de realización sin exceder su costo de adquisición actualizado y se integran como sigue:

	2007	2006
FEMSA y otros	Ps. 250	Ps. 307
FEMSA Cerveza	218	293
Coca-Cola FEMSA	94	196
	Ps. 562	Ps. 796
Terrenos	Ps. 360	Ps. 535
Edificios	202	229
Equipo	—	32
	Ps. 562	Ps. 796

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció ganancias de Ps. 127 y Ps. 22 y una pérdida de Ps. 1 por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

NOTA 11. ACTIVOS INTANGIBLES.

	2007	2006
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 42,225	Ps. 40,838
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	11,299	11,299
Crédito mercantil	4,044	3,302
Marcas Kaiser	758	545
Otros	285	285
Otros activos intangibles no amortizables	499	489
Activos intangibles amortizables:		
Costo por implementación de sistemas	589	733
Gastos por inicio de actividades	398	257
Otros	137	158
	Ps. 60,234	Ps. 57,906

Los cambios en el saldo de los activos intangibles amortizables se presentan a continuación:

	Inversión		Amortización		Amortización Anual Estimada	
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año		
2007						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589	Ps. 251
Gastos por inicio de actividades	364	189	(107)	(48)	398	52
2006						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,578	Ps. 314	Ps. (763)	Ps. (396)	Ps. 733	
Gastos por inicio de actividades	330	34	(78)	(29)	257	

NOTA 12. OTROS ACTIVOS.

	2007	2006
Mejoras en propiedades arrendadas, neto	Ps. 4,352	Ps. 3,642
Acuerdos con clientes	3,786	3,392
Pasivo adicional de obligaciones laborales (ver Nota 15)	948	1,287
Permisos de largo plazo	411	182
Cuentas por cobrar a largo plazo	383	380
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	212	123
Otros	1,025	872
	Ps. 11,117	Ps. 9,878

NOTA 13. SALDOS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS Y COMPAÑIAS ASOCIADAS.

El 1 de enero de 2007, entró en vigor la NIF C-13 "Partes relacionadas" la cual amplía el concepto de partes relacionadas e incluye: a) todos los negocios en los que participa la entidad que reporta, b) familiares cercanos de los ejecutivos clave, y c) cualquier fondo creado en conexión con algún plan de compensaciones a los empleados. De acuerdo a lo establecido en la NIF C-13, la información deberá ser presentada en notas comparativas con los años anteriores.

Los estados consolidados de situación financiera y de resultados incluyen los siguientes saldos y operaciones con partes relacionadas y compañías asociadas:

Saldos	2007	2006
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company	Ps. 719	Ps. 197
Otras cuentas por cobrar	1,284	961
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V.	1,712	1,776
Adeudo con The Coca-Cola Company	2,871	2,546
Adeudo con British American Tobacco México	191	100
Otros adeudos	327	1,632

Operaciones	2007	2006	2005
Ingresos:			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 1,121	Ps. 1,105	Ps. 1,003
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	242	288	255
Venta de acciones de Grupo Inmobiliario San Agustín, S.A. de C.V. al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	37	—	—
Intereses cobrados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	33	4	3
Ventas de refrescos no carbonatados a Salesko ⁽¹⁾	7	27	19
Otras ventas a compañías asociadas	969	887	851
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	12,239	10,322	9,112
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	1,324	1,034	950
Compras de cigarros a British American Tobacco México ⁽¹⁾	1,064	775	628
Compras de azúcar a Beta San Miguel	845	536	621
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	723	865	1,349
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN ⁽²⁾	388	816	641
Intereses pagados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	305	257	253
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	178	165	160
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	108	92	47
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) ⁽¹⁾	37	34	184
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. ⁽¹⁾	32	19	42
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ⁽¹⁾	31	41	54
Intereses pagados a The Coca-Cola Company	29	65	13
Intereses pagados a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	164	201	361
Compras de hermetapa a Tapón Corona, S.A. ⁽³⁾	—	—	144

(1) Uno o más miembros del consejo de administración son también miembros del consejo de administración de esta compañía.

(2) En 2007, CICAN no es considerada parte relacionada.

(3) A partir de 2006, Tapón Corona no es considerada parte relacionada.

Los beneficios a empleados otorgados al personal gerencial clave (y/o directivos relevantes) de la Compañía fueron:

	2007	2006	2005
Beneficios directos a corto y largo plazo	Ps. 1,290	Ps. 1,098	Ps. 1,037
Beneficios por terminación	17	13	21
Beneficios postretiro (costo laboral)	29	31	22

NOTA 14. SALDOS Y OPERACIONES EN MONEDAS EXTRANJERAS.

Los activos, pasivos y operaciones en monedas extranjeras, distintas a las monedas funcionales de cada unidad reportada convertidos a dólares, son los siguientes:

Saldos		Tipo de	Corto	Largo	Total
		Cambio			
		Aplicable ⁽¹⁾			
2007	Activos	10.8662	\$ 196	\$ 21	\$ 217
	Pasivos		420	549	969
2006	Activos	10.8755	\$ 107	\$ 16	\$ 123
	Pasivos		385	585	970

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

Operaciones	2007	2006	2005
Ingresos	\$ 463	\$ 390	\$ 361
Egresos:			
Compra de materia prima	708	574	468
Intereses	155	159	139
Gastos de exportación	95	74	65
Asistencia técnica	13	12	5
Proveedores extranjeros	47	38	25
Otros	107	75	59
	\$ 1,125	\$ 932	\$ 761

Al 18 de febrero de 2008, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio de cierre publicado por el Banco de México fue de 10.7413 pesos por dólar y la posición en moneda extranjera de la Compañía es similar a la del 31 de diciembre de 2007.

NOTA 15. OBLIGACIONES LABORALES.

En 2007, FEMSA Cerveza aprobó un programa de jubilación anticipada de personal el cual consiste en: (i) otorgar una jubilación anticipada a todo el personal que al 15 de enero de 2008 tenga una edad mayor a 55 años y una antigüedad superior a los 20 años, e (ii) indemnizar a un grupo de empleados que no cumpla con algunos criterios específicos impuestos por la Compañía; lo anterior con el objetivo de dar una mayor movilidad a la organización y crear una estructura organizacional más eficiente. El costo total de este programa ascendió a Ps. 125 y fue registrado en los resultados de 2007 en el renglón de otros gastos como una modificación al plan de pensiones (ver Nota 18).

En diciembre de 2006, la Compañía aprobó una modificación de su plan de pensiones y jubilaciones haciéndolo efectivo en el 2007. Hasta diciembre de 2006, el plan de pensiones consistía en una pensión mensual vitalicia complementaria a la pensión otorgada por el Instituto Mexicano del Seguro Social ("IMSS"). El nuevo esquema establece un pago total único adicional a los beneficios recibidos del IMSS, el cual complementa los ingresos del beneficiario.

Adicionalmente, FEMSA modificó los supuestos de largo plazo utilizados en los cálculos actuariales para sus subsidiarias mexicanas en el 2006. La tasa de descuento se redujo de 6.0% a 4.5% considerando el costo actual de las obligaciones de la Compañía como resultado de la reciente estabilidad de la economía mexicana. El incremento al salario esperado se redujo de 2.0% a 1.5% en base a la compensación real estimada de sus empleados. El rendimiento de la inversión se redujo de 6.0% a 4.5% considerando los rendimientos actuales logrados en el plan de activos y de las tasas de rendimiento esperadas para inversiones en el futuro.

El efecto neto en 2006 de estos cambios fue un incremento de Ps. 797 en el plan de pensiones y jubilaciones de Ps. 19 en prima de antigüedad y de Ps. 23 en indemnizaciones. Estos cambios fueron registrados como obligaciones por servicios pasados por amortizar generados por las modificaciones y variaciones en los supuestos y su correspondiente pasivo adicional, el cual se amortiza en la vida laboral promedio remanente de los trabajadores.

A) Supuestos:

Los cálculos actuariales para determinar los pasivos del plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones, así como el costo del ejercicio, utilizaron los siguientes supuestos a largo plazo:

	Tasas Reales
Tasa de descuento anual	4.5%
Incremento de sueldos	1.5%
Tasa de rendimiento de la inversión	4.5%
Fecha de la medición: Diciembre 2007	

Las bases utilizadas para la determinación de la tasa de rendimiento a largo plazo están soportadas a través de un análisis histórico de los rendimientos promedio en términos reales de los últimos 30 años para los Certificados de Tesorería del Gobierno Federal para inversiones mexicanas, Bonos del Tesoro de cada país para otras inversiones y de las expectativas de rendimiento a largo plazo para el portafolio de inversión que se maneja actualmente.

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es 1.5% anual en términos reales, consistente con el crecimiento en los gastos por servicios de salud promedio histórico de los últimos 30 años. Dicha tasa se espera que continúe constante a través del futuro previsible.

Con base en estos supuestos, se realizó una estimación de los beneficios esperados a ser pagados en los próximos años por las obligaciones laborales, los cuales se muestran a continuación:

	Plan de Pensiones y Jubilaciones		Prima de Antigüedad		Servicios Médicos Posteriores al Retiro		Indemnizaciones	
	Ps.		Ps.		Ps.		Ps.	
2008		467		17		39		116
2009		334		16		40		86
2010		263		17		41		81
2011		387		19		42		72
2012		326		21		43		65
2013 al 2017		1,554		140		324		214

B) Saldos de las Obligaciones:

	2007	2006
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 2,373	Ps. 2,220
Obligaciones por personal activo	2,797	2,595
Obligaciones por beneficios actuales	5,170	4,815
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	422	528
Obligaciones por beneficios proyectados	5,592	5,343
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(2,806)	(2,779)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear	2,786	2,564
Pasivo en transición	(170)	(213)
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(1,007)	(1,067)
Utilidad actuarial por amortizar	38	16
	1,647	1,300
Pasivo adicional	915	930
Total	2,562	2,230
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	91	115
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	137	105
Obligaciones por beneficios actuales	228	220
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	25	25
Obligaciones por beneficios proyectados	253	245
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(9)	(10)
Pérdida actuarial por amortizar	(57)	(51)
	187	184
Pasivo adicional	60	57
Total	247	241
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	295	312
Obligaciones por personal activo	447	419
Obligaciones por beneficios actuales	742	731
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(96)	(105)
Obligaciones por beneficios actuales sin fondear	646	626
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(39)	(43)
Pérdida actuarial por amortizar	(306)	(334)
Total	301	249

	2007		2006
Indemnizaciones:			
Obligaciones por beneficios actuales	Ps. 609	Ps.	546
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	38		42
Obligaciones por beneficios proyectados	647		588
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(450)		(486)
Pérdida actuarial por amortizar	(124)		(36)
	73		66
Pasivo adicional	535		483
Total	608		549
Total obligaciones laborales	Ps. 3,718	Ps.	3,269

Las utilidades o pérdidas actuariales acumuladas fueron generadas por las diferencias en los supuestos utilizados en los cálculos actuariales al principio del ejercicio contra el comportamiento real de dichas variables al cierre del ejercicio actual.

En algunas compañías el monto de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior al monto de las obligaciones por beneficios actuales, neta de los activos a valor de mercado, por lo que se reconoció un pasivo adicional contra la cuenta de otros activos hasta el monto de las obligaciones por servicios pasados por amortizar y del pasivo de transición (ver Nota 12) y la diferencia se registró como otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

C) Activos del Fondo:

Los activos del fondo están constituidos por instrumentos de rendimiento fijo y variable, valuados a valor de mercado. Los activos del fondo se encuentran invertidos en los siguientes instrumentos financieros:

	2007		2006
Rendimiento Fijo:			
Instrumentos bursátiles	22%		25%
Instrumentos bancarios	17%		20%
Instrumentos del Gobierno Federal	31%		31%
Rendimiento Variable:			
Acciones listadas en mercados de valores	30%		24%
	100%		100%

La Compañía tiene la política de mantener al menos el 30% de los activos del fondo en instrumentos del Gobierno Federal Mexicano y para el porcentaje restante estableció un portafolio objetivo. Las decisiones de inversión se toman para cumplir con este portafolio en la medida que las condiciones del mercado y los recursos disponibles lo permitan. La composición del portafolio es consistente con la composición de los portafolios de las cinco compañías internacionales más grandes que administran fondos de largo plazo.

Los montos y tipos de acciones de la Compañía y las partes relacionadas, incluidos en los activos del plan, son los siguientes:

	2007		2006
Deuda:			
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 51	Ps.	55
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	29		—
Deutsche Bank (México) ⁽¹⁾	26		—
British American Tobacco México ⁽¹⁾	16		16
Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	8		—
Coca-Cola FEMSA	2		—
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	—		11
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	—		10
Capital:			
FEMSA	177		192
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	135		69
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	84		69

(1) Uno o más miembros del consejo de administración son también miembros del consejo de administración de esta compañía.

D) Costo del Año:

	2007	2006	2005
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 210	Ps. 139	Ps. 123
Costo financiero	235	232	216
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(129)	(139)	(126)
Amortización del pasivo de transición	102	55	54
Amortización de la pérdida neta actuarial	1	6	—
	419	293	267
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	30	24	23
Costo financiero	10	11	11
Amortización del pasivo de transición	2	3	2
Amortización de la pérdida neta actuarial	3	—	—
	45	38	36
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	27	20	20
Costo financiero	32	36	34
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(6)	(4)	(3)
Amortización del pasivo de transición	4	4	16
Amortización de la pérdida neta actuarial	13	10	—
	70	66	67
Indemnizaciones:			
Costo laboral	66	85	63
Costo financiero	26	34	30
Amortización del pasivo de transición	38	35	32
	130	154	125
	Ps. 664	Ps. 551	Ps. 495

E) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:

	2007	2006
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 5,343	Ps. 4,139
Costo laboral	210	139
Costo financiero	235	232
Extinción de beneficios	—	(24)
Modificaciones al plan	125	1,036
(Utilidad) pérdida actuarial	(62)	29
Pagos de beneficios	(259)	(208)
Saldo final	5,592	5,343
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	245	202
Costo laboral	30	24
Costo financiero	10	11
Pérdida actuarial	2	42
Pagos de beneficios	(34)	(34)
Saldo final	253	245
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	731	629
Costo laboral	27	20
Costo financiero	32	36
Pérdida actuarial	12	90
Pagos de beneficios	(60)	(44)
Saldo final	742	731
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	588	538
Adquisición de Kaiser	—	34
Costo laboral	66	85
Costo financiero	26	34
Pérdida actuarial	88	31
Pagos de beneficios	(121)	(134)
Saldo final	647	588

F) Cambios en los Saldos de los Activos del Fondo:

	2007	2006
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 2,779	Ps. 2,391
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	110	334
Aportaciones	78	216
Retiros	(161)	(162)
Saldo final	2,806	2,779
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	105	83
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	33	1
Aportaciones	—	65
Retiros	(42)	(44)
Saldo final	96	105

G) Variación en los Supuestos de Servicios Médicos:

A continuación se presenta el impacto en las obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro y los costos del periodo, con una variación de 1% en los supuestos de las tasas aplicables a servicios médicos:

	Impacto del Cambio en:	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. 120	Ps. (106)
Costo del periodo	9	(13)

NOTA 16. PROGRAMA DE BONOS.

El programa de bonos para ejecutivos se basa en el cumplimiento de ciertas metas establecidas anualmente por la administración, las cuales incluyen objetivos cuantitativos, cualitativos y proyectos especiales.

Los objetivos cuantitativos representan aproximadamente el 50% del bono y se establecen con base en la metodología del Valor Económico Agregado (Economic Value Added por sus siglas en inglés "EVA"). El objetivo establecido para los ejecutivos de cada negocio está basado en una combinación del EVA generado por su negocio y por la Compañía, calculado en una proporción aproximada del 70% y 30%, respectivamente. Los objetivos cualitativos y proyectos especiales, representan aproximadamente el 50% restante del bono anual, y están basados en los factores críticos de éxito establecidos a principios del año para cada ejecutivo.

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual en efectivo para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado del EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Las acciones u opciones adquiridas son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de éstas a partir del siguiente año en el que les fueron asignadas, a razón de un 20% anual. Para los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, el bono anual consiste en un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante en acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA. Al 31 de diciembre de 2007, no se han adquirido opciones de acciones a favor de los empleados.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 1,179, Ps. 927 y Ps. 707, respectivamente.

Todas las acciones propiedad del fideicomiso, son consideradas en circulación para el cálculo de la utilidad por acción y los dividendos sobre dichas acciones son disminuidos de las utilidades retenidas.

NOTA 17. PRESTAMOS BANCARIOS Y DOCUMENTOS POR PAGAR.

Los préstamos bancarios a corto plazo consisten principalmente en créditos revolventes. Los montos y tasas de interés promedio ponderadas, se presentan a continuación:

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006
Pesos mexicanos	7.8%	Ps. 150	7.6%	Ps. 421
Dólares americanos	6.7%	2,372	5.9%	2,253
Pesos argentinos	11.0%	500	10.6%	555
Bolívares venezolanos	15.7%	425	9.6%	516
Reales brasileños	—	—	13.9%	129
Yenes japoneses	—	—	2.9%	309
		Ps. 3,447		Ps. 4,183

(1) Tasa promedio ponderada.

Los préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo, así como las tasas de interés promedio ponderadas y los instrumentos financieros contratados por la Compañía, se presentan a continuación:

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006
Tasa de interés fija:				
Dólares Americanos:				
Bonos Yankee	7.3%	Ps. 3,199	7.3%	Ps. 3,354
Préstamos bancarios	6.0%	747	5.3%	759
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.7%	3,586	9.7%	4,292
Unidades de inversión (UDIs)	4.2%	2,508	—	—
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,556
Yenes Japoneses:				
Préstamos bancarios	4.8%	230	5.8%	191
Tasa de interés variable:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	5.2%	2,014	5.7%	2,760
Arrendamiento financiero	8.5%	2	8.7%	9
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	8.1%	10,010	7.6%	16,573
Certificados bursátiles	8.2%	12,750	8.2%	8,462
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios	8.7%	36	9.3%	84
Pesos Colombianos:				
Certificados bursátiles	—	—	9.3%	196
Deuda de largo plazo		36,582		38,236
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(5,917)		(2,563)
		Ps. 30,665		Ps. 35,673

Instrumentos Financieros Derivados de Cobertura	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006
Swaps de tasa de interés variable a fijo:				
Pesos Mexicanos:				
Certificados bursátiles:		Ps. 14,085		Ps. 8,462
Tasa de interés pagada	9.5%		9.2%	
Tasa de interés recibida	8.1%		8.0%	
Préstamos bancarios:		4,465		12,279
Tasa de interés pagada	9.4%		9.8%	
Tasa de interés recibida	8.0%		7.4%	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:				
Préstamos bancarios de Yenes Japoneses a Reales Brasileños:				
		230		499
Tasa de interés pagada	11.8%		13.9%	
Tasa de interés recibida	4.8%		4.0%	

(1) Tasa promedio ponderada.

Los vencimientos de los préstamos bancarios a largo plazo, se integran de la siguiente manera:

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps. 5,917
2009	5,346
2010	2,981
2011	2,075
2012	7,174
2013 en adelante	13,089
	Ps. 36,582

La Compañía tiene financiamientos con diferentes instituciones, las cuales estipulan diferentes restricciones y condiciones que consisten principalmente en niveles máximos de capitalización y apalancamiento, capital contable mínimo consolidado y razones de cobertura de deuda e intereses. A la fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, la Compañía cumple con todas las restricciones y condiciones establecidas en sus contratos de financiamiento.

NOTA 18. OTROS GASTOS.

En 2007, se aprobó un programa de jubilación anticipada de personal en FEMSA Cerveza. El efecto a resultados fue de Ps. 125 y se registró en otros gastos como modificación al plan de pensiones (ver Nota 15).

En 2006, Coca-Cola FEMSA implementó un programa de reestructuración estratégica del área comercial y reconoció costos por Ps. 689, registrados en otros gastos en el estado consolidado de resultados. Dichos costos consisten en Ps. 556 por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos y Ps. 133 de otros costos relacionados al programa de reestructura. Al 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA ha pagado Ps. 485. El resto se liquidará durante 2008.

	2007	2006	2005
PTU (ver Nota 2)	Ps. 553	Ps. 530	Ps. 588
Pérdida en venta de activo fijo	101	59	237
Contingencias	228	117	172
Indemnizaciones de reestructura y modificación al plan de pensiones	255	866	132
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	93	208	84
Participación en asociadas	(154)	(11)	(72)
Otros	221	(119)	(33)
Total	Ps. 1,297	Ps. 1,650	Ps. 1,108

NOTA 19. VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS.

A) Deuda a Largo Plazo:

El valor razonable de los préstamos bancarios a largo plazo y de los créditos sindicados se determina con el valor de los flujos descontados. La tasa de descuento aplicada se estima utilizando las tasas actuales ofrecidas para deudas con montos y vencimientos similares. El valor razonable de los documentos por pagar a largo plazo se calcula con los precios cotizados en el mercado a la fecha de cierre del ejercicio.

	2007	2006
Valor en libros	Ps. 36,582	Ps. 38,235
Valor razonable	36,960	38,607

B) Swaps de Tasa de Interés:

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés de sus créditos, a través de los cuales paga importes calculados con tasas de interés fijas y recibe importes calculados con tasas de interés variables. Estos instrumentos se reconocen en el estado consolidado de situación financiera a valor razonable y se encuentran designados como coberturas de flujo de efectivo. El valor razonable se estima con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

Los contratos vigentes a la fecha de los presentes estados financieros consolidados son los siguientes:

Fecha de Vencimientos	Valor	
	Valor de Referencia	Razonable Activo (Pasivo)
2008	Ps. 6,076	Ps. (33)
2009	2,570	(76)
2010	2,267	(92)
2011	2,412	(64)
2012	3,225	(75)
2013	2,000	17

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el efecto neto de los contratos vencidos ascendió a Ps. 357, Ps. 334 y Ps. 28, respectivamente registrándose en la cuenta de gasto financiero en el estado consolidado de resultados.

Una porción de ciertos contratos de swaps de tasa de interés no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados como parte del resultado integral de financiamiento. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 generaron una ganancia de Ps. 35, una pérdida de Ps. 39 y una ganancia de Ps. 10, respectivamente.

C) Forwards para Compra de Monedas Extranjeras:

La Compañía tiene contratos forwards para la compra de monedas extranjeras con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre el peso mexicano y otras monedas. Estos instrumentos son reconocidos en el estado consolidado de situación financiera a su valor razonable el cual se estima con la cotización de los tipos de cambio del mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

En relación con el financiamiento para la adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza, la Compañía contrató una serie de forwards para la compra de dólares americanos, generando una pérdida cambiaria de Ps. 168 registrada en resultados por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2005. Estos contratos vencieron en 2005 junto con el pago del crédito puente.

Al 31 de diciembre de 2007, ciertos contratos forwards para compra de monedas extranjeras no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros consolidados tienen un valor de referencia de Ps. 2,870 vencen en 2008 y generaron una ganancia de Ps. 19. Los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2007, que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, generaron una ganancia de Ps. 22 registrada en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2006, el efecto en resultados de este tipo de contratos fue una pérdida de Ps. 23. Al 31 de diciembre de 2005, no hay efectos de forwards de moneda extranjera de no cobertura.

D) Swaps de Tasa de Interés y Tipo de Cambio:

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares y en otras monedas; los cuales son reconocidos en el estado de situación financiera consolidado a su valor estimado. El valor razonable se calcula con los tipos de cambio y tasas de interés cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un valor de referencia de Ps. 230 los cuales vencen en el 2009 y generaron un pasivo con valor razonable de Ps. 39. El efecto neto de los contratos vencidos por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006, se registró en la cuenta de gasto financiero y ascendió a Ps. 37, Ps. 72, respectivamente. Al 31 de diciembre de 2005 el efecto neto de los contratos vencidos fue de Ps. 138 y se registró como un producto financiero.

Al 31 de diciembre de 2007, ciertos contratos de swaps de tasa de interés y tipo de cambio no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros tienen un valor de referencia de Ps. 5,302, vencen en 2017 y generaron una ganancia al 31 de diciembre de 2007 de Ps. 59. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 generaron una ganancia de Ps. 5 y pérdidas de Ps. 3 y Ps. 233, respectivamente. Todos los efectos fueron registrados en resultados en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

E) Contratos de Precio de Materias Primas:

La Compañía tiene contratados diversos instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas. El valor razonable de estos contratos se calcula con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. El cambio en el valor razonable de los contratos de precio de materia prima se reconoce como parte de la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. El valor de referencia de estos contratos es de Ps. 2,515, que generan un pasivo en el valor razonable de Ps. 96 y vencen en 2010. Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el resultado neto de los contratos vencidos fueron pérdidas en el valor razonable de Ps. 82, Ps. 106 y Ps. 2, respectivamente, las cuales se registraron como parte de los resultados de operación impactando el costo de materia prima.

Al 31 de diciembre de 2007, ciertos contratos de instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del estado consolidado de resultados. El efecto neto de estos contratos al 31 de diciembre de 2007, fue una pérdida de Ps. 43.

F) Instrumentos Financieros Derivados Implícitos:

La Compañía ha determinado que ciertos contratos de arrendamiento en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos se estima con la cotización del tipo de cambio del mercado para dar por terminado dicho contrato a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el efecto neto de los derivados implícitos en resultados son pérdidas de Ps. 9 y Ps. 49 y una ganancia de Ps. 57, respectivamente.

NOTA 20. INTERES MINORITARIO EN SUBSIDIARIAS CONSOLIDADAS.

	2007	2006
Coca-Cola FEMSA	Ps. 24,380	Ps. 21,363
FEMSA Cerveza	679	191
Otros	16	—
	Ps. 25,075	Ps. 21,554

NOTA 21. CAPITAL CONTABLE.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas realizada el 29 de marzo de 2007, se aprobó un split de acciones de tres a uno del capital en circulación, el cual fue efectivo el 25 de mayo de 2007. Posterior al split, el capital social de FEMSA consiste en 2,161,177,770 Unidades BD y 1,417,048,500 Unidades B.

Al 31 de diciembre de 2007, el capital social de FEMSA está representado por 17,891,131,350 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y sin cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 300 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones ordinarias son las siguientes:

- Acciones serie "B," de voto sin restricciones, que en todo tiempo deberán representar por lo menos el 51% del capital social;
- Acciones serie "L" de voto limitado, que podrán representar hasta el 25% del capital social; y
- Acciones serie "D" de voto limitado, que en forma individual o conjuntamente con las acciones serie "L," podrán representar hasta el 49% del capital.

Las acciones serie "D" están divididas en:

- Acciones subserie "D-L," las cuales podrán representar hasta un 25% de la serie "D";
- Acciones subserie "D-B," las cuales podrán representar el resto de las acciones serie "D" en circulación; y
- Las acciones serie "D" tienen un dividendo no acumulativo de un 125% del dividendo asignado a las acciones serie "B."

Las acciones series "B" y "D" están integradas en unidades vinculadas, de la siguiente forma:

- Unidades "B," que amparan cada una, cinco acciones serie "B," las cuales cotizan en la BMV;
- Unidades vinculadas "BD," que amparan cada una, una acción serie "B," dos acciones subserie "D-B" y dos acciones subserie "D-L," las cuales cotizan en BMV y NYSE; y
- Las unidades vinculadas serán desvinculadas en mayo de 2008, al término de 10 años contados a partir de su primera emisión. Las acciones subserie "D-B" serán convertidas en acciones serie "B" y las acciones subserie "D-L" en acciones serie "L."

Al 31 de diciembre de 2007, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

	Unidades "B"	Unidades "BD"	Total
Unidades	1,417,048,500	2,161,177,770	3,578,226,270
Acciones:			
Serie "B"	7,085,242,500	2,161,177,770	9,246,420,270
Serie "D"	—	8,644,711,080	8,644,711,080
Subserie "D-B"	—	4,322,355,540	4,322,355,540
Subserie "D-L"	—	4,322,355,540	4,322,355,540
Total acciones	7,085,242,500	10,805,888,850	17,891,131,350

El 25 de mayo de 2005, la Compañía concluyó una oferta pública, obteniendo Ps. 8,461 de recursos, los cuales se utilizaron para pagar créditos puente relacionados a la recompra del interés minoritario de FEMSA Cerveza así como otros pasivos. El resultado de la oferta de capital realizada en el 2005 por la Compañía, fue un incremento por 666,400,000 acciones.

La actualización del capital por inflación se presenta distribuida en cada una de las cuentas del capital que le dio origen y se integra de la siguiente manera:

	Saldo		Saldo
	Histórico	Actualización	Actualizado
Capital social	Ps. 2,982	Ps. 2,366	Ps. 5,348
Prima en suscripción de acciones	13,326	7,286	20,612
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	34,926	3,182	38,108
Utilidad neta	8,300	211	8,511

La utilidad neta de la Compañía está sujeta a la disposición legal que requiere que el 5% de la utilidad neta de cada ejercicio sea traspasada a la reserva legal, hasta que ésta sea igual al 20% del capital social a valor nominal. Esta reserva no es susceptible de distribuirse a los accionistas durante la existencia de la Compañía, excepto en la forma de dividendo en acciones. A la fecha de los presentes estados financieros la reserva legal de FEMSA asciende a Ps. 596 (valor nominal).

Las utilidades retenidas y otras reservas que se distribuyan como dividendos, así como los efectos que se deriven de reducciones de capital están gravados para efectos de ISR de acuerdo a la tasa vigente a la fecha de distribución, excepto por el capital social aportado actualizado y si dichas distribuciones provienen de la Cuenta de Utilidad Fiscal Neta ("CUFIN") o de la Cuenta de Utilidad Fiscal Neta Reinvertida ("CUFINRE").

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. Este impuesto podrá ser acreditado contra el ISR del mismo año en el cual los dividendos son pagados así como en los dos años siguientes contra el ISR y los pagos provisionales. Al 31 de diciembre de 2007, el saldo de CUFIN de FEMSA ascendió a Ps. 39,234.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 29 de marzo de 2007, se acordó distribuir dividendos de Ps. 0.07406 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "B" y Ps. 0.09257 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "D," los cuales se pagaron en mayo de 2007. Adicionalmente, los accionistas aprobaron una reserva para recompra de acciones de un máximo de Ps. 3,000.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 27 de marzo de 2007, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 831, el cual se pagó en mayo de 2007. El dividendo pagado al interés minoritario fue de Ps. 384.

NOTA 22. UTILIDAD MAYORITARIA POR ACCION.

Representa la utilidad neta mayoritaria correspondiente a cada acción del capital social de la Compañía, calculada con el promedio ponderado de las acciones en circulación en el año. Además se presenta la distribución de las utilidades de acuerdo al derecho de dividendos que tienen las distintas series de acciones.

Como resultado del split de acciones efectuado el 25 de mayo de 2007, la utilidad por acción de periodos anteriores ha sido recalculada retrospectivamente, de acuerdo con lo señalado en la NIF B-14 Utilidad por Acción.

A continuación se presenta el número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005:

	Millones de Acciones			
	Serie "B"		Serie "D"	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2005	9,246.42	8,834.85	8,644.71	8,260.14
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2006 y 2007	9,246.42	9,246.42	8,644.71	8,644.71
Derechos de dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11%		53.89%	

NOTA 23. ENTORNO FISCAL.

A) Impuestos a la Utilidad

El Impuesto a la Utilidad se calcula sobre un resultado fiscal, el cual difiere de la utilidad contable principalmente por el tratamiento del resultado integral de financiamiento, las provisiones por obligaciones laborales, la depreciación y otras provisiones contables. Las pérdidas fiscales pueden ser aplicadas en periodos futuros contra utilidades fiscales.

Las tasas de impuestos a la utilidad aplicables en el año 2007 en los países en donde opera la Compañía, el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales y los ejercicios anteriores sujetos a revisión se mencionan a continuación:

	Tasa ISR	Vigencia de las Pérdidas Fiscales (Años)	Periodos Abiertos
México	28%	10	5
Guatemala	31%	N/A	4
Nicaragua	30%	3	4
Costa Rica	30%	3	3
Panamá	30%	5	7
Colombia	34%	5-8	2
Venezuela	34%	3	4
Brasil	34%	Indefinido	5
Argentina	35%	5	6

La tasa de ISR causada en México fue del 28%, 29% y 30% para el 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

En Colombia las pérdidas fiscales generadas antes del 31 de diciembre de 2002 pueden ser aplicadas en un periodo de cinco años y las generadas después del 1 de enero de 2003 pueden ser aplicadas en un periodo de ocho años, en ambos casos, sin exceder del 25% de la utilidad gravable del ejercicio. Adicionalmente, la tasa de ISR de Colombia decrece de 38.5% en 2006 a 34% en 2007 y 33% en 2008; y el impuesto de dividendos del 5% se eliminó en 2006.

En Brasil las pérdidas fiscales no se actualizan y pueden ser aplicadas por un periodo indefinido sin que excedan del 30% de la utilidad gravable del ejercicio.

B) Impuesto al Activo:

Hasta diciembre de 2006, el impuesto al activo en México se causó a razón del 1.8% anual sobre el promedio neto de la mayoría de los activos a valores fiscales menos ciertos pasivos. A partir de 2007, se modifica la tasa de 1.8% a 1.25%, así como la base del cálculo eliminando las deducciones de pasivos. El impuesto al activo se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. Cuando en el ejercicio resulte pago de impuesto al activo, se podrá acreditar contra éste el importe en que el ISR excedió al impuesto al activo de los tres años anteriores. Adicionalmente, dicho pago puede ser acreditado en forma actualizada en la medida en que el ISR exceda al impuesto al activo en los 10 ejercicios siguientes.

Adicionalmente, en Guatemala, Nicaragua, Colombia, y Argentina, se calcula un impuesto mínimo, basado principalmente en un porcentaje sobre activos. El pago es recuperable en los siguientes ejercicios bajo ciertas condiciones.

C) Impuesto Empresarial a Tasa Única ("IETU"):

El 14 de septiembre de 2007, el Senado mexicano aprobó la reforma fiscal de 2008, la cual fue aprobada por el Presidente de la República y posteriormente publicada en el Diario Oficial el 1 de octubre de 2007. El cambio más importante en esta reforma es la creación de un nuevo impuesto en México. El IETU reemplazará el Impuesto al Activo y funcionará de manera similar a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no podrán ser acreditadas a los pagos futuros de ISR. El impuesto a pagar será el que sea más alto de comparar el IETU con el ISR, calculado bajo las leyes del impuesto sobre la renta. El IETU aplica a personas morales y físicas, incluyendo los establecimientos permanentes de entidades extranjeras en México, a una tasa de 17.5% a partir de 2010. Para los años 2008 y 2009, las tasas a aplicar serán de 16.5% y de 17.0%, respectivamente. El IETU será calculado sobre una base de flujos de efectivo, por lo que la base para el cálculo del impuesto será determinada dependiendo de la procedencia del efectivo con ciertas deducciones y créditos. En el caso de ingresos derivados de ventas de exportación, en donde el efectivo no ha sido cobrado en los últimos 12 meses, el ingreso se considerará como cobrado al final de los 12 meses. El IETU será efectivo a partir del 1 de enero de 2008. Adicionalmente, a diferencia del ISR el cual es utilizado para la consolidación fiscal, las compañías que incurran en IETU deberán reportarlo de forma individual.

Con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que esencialmente sólo pagará ISR en sus entidades mexicanas, por lo tanto, la entrada en vigor del IETU no tuvo efectos en su información financiera porque reconoce únicamente ISR diferido.

D) Impuestos a la Utilidad Diferidos:

Las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por impuestos a la utilidad diferidos son las siguientes:

Impuestos a la Utilidad Diferidos	2007	2006
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (116)	Ps. (114)
Inventarios	385	546
Pagos anticipados	120	131
Propiedad, planta y equipo	5,325	5,214
Inversión en acciones	(7)	(10)
Intangibles y otros activos	(1,020)	(847)
Obligaciones laborales	(712)	(497)
Impuesto al activo por recuperar	(68)	(50)
Pérdidas fiscales por amortizar	(3,722)	(4,196)
Reserva de pérdidas no recuperables	3,053	3,375
Instrumentos financieros derivados	(72)	(260)
Reserva para contingencias	(568)	(552)
Provisiones diferidas no deducibles	(710)	(810)
PTU diferida	(165)	(150)
Otras reservas	597	163
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	2,320	1,943
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	1,264	2,052
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	Ps. 3,584	Ps. 3,995

Los cambios en el saldo de los impuestos a la utilidad diferidos, neto, son los siguientes:

	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 1,943	Ps. 1,967
Pérdida por posición monetaria	(43)	(41)
Provisión del año	(239)	95
Cambio en la tasa impositiva de ISR	—	(17)
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(107)	9
Instrumentos financieros derivados	193	(5)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	488	(208)
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	85	143
Saldo final	Ps. 2,320	Ps. 1,943

E) Provisión del Periodo:

	2007	2006	2005
Impuestos a la utilidad causado	Ps. 4,965	Ps. 4,476	Ps. 4,674
Impuesto al activo	224	54	14
Impuestos a la utilidad diferidos	(239)	95	(58)
Cambio en la tasa impositiva de ISR	—	(17)	(10)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	Ps. 4,950	Ps. 4,608	Ps. 4,620

F) Pérdidas Fiscales por Amortizar e Impuesto al Activo por Recuperar:

Las subsidiarias en México, Panamá, Colombia, Venezuela y Brasil tienen pérdidas fiscales por amortizar y/o impuesto al activo por recuperar. Las fechas en que expiran las pérdidas fiscales se presentan a continuación:

Año	Pérdidas Fiscales por Amortizar	Impuesto al Activo por Recuperar
2008	Ps. 1	Ps. 1
2009	1	7
2010	—	—
2011	46	6
2012	6	12
2013	90	12
2014	173	22
2015	113	—
2016	—	—
2017 y años subsecuentes	1,902	14
Indefinidas (Brasil ver Nota 23 A)	8,689	—
	Ps. 11,021	Ps. 74

Debido a la incertidumbre en la realización de algunas pérdidas fiscales no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido Ps. 8,979. Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 3,375	Ps. 607
Adquisición Kaiser	—	3,157
Cancelación de reserva	(157)	(371)
Actualización del saldo inicial	(165)	(18)
Saldo final	Ps. 3,053	Ps. 3,375

G) Conciliación entre la Tasa de ISR en México y la Tasa Efectiva de Impuestos a la Utilidad Consolidada:

	2007	2006	2005
Tasa Impositiva de ISR México	28.0%	29.0%	30.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y ajuste por inflación fiscal	(1.1)%	(0.1)%	0.6%
Gastos no deducibles	1.7%	3.3%	1.9%
Cambio en la deducción fiscal de inventarios	—	—	(2.1)%
Cambio en tasa de ISR en México	—	0.1%	—
Ingresos no acumulables	—	(1.5)%	(0.1)%
Otros	0.7%	1.0%	3.4%
	29.3%	31.8%	33.7%

NOTA 24. CONTINGENCIAS Y COMPROMISOS.**A) Contingencias Registradas en el Estado de Situación Financiera:**

La Compañía registra pasivos por contingencias cuando considera que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de las contingencias registradas corresponden a las recientes adquisiciones de negocios. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2007:

	Total
Fiscales	Ps. 1,725
Legales	268
Laborales	649
Total	Ps. 2,642

B) Juicios Pendientes de Resolución:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter fiscal, legal y laboral relacionados principalmente con sus subsidiarias Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Estos procesos son generados en el curso normal del negocio y son comunes en la industria en la cual los negocios participan. Al 31 de diciembre de 2007, el monto agregado de estos juicios equivale a \$311 y de acuerdo a los abogados de la Compañía estas contingencias tienen un nivel de riesgo menor a probable, pero mayor a remoto de que terminen en fallos desfavorables para la Compañía. Sin embargo, la Compañía considera que dichos juicios no tendrán un impacto material adverso en su situación financiera consolidada o en los resultados de operación.

En los últimos años FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, en sus territorios de México, Costa Rica y Brasil, han sido requeridos a presentar información relacionada a prácticas monopolísticas. Estos requerimientos son comunes en el curso normal de operaciones de las industrias en las que ambos negocios participan.

Durante 2001, un sindicato obrero y algunos individuos de Colombia presentaron una demanda en contra de ciertas subsidiarias colombianas y The Coca-Cola Company, ante la Corte Distrital del Sur del Estado de Florida de los Estados Unidos de América, por la realización de acciones injustas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, por un monto aproximado de \$500. La Compañía presentó una propuesta para descartar la demanda y el 29 de septiembre de 2006 la Corte concluyó no tener jurisdicción en ninguno de los asuntos presentados por los sindicatos y sus miembros, por lo tanto todas las demandas en contra de la Compañía fueron desechadas sin embargo, la decisión ha sido apelada.

C) Contingencias Garantizadas:

Como es costumbre en Brasil, la Compañía ha sido requerida por las autoridades fiscales a garantizar contingencias fiscales en litigio por la cantidad de Ps. 1,887, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

D) Compromisos:

Al 31 diciembre de 2007, la Compañía tiene compromisos contractuales de arrendamientos financieros y arrendamientos operativos para maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo, así como para el arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los vencimientos de los compromisos contractuales por moneda, expresados en pesos mexicanos, al 31 de diciembre de 2007, se integran de la siguiente forma:

	Pesos Mexicanos	Dólares Americanos	Otras Monedas
2008	Ps. 1,309	Ps. 720	Ps. 76
2009	1,246	451	81
2010	1,204	58	83
2011	1,144	13	22
2012 en adelante	7,692	—	—
Total	Ps. 12,595	Ps. 1,242	Ps. 262

El gasto por rentas fue de Ps. 1,713, Ps. 1,543 y Ps. 1,707 por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

NOTA 25. INFORMACION POR SEGMENTOS.**A) Por Unidad de Negocio:**

	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros	Eliminaciones	Consolidado
2007						
Ingresos totales	Ps. 69,251	Ps. 39,566	Ps. 42,103	Ps. 8,124	Ps. (11,488)	Ps. 147,556
Ingresos intercompañías	864	4,256	16	6,352	(11,488)	—
Utilidad de operación	11,447	5,404	2,315	403	—	19,569
Depreciación ⁽¹⁾	2,637	1,637	543	113	—	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	—	2,465
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	173	426	28	90	—	717
Deterioro en el valor de los activos						
de largo plazo	—	91	—	2	—	93
Gasto financiero	2,139	2,102	449	1,001	(1,137)	4,554
Producto financiero	613	342	38	913	(1,137)	769
Impuestos a la utilidad	3,336	888	377	349	—	4,950
Inversiones en activo fijo de						
largo plazo	3,682	5,373	2,112	90	—	11,257
Activos de largo plazo	69,720	50,562	9,057	12,686	(9,715)	132,310
Total activos	87,178	65,539	14,284	18,743	(19,949)	165,795
2006						
Ingresos totales	Ps. 64,046	Ps. 37,919	Ps. 36,835	Ps. 7,966	Ps. (10,646)	Ps. 136,120
Ingresos intercompañías	722	3,911	13	6,000	(10,646)	—
Utilidad de operación	10,251	6,121	1,664	431	—	18,467
Depreciación ⁽¹⁾	2,595	1,818	431	110	—	4,954
Amortización	253	2,018	363	36	—	2,670
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	143	238	15	88	—	484
Deterioro en el valor de los activos						
de largo plazo	79	121	—	8	—	208
Gasto financiero	2,252	1,646	402	525	(526)	4,299
Producto financiero	383	228	53	654	(526)	792
Impuestos a la utilidad	2,555	1,476	360	217	—	4,608
Inversiones en activo fijo de						
largo plazo	2,863	4,419	1,943	197	—	9,422
Activos de largo plazo	67,955	48,570	7,912	7,901	(5,651)	126,687
Total activos	80,464	62,228	12,311	10,781	(11,268)	154,516
2005						
Ingresos totales	Ps. 59,642	Ps. 29,768	Ps. 31,021	Ps. 6,485	Ps. (7,454)	Ps. 119,462
Ingresos intercompañías	650	2,232	2	4,570	(7,454)	—
Utilidad de operación	9,973	5,800	1,360	306	—	17,439
Depreciación ⁽¹⁾	2,610	1,617	348	107	—	4,682
Amortización	185	1,881	301	16	—	2,383
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	181	162	7	69	—	419
Deterioro en el valor de los activos						
de largo plazo	—	82	—	2	—	84
Gasto financiero	2,757	1,312	381	760	(451)	4,759
Producto financiero	378	226	70	542	(451)	765
Impuestos a la utilidad	2,698	1,186	309	427	—	4,620
Inversiones en activo fijo de						
largo plazo	2,516	3,197	1,528	267	—	7,508

(1) Incluye rotura de botella.

(2) Excluye cargos virtuales de los activos y pasivos circulantes.

(3) Incluye el costo del año relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 D) y la participación en compañías asociadas.

B) Por Área Geográfica:

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
2007				
México	Ps. 106,136	Ps. 9,137	Ps. 98,302	Ps. 120,965
Centro América ⁽¹⁾	4,850	328	6,058	7,075
Colombia	7,051	643	7,681	11,193
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Brasil	16,093	879	14,611	21,615
Argentina	4,034	279	1,503	2,534
Eliminaciones	(400)	—	—	(3,951)
Consolidado	Ps. 147,556	Ps. 11,257	Ps. 132,310	Ps. 165,795

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
2006				
México	Ps. 99,310	Ps. 7,807	Ps. 95,559	Ps. 113,570
Centro América ⁽¹⁾	4,592	78	5,490	6,504
Colombia	6,556	586	6,994	10,220
Venezuela	7,997	221	4,324	5,773
Brasil	14,378	510	12,871	18,849
Argentina	3,458	220	1,449	2,335
Eliminaciones	(171)	—	—	(2,735)
Consolidado	Ps. 136,120	Ps. 9,422	Ps. 126,687	Ps. 154,516

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo
2005		
México	Ps. 90,561	Ps. 5,934
Centro América ⁽¹⁾	4,022	218
Colombia	6,147	434
Venezuela	7,188	517
Brasil	8,433	259
Argentina	3,256	146
Eliminaciones	(145)	—
Consolidado	Ps. 119,462	Ps. 7,508

(1) Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

NOTE 26. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

Durante 2007, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. ("CINIF") emitió las siguientes NIF con aplicación según se describe. La Compañía adoptará estos pronunciamientos a partir del 1 de enero de 2008 y a la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

- **NIF B-2, “Estado de Flujo de Efectivo”**

Establece las normas generales para la presentación, estructura y elaboración del estado de flujos de efectivo, así como las revelaciones que complementan a dicho estado. Sustituye al estado de cambios en la situación financiera e indica que se deben mostrar las entradas y salidas de efectivo que ocurrieron en la entidad durante el periodo. Los rubros que se muestran deben presentarse preferentemente en términos brutos. Los flujos de efectivo por actividades de financiamiento se presentarán después de los de inversión, a diferencia del estado de cambios donde estos se presentaban después. Adicionalmente, establece la posibilidad de determinar y presentar los flujos de efectivo de las actividades de operación usando el método directo o el método indirecto, según lo decida la entidad.

- **NIF B-10, “Efectos de la Inflación”**

Establece dos entornos económicos: a) entorno inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es igual o superior a 26%, caso en el cual, requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación mediante la aplicación del método integral, y b) entorno no inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es menor a 26% y en este caso, establece que no se deben reconocer los efectos de la inflación en los estados financieros. Además elimina los métodos de valuación de costos de reposición e indexación específica para inventarios y activo fijo, respectivamente y requiere que el resultado por tenencia de activos no monetarios acumulado se reclasifique a resultados acumulados, si es que se identifica como realizado y el no realizado se mantendrá en el capital contable para aplicarlo al resultado del periodo en el que se realice la partida que le dio origen.

- **NIF B-15, “Conversión de Monedas Extranjeras”**

Desaparece las clasificaciones de operación extranjera integrada y de entidad extranjera en virtud de que se incorporan los conceptos de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe; establece los procedimientos para convertir la información financiera de una operación extranjera: i) de la moneda de registro a la funcional; y, ii) de la moneda funcional a la de informe y permite que la entidad presente sus estados financieros en una moneda de informe diferente a su moneda funcional.

- **NIF D-3, “Beneficios a los Empleados”**

Incorpora a la PTU causada y diferida, como parte de su normatividad y establece que la diferida se deberá determinar con la misma metodología de la NIF D-4. Se incluye el concepto de carrera salarial y el periodo de amortización de la mayor parte de las partidas se disminuye a 5 años como sigue:

- Se amortizan en 5 años o menos si la vida laboral remanente es menor:
 - El saldo inicial del pasivo de transición de beneficios por terminación y de beneficios al retiro.
 - El saldo inicial de servicios anteriores y modificaciones al plan.
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios por terminación, se amortiza contra los resultados de 2008.
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios al retiro, se amortiza en 5 años (neto del pasivo de transición), con la opción de amortizarlo todo contra los resultados de 2008.

- **NIF D-4, “Impuestos a la Utilidad”**

Reubica las normas de reconocimiento contable relativas a PTU causada y diferida en la NIF D-3, elimina el término de diferencia permanente, además de precisar e incorporar algunas definiciones.

NOTE 27. EVENTOS RELEVANTES.

Coca-Cola FEMSA acordó con The Coca-Cola Company la adquisición de Minas Gerais Ltda., “REMIL” en Brasil. El cierre, términos y condiciones de la transacción están sujetos a un proceso de confirmación, negociación y ejecución del acuerdo definitivo y de la aprobación de los consejos de ambas compañías. Se espera que la transacción sea completada durante el primer trimestre de 2008.

FEMSA CORPORATIVO

General Anaya No. 601 Pte.
Col. Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64410
Tel.: (52) 81 8328-6000
Fax: (52) 81 8328-6080

COCA-COLA FEMSA MEXICO

Guillermo González Camarena No. 600
Centro Cd. Santa Fe
México, D.F.
México, C.P. 01210
Tel.: (52) 55 5081-5100
Fax: (52) 55 5292-3473

LATINCENTRO

Escazú
Autopista Próspero Fernández
Edificio Trilogía I
Torre II 3er Piso
San José, Costa Rica
Phone: (506) 2247-2100
Fax: (506) 2247-2040

MERCOSUR

Av. Eng. Alberto de Zagottis No. 352
Jurubatuba
São Paulo, Brasil
Cep. 04675
Tel.: (55) 11 2102-5500
Fax: (55) 11 2102-5554

FEMSA CERVEZA

Ave. Alfonso Reyes No. 2202 Nte.
Col. Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64442
Tel.: (52) 81 8328-5000
Fax: (52) 81 8328-5013

FEMSA COMERCIO (OXXO)

Edison No. 1235 Nte.
Col. Talleres
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64480
Tel.: (52) 81 8389-2121
Fax: (52) 81 8389-2106

FEMSA INSUMOS ESTRATEGICOS

General Anaya No. 601 Pte.
Col. Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64410
Tel.: (52) 81 8328-6600
Fax: (52) 81 8328-6601

FEMSA

General Anaya 601 Pte., Col. Bella Vista, Monterrey, N.L., México, 64410
www.femsa.com investor@femsa.com.mx

