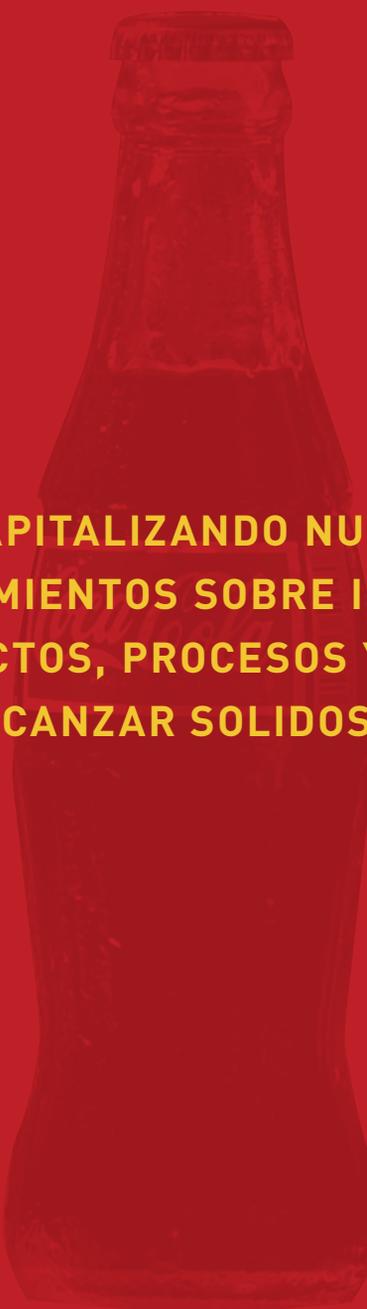




*MARCANDO EL PASO PARA
UN CRECIMIENTO SOSTENIDO*

FEMSA
INFORME ANUAL 2006



**CAPITALIZANDO NUESTROS
CONOCIMIENTOS SOBRE INNOVADORES
PRODUCTOS, PROCESOS Y PRACTICAS
PARA ALCANZAR SOLIDOS RESULTADOS**



**CAPITALIZANDO NUESTRAS
FORTALEZAS PARA SATISFACER MEJOR
LAS NECESIDADES DE NUESTROS
CONSUMIDORES EN MERCADOS CLAVE**



DATOS RELEVANTES

- ➔ Los ingresos totales de FEMSA se elevaron 13.2%, sumando en el año US\$11,707 millones.
- ➔ Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company establecieron un nuevo convenio de largo plazo.
- ➔ FEMSA Cerveza concluyó un sólido año con alto crecimiento en México y los Estados Unidos.
- ➔ Oxxo continúa con su ritmo de crecimiento de doble dígito, inaugurando una nueva tienda cada 12.4 horas.

[CIFRAS SOBRESALIENTES DE FEMSA]

Millones de pesos del 2006	Millones de dólares		2005	% de Variación	2004	% de Variación
	2006 ⁽¹⁾	2006				
Ingresos totales	\$11,707	Ps. 126,427	Ps. 111,636	13.2	Ps. 102,316	9.1
Utilidad de operación	1,610	17,390	16,403	6.0	14,964	9.6
Utilidad neta	851	9,195	8,566	7.3	10,085	(15.1)
Utilidad neta mayoritaria	613	6,622	5,766	14.8	6,411	(10.1)
Utilidad neta minoritaria	238	2,573	2,800	(8.1)	3,674	(23.8)
Activos totales	13,463	145,390	132,312	9.9	131,173	0.9
Pasivos totales	6,589	71,162	61,823	15.1	74,527	(17.0)
Capital contable	6,874	74,228	70,489	5.3	56,646	24.4
Inversiones fijas	823	8,888	7,056	26.0	7,508	(6.0)
Valor en libros por acción ⁽²⁾	0.84	9.092	8.389	8.4	7.235	15.9
Utilidad neta por acción ⁽²⁾	0.10	1.110	0.967	14.9	1.210	(20.1)
Personal		97,770	90,731	7.8	88,214	2.9

(1) Tipo de cambio de 10.7995 pesos por dólares americanos al 31 de diciembre del 2006 publicado por el Federal Reserve Bank of New York.

(2) Información en pesos mexicanos, sobre la base del número de acciones en circulación, 5,297,310,450 para 2004 y 5,963,710,450 para el 2005 y 2006.

MARCANDO EL PASO

[COMPETENCIAS Y HABILIDADES CLAVE

Desde nuestra sofisticada estrategia de multi-segmentación, hasta nuestros avanzados sistemas de inteligencia de mercado, continuamos mejorando nuestras habilidades para cumplir con el compromiso de nuestra plataforma integrada de bebidas.

Al desarrollar con precisión las habilidades requeridas en cada nivel de la organización, estamos mejor preparados para competir en entornos de mercado retadores y maximizar el rendimiento de nuestro esquema de negocio.



PARA UN CRECIMIENTO SOSTENIDO

[ESQUEMA DE NEGOCIO] ENFOCADO AL CONSUMIDOR

Nuestro portafolio de marcas diferenciadas, aunado a la ejecución por segmento de mercado, nos permite estimular y satisfacer la creciente demanda de los consumidores. A fin de asegurarnos que ofrecemos siempre el producto adecuado, en el momento preciso y al precio correcto, recopilamos información a través de nuestros sistemas de inteligencia de mercado y ejecutamos las estrategias comerciales a la medida de los múltiples gustos de nuestros consumidores.

[INNOVACION CONTINUA]

Nuestra innovación de productos, prácticas y sistemas funciona como catalizador para nuestro crecimiento futuro. Invirtiendo en tecnologías de vanguardia, tenemos la capacidad de recopilar información clave de los consumidores y mejorar nuestra eficiencia en producción, distribución y comercialización. A través de lo anterior, continuamente evaluamos y mejoramos nuestras habilidades y competencias para satisfacer las necesidades de nuestros consumidores.

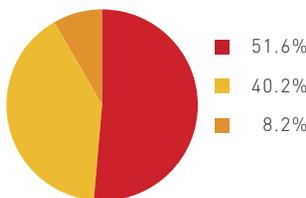
[CRECIMIENTO SOSTENIDO]

Nuestro potencial de crecimiento es tan amplio como nuestro dinámico esquema de negocio. Siempre estamos atentos para aprovechar las oportunidades de crecimiento orgánico en todos nuestros segmentos de negocio y áreas de mercado. Permanentemente exploramos adquisiciones e inversiones estratégicas que nos permitan expandir nuestra participación en categorías de productos de rápido crecimiento. Además, constantemente buscamos oportunidades para desarrollar sólidos socios internacionales.

ACTIVOS TOTALES

millones de pesos del 2006

Ps. 145,390

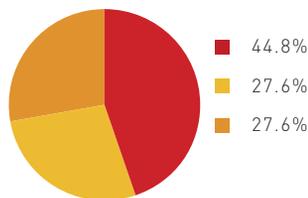


Coca-Cola FEMSA ■

INGRESOS TOTALES

millones de pesos del 2006

Ps. 126,427

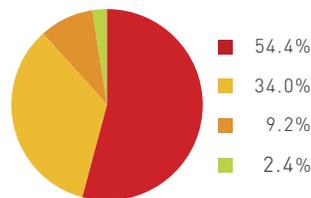


FEMSA Cerveza ■

UTILIDAD DE OPERACION

millones de pesos del 2006

Ps. 17,390



Otros Negocios ■

FEMSA Comercio ■

Creemos que podemos hacerlo mejor.

Al seguir mejorando las habilidades y capacidades clave de nuestra compañía, estamos mejor preparados para competir y crear valor en entornos de mercado complejos y retadores.

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo y

Director General Ejecutivo de FEMSA

[CARTA A NUESTROS ACCIONISTAS]



ESTIMADOS ACCIONISTAS:

En 2006 nos apoyamos en nuestro esquema integrado de bebidas para capitalizar las oportunidades de crecimiento que se presentaron en todos nuestros sectores de negocio y mercados. Como resultado, continuamos cumpliendo con nuestro compromiso de generación de valor y ampliando nuestra sólida trayectoria de crecimiento rentable, tal como lo muestran los incrementos de doble dígito en ingresos totales y generación de flujo bruto de operación, así como de tres dígitos de crecimiento en el valor de mercado en los últimos cinco años.

Al continuar construyendo con base en las habilidades y capacidades de FEMSA, logramos mejorar la posición de nuestros negocios para competir y crear valor, aún en entornos de mercado complejos y retadores. A pesar de un contexto global caracterizado por aumentos en costos de materias primas, así como de las difíciles condiciones económicas, sociopolíticas y de competencia, en muchos de nuestros mercados Latinoamericanos, logramos registrar ingresos totales por \$126,427 millones de pesos (\$11,707 millones de dólares) en 2006, para un crecimiento de 13.2% sobre el año previo. También, elevamos en 6% la utilidad de operación, para sumar \$17,390 millones de pesos (\$1,610 millones de dólares). Mejoramos nuestra utilidad neta en 7.3%, llegando a \$9,195 millones de pesos (\$851 millones de dólares), resultando en una utilidad por acción de \$1.11 pesos. Adicionalmente, una mejor rentabilidad en conjunto con el continuo énfasis por mejorar la utilización de activos, generó un retorno sobre la inversión de 11.1%.

En 2006, Coca-Cola FEMSA continuó capitalizando el conocimiento de la dinámica de los mercados locales y nuestras innovadoras prácticas de negocio, para alcanzar sólidos resultados. Nuestra sofisticada estrategia de multi-segmentación impulsó un fuerte crecimiento, en particular en los productos y presentaciones de Coca-Cola. Esto permitió incrementar los ingresos en casi todas nuestras franquicias, no obstante el retador entorno competitivo de algunos de nuestros mercados y las condiciones específicas de otros. Coca-Cola FEMSA generó sólidos resultados, a pesar de las presiones de aumentos de costos de materias primas que se observaron en la mayoría de nuestros territorios, gracias al conocimiento de las dinámicas en el canal al detalle y a la flexibilidad en nuestras prácticas operativas, las cuales adaptamos a las condiciones particulares de cada región.

Para estimular y satisfacer la demanda de los consumidores en todas nuestras franquicias, continuamos trabajando muy de cerca con The Coca-Cola Company para explorar nuevas líneas de productos, mejorar las marcas existentes y participar en nuevos segmentos de bebidas. Entre los nuevos lanzamientos al mercado durante 2006, está la exitosa introducción del agua de sabores con cero calorías marca **Dasani** en Argentina, Colombia y Costa Rica. La introducción del agua de sabores, marca **Ciel Aquarius**, también recibió una favorable aceptación por parte de los consumidores en México.

En nuestros mercados más grandes, México, Brasil, Argentina y Colombia, estamos afinando nuestra estrategia de multi-segmentación. Además de los tipos de canales de ventas, estamos adecuando nuestras estrategias de producto, precio y empaque, para servir a diversos nichos de mercado tomando en cuenta los niveles socioeconómicos y de competencia. Consecuentemente, estamos tratando de capturar un mayor crecimiento por ocasión de consumo.

En noviembre de 2006, Coca-Cola FEMSA continuó reforzando su relación con The Coca-Cola Company mediante un nuevo esquema de colaboración, el cual fortalece la posición estratégica de nuestra compañía en la industria de bebidas y le provee de una mejor base para el crecimiento en varios frentes. El esquema incluye un mayor apoyo en la mercadotecnia por parte de The Coca-Cola Company, un claro papel de liderazgo en la consolidación regional, la oportunidad de evaluar un crecimiento horizontal más allá de América Latina, un nuevo mecanismo para alinear mejor los intereses de ambos socios en el desarrollo del ahora tan importante segmento de bebidas no carbonatadas y un panorama de largo plazo de los factores económicos en la relación.

En línea con el nuevo esquema, en diciembre de 2006, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company acordaron adquirir a través de una nueva asociación a Jugos del Valle, un productor líder en Latinoamérica en las categorías de jugos y bebidas con base a jugo. Una vez cerrada la adquisición, planeamos invitar al resto de embotelladores del sistema Coca-Cola en México y Brasil para que participen, respectivamente, en las operaciones de esta prometedora aventura.

Además de las importantes sinergias potenciales, esta transacción ampliará significativamente la posición del sistema Coca-Cola en el creciente, y todavía por desarrollar, mercado Latinoamericano de bebidas no carbonatadas.

El 2006 fue otro año de sólido crecimiento para FEMSA Cerveza. Su fuerte y sostenido desempeño en México, nuestro mercado más importante, es resultado del diferenciado esquema de negocios enfocado al consumidor que practicamos. Los años de desarrollo de nuestras capacidades y habilidades, incluyendo el diseño de nuestro sofisticado sistema de negocio, está comenzando a rendir frutos. En 2006, aumentamos substancialmente la inversión en estudios de mercado a fin de capturar y generar información clave del consumidor, que nos permita encausar mejor nuestras estrategias de comercialización. Actualmente estamos inmersos en el desarrollo de las habilidades precisas, en todos los niveles de la organización, para maximizar el rendimiento de nuestro sistema de negocio.

Nuestra administración de un portafolio de marcas diferenciadas y la innovación de productos continuaron generando fuertes ventas de **Sol** y **Tecate**, nuestras marcas líderes en México. Con el lanzamiento de **Soul Citric**, nuestra primera bebida de moderación con base en malta, hemos capturado el 30% del segmento super-premium de este mercado. También hemos incrementado nuestra oferta de multi-empaques, como lo muestra el lanzamiento de temporada de las presentaciones de 12 y 24 botellas de nuestras marcas premium **Bohemia**, **Casta**, **Nochebuena** y **Dos Equis Ambar**.

En 2006, nuestras capacidades y habilidades fueron desplegadas en nuestras operaciones de cerveza en Brasil. Luego de adquirir en enero el control de Cervejarias Kaiser, realizamos rápidamente un minucioso y completo análisis de su portafolio de marcas. Para la segunda mitad del año, logramos relanzar y reposicionar la marca **Kaiser** en un nivel de precio regional sub-premium, así como lanzar **Sol Pilsen**, nuestra nueva marca premium para el mercado brasileño, apoyados por una revitalizada red de ventas y distribución basada en gran medida en el sistema de embotelladores de Coca-Cola. Estas iniciativas están trabajando para fortalecer nuestra estrategia de largo plazo de cerveza en Brasil.

Hemos dado un nuevo impulso a nuestra presencia internacional en el mercado de cervezas. En 2006, realizamos exitosas alianzas estratégicas con Heineken en los Estados Unidos, Molson Coors en México y Reino Unido, Sleeman Breweries en Canadá, Carlsberg en China y Anadolu Efes en Rusia, que generaron un fuerte crecimiento en las exportaciones. Ampliamos de manera significativa la disponibilidad y la propuesta de valor de nuestras marcas en los Estados Unidos, el Reino Unido y generamos un crecimiento de doble dígito en muchos de nuestros mercados asiáticos, europeos, y latinoamericanos.

En 2006, FEMSA Comercio fue nuevamente el negocio de más rápido crecimiento de nuestra compañía, con la apertura de 706 nuevas tiendas Oxxo. Durante el año, continuamos afinando nuestras capacidades, incluyendo el especializado proceso de selección de ubicación y apertura de tiendas para acelerar gradualmente el ritmo de crecimiento de nuevos establecimientos. También, desarrollamos nuevas iniciativas para mejorar la propuesta de valor para el cliente, desde una mayor oferta de comida rápida y nuevas alternativas para el pago de cuentas, hasta el lanzamiento de nuevas terminales electrónicas de lotería. Adicionalmente, estamos trabajando en construir nuevas habilidades, tales como una sólida red nacional de distribución directa y tecnología en el punto de venta.

Más allá de su destacado crecimiento, Oxxo ejemplifica cómo estamos aprovechando nuestro esquema integrado de bebidas para crecer en todos los negocios clave. En 2006, cerca del 10% de las ventas totales de FEMSA Cerveza se canalizó a través de Oxxo. Además, las ventas de cerveza y refrescos contribuyeron con cerca de una cuarta parte de los ingresos de Oxxo en el año.

En FEMSA, estamos comprometidos con los más altos estándares de gobierno corporativo y transparencia. Nos adherimos y alineamos nuestra compañía a las disposiciones de mejores prácticas de gobierno, incluyendo los requerimientos aplicables de la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos. Sabemos que sólo sobre una base de sanas prácticas de gobierno e integridad, podemos generar en forma consistente los resultados que nuestros clientes, consumidores, colaboradores y accionistas esperan.

La base del desempeño pasado, presente y futuro de nuestra compañía, la constituye la práctica de nuestros valores. Entre los más importantes son: el respeto a la dignidad de la persona, la pasión por el servicio, la calidad e innovación, así como nuestra infranqueable honestidad, integridad y austeridad. Ésta es la única manera en que sabemos hacer negocios.

Mantenemos firme el enfoque hacia el desarrollo de habilidades y capacidades de nuestro activo más importante, nuestra gente. Los colaboradores de FEMSA son verdaderamente sobresalientes como grupo y como individuos. El crecimiento rentable y sostenido de nuestra compañía es finalmente impulsado por su talento, trabajo en equipo y tenacidad.

A nombre de todos los colaboradores de FEMSA, agradezco la confianza que ustedes han puesto en nosotros. Apreciamos la oportunidad que nos brindan de continuar con nuestro compromiso de creación de valor tanto ahora como en el futuro.



José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de FEMSA

[CRECIMIENTO FINANCIERO]

Ingresos Totales

miles de millones de pesos del 2006



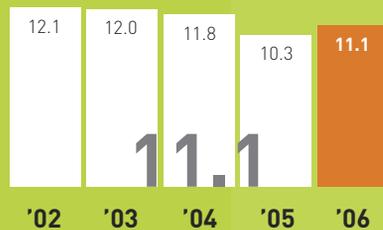
Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006



ROIC*

porcentaje



*Basado en la metodología de EVA® de Stern, Stewart & Co. y utilizando las cifras ajustadas a la inflación de cada uno de los países en donde operamos.

Activos Totales

miles de millones de pesos del 2006



 15.9%
CAPP* FLUJO BRUTO DE
OPERACION (EBITDA)

El desarrollo continuo de nuestras habilidades y capacidades clave, nos permite construir una exitosa plataforma integrada de bebidas.

 US\$11,707 millones
INGRESOS

Un incomparable esquema orientado al consumidor nos permite aprovechar las oportunidades en la industria y crecer.

 15.3%
CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DE EXPORTACIONES DE FEMSA CERVEZA

*Crecimiento Anual Promedio Ponderado de los últimos diez años.



CRECIENDO A TRAVES DE
LA INNOVACION



Continuamos trabajando muy de cerca con The Coca-Cola Company para estimular y satisfacer la demanda de los consumidores en todos nuestros mercados, explorando nuevas líneas de productos, ampliando las marcas existentes y participando en nuevos segmentos de bebidas.

COCA-COLA FEMSA

FEMSA CERVEZA

FEMSA COMERCIO

CRECIENDO A TRAVES DE LA INNOVACION



En 2006, Coca-Cola FEMSA capitalizó sus conocimientos sobre las dinámicas de los mercados locales y sus innovadores productos, procesos y prácticas, para alcanzar sólidos resultados. Los ingresos aumentaron 6.9% para sumar \$57,738 millones de pesos, aprovechando la amplia popularidad de la marca **Coca-Cola**, así como las estrategias comerciales específicas de la compañía. El flujo bruto de operación creció 2.5% para llegar a \$12,219 millones de pesos, impulsado por el fuerte crecimiento de nuestras operaciones. Además, la utilidad de operación sumó \$9,456 millones de pesos, para un incremento de 2.6%.

COMPETENCIAS Y CAPACIDADES CLAVE La clave de nuestro éxito radica en nuestra estrategia de multi-segmentación. Reconociendo que ninguno de nuestros clientes, consumidores o competidores son totalmente iguales, clarificamos y aprovechamos el valor de sus diferencias y características comunes.

En México, el diseño de nuestro más sofisticado esquema de multi-segmentación está basado en los distintos segmentos de mercado, clasificados por su competencia, densidad de población y nivel socioeconómico, así como por los tipos de canales de distribución. Por ejemplo, nuestros territorios fuera del Valle de México cuentan con áreas urbanas y suburbanas más reducidas y fragmentadas. Estas características de mercado, en combinación con nuestra rentable segmentación de producto, impulsaron nuestro sólido crecimiento en México en 2006.

También adecuamos la forma de comercializar nuestros productos en los distintos territorios. Gracias a nuestra más enfocada y coordinada estrategia de comercialización, continuamos siendo los líderes en el mercado de refrescos y agua embotellada en São Paulo, Brasil. En 2006, nuestro volumen de ventas excluyendo cerveza, aumentó 5.8% sumando 1,998 millones de cajas unidad, contribuyendo las bebidas carbonatadas con más del 80% del volumen incremental en el año.

INNOVADORES PRODUCTOS Y PRACTICAS Nuestra cultura de innovación está presente en todo nuestro negocio, desde la producción hasta la satisfacción del consumidor. A fin de estimular y satisfacer la demanda de los consumidores en todos nuestros mercados, continuamos trabajando muy de cerca con The Coca-Cola Company para explorar nuevas líneas de productos, ampliar nuestras marcas actuales y participar en nuevos segmentos de bebidas.



En Centroamérica, hemos expandido nuestro portafolio de productos para aprovechar el rápido crecimiento de la categoría de bebidas no carbonatadas. Con la inclusión de **Hi-C**, una marca de bebidas con base a jugos, logramos casi triplicar nuestro volumen en este prometedor segmento de mercado. De la misma manera, nuestra marca **Minute Maid Mais** continuó ganando espacio de anaquel en las tiendas de Brasil, contribuyendo a que el segmento de bebidas no carbonatadas, excluyendo el agua embotellada, creciera más de 25% en 2006.

Con base en nuestro innovador portafolio de bebidas, continuamente buscamos maximizar nuestra eficiencia operativa a través de originales soluciones de negocio. Para reducir costos y mantener la calidad de nuestros refrescos, hemos aligerado en forma considerable el peso de nuestra presentación individual de refresco en envase de PET. También hemos impulsado el desarrollo sostenible de nuestro negocio, al reducir el volumen de PET utilizado en nuestros procesos de fabricación.



CULTURA DE INNOVACION

Nuestra cultura de innovación se extiende a toda la compañía. Con base en nuestro portafolio de bebidas, continuamente buscamos maximizar nuestra eficiencia operativa a través de innovadoras soluciones de negocio.

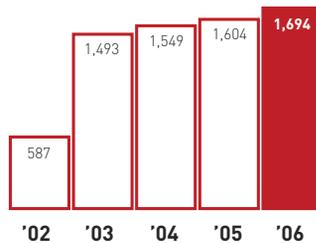
OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO FAVORABLES Durante el año, fortalecimos nuestra relación con The Coca-Cola Company, estableciendo la estructura de un nuevo escenario de colaboración rentable. Esta nueva estructura aprovecha las fortalezas de mercadotecnia de The Coca-Cola Company y define una plataforma para nuestro objetivo conjunto de lograr un crecimiento en la categoría de bebidas carbonatadas, además de apoyar un desarrollo acelerado del segmento de bebidas no carbonatadas vía adquisiciones y crecimiento orgánico.

En línea con esta nueva estructura, en diciembre de 2006, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company acordaron adquirir a través de una nueva coinversión a Jugos del Valle, uno de los productores líderes de jugos en México y Brasil. Luego del cierre de la adquisición, planeamos invitar al resto de los embotelladores del sistema Coca-Cola en México y Brasil a participar en la coinversión. Además de las sinergias potenciales, esta transacción traerá importantes resultados, al incrementar en forma considerable la presencia del sistema Coca-Cola en el creciente segmento de bebidas no carbonatadas en América Latina.

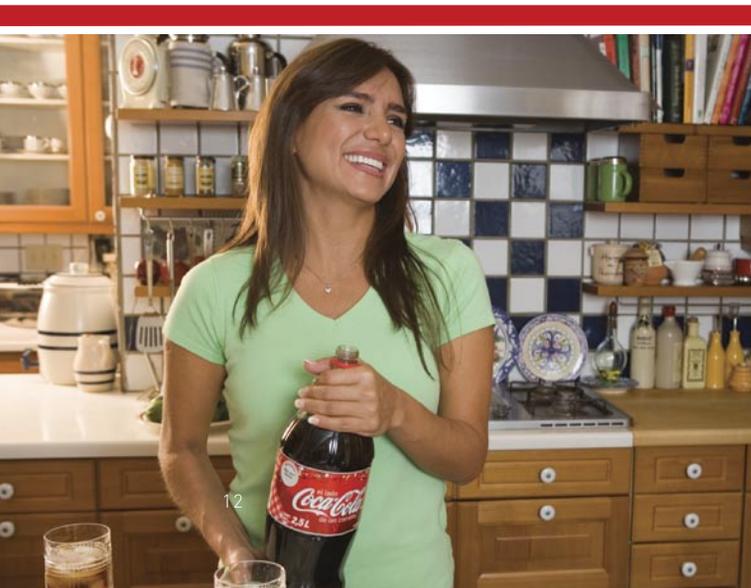
En resumen, todo lo que hacemos en Coca-Cola FEMSA tiene como fundamento las necesidades de nuestros clientes y consumidores. Estamos confiados que este enfoque se traducirá en un crecimiento continuo durante 2007.

Volumen de Refrescos Carbonatados

millones de cajas unidad*



*Una caja unidad es igual a 24 botellas de 8 oz.





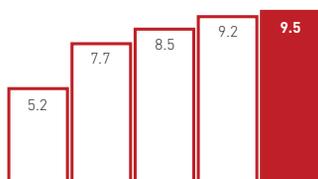
CRECIMIENTO BASADO EN EL CONSUMIDOR

Todo lo que hacemos tiene como fundamento las necesidades de nuestros clientes y consumidores. Estamos confiados que este enfoque se traducirá en un crecimiento continuo.



Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006



	'02	'03	'04	'05	'06
% de Crecimiento Anual	47.5	9.6	9.0	2.6	
% Margen de Operación	24.6	18.5	16.5	17.1	16.4

CRECIENDO A TRAVES DE
LA EXPERIENCIA





El gran desempeño de FEMSA Cerveza es muestra del buen funcionamiento de nuestro sofisticado esquema de negocios, diseñado para construir un poderoso portafolio de marcas y segmentar nuestros mercados, satisfaciendo a nuestros clientes y consumidores.



COCA-COLA FEMSA

FEMSA CERVEZA

FEMSA COMERCIO

CRECIENDO A TRAVES DE LA EXPERIENCIA

El 2006 fue otro año de sólido crecimiento para FEMSA Cerveza. En nuestros mercados clave, logramos estimular la demanda y elevar nuestros ingresos en 24.1% para llegar a \$35,599 millones de pesos. Lo anterior fue impulsado por un fuerte crecimiento en el volumen de ventas, por arriba del promedio de la industria por tercer año consecutivo, así como por un mejor precio de venta de nuestros productos, apoyado por la mayor fortaleza de nuestras marcas en territorios clave, lo que mejoró aún más nuestra posición competitiva en este mercado. A pesar de la tendencia de incrementos en los costos de materias primas que ha afectado a la industria cervecera a nivel mundial y las continuas inversiones en nuestro sofisticado sistema de negocio, así como en el desarrollo de nuestras marcas clave, la utilidad de operación creció 5.8%, sumando \$5,915 millones de pesos, mientras que el retorno sobre el capital invertido alcanzó 10.8%.

También fue un año excepcional para la exportación. Continuamos capturando nuevos consumidores, lo que permitió tener un crecimiento de 15.3% en el volumen de ventas, excediendo nuestras expectativas. Mediante el acuerdo de distribución con Heineken USA, ampliamos significativamente la presencia y el valor de nuestras marcas en todos nuestros mercados en los Estados Unidos. También, exportamos más de un millón de cajas unidad al Reino Unido y generamos un crecimiento de doble dígito en muchos de nuestros mercados en Asia, Europa y Latinoamérica.

PODEROSAS HABILIDADES Y COMPETENCIAS El fuerte y sostenido desempeño de FEMSA Cerveza, es muestra del buen funcionamiento de nuestro sofisticado esquema de negocios, diseñado para construir un poderoso portafolio de marcas y segmentar nuestros mercados, satisfaciendo a nuestros clientes y consumidores.

Nuestra habilidad para entender a nuestros consumidores, sus hábitos y ocasiones de consumo, así como el conocimiento de los canales al detalle, es esencial en nuestro sofisticado sistema de negocios. En los últimos años, hemos aumentado sustancialmente nuestras inversiones en investigación de mercado, a fin de capturar información acerca de los motivadores, hábitos y tendencias de los consumidores, generando conocimientos clave que encausan nuestras estrategias de mercado. En 2006, realizamos casi 200,000 investigaciones de consumidores y aproximadamente 120 sesiones de grupos de consulta (focus groups), obteniendo información muy valiosa que nos permitió mejorar nuestros esfuerzos de segmentación. A través de la tecnología de ventas electrónicas, nuestra fuerza de ventas también condujo más de 700,000 investigaciones en tiendas al detalle, para asegurar la efectividad de nuestro desempeño de mercadeo.



Los años de desarrollo de habilidades, incluyendo los sistemas y procesos necesarios, están empezando a rendir frutos. Ahora estamos inmersos en la siguiente fase de desarrollo, construyendo una adecuada plataforma de competencias en cada nivel de la organización, a fin de maximizar el resultado de nuestro esquema de negocio.

Posiblemente el mejor ejemplo del aprovechamiento nuestras capacidades y habilidades, es nuestra nueva operación de cerveza en Brasil. Habiendo adquirido el control de la Cervejaria Kaiser en enero de 2006, rápidamente realizamos un amplio y detallado análisis de su portafolio de marcas. Para la segunda mitad del año, logramos lanzar y reposicionar la marca **Kaiser** con un nivel de precio regional sub-premium y poco tiempo después lanzamos **Sol Pilsen**, nuestra nueva marca líder en el mercado brasileño. Con base en una sólida y completa investigación de mercado, este producto no sólo representa una nueva cerveza, sino también un nuevo envase, nueva etiqueta, un posicionamiento como producto premium y una cobertura a nivel nacional. En conjunto con una revitalizada y poderosa red de ventas y distribución, basada principalmente en el sistema de embotelladores de Coca-Cola en Brasil, los resultados iniciales señalan que estos primeros pasos están en camino a favorecer la estrategia de largo plazo de cerveza en Brasil.

INTELIGENCIA DE MERCADO

Nuestra habilidad para entender a nuestros consumidores, sus ocasiones de consumo y los canales de ventas al detalle, nos permite lanzar exitosamente nuevos productos como **Soul Citric** y liderar importantes segmentos de mercado como la categoría light en México.

INNOVACION CONSTANTE La estrategia de segmentación e innovación de marca continuó impulsando el crecimiento en México, nuestro mercado más importante, tal como lo muestran las fuertes ventas de nuestras marcas líderes **Sol y Tecate**. La extensión de nuestras líneas como **Sol Light, Tecate Light y Sol Brava**, así como las nuevas presentaciones en lata de 16 y 24 onzas de **Tecate**, registraron un saludable ritmo de crecimiento en México. Actualmente, FEMSA Cerveza es el productor líder de cervezas "light" en México, con cinco productos que se comercializan bajo las marcas **Tecate, Sol, Coors, Carta Blanca y Kloster**. También, seguimos siendo líderes en innovación en la industria cervecera mexicana. Además, nuestras plantas cerveceras cuentan con la flexibilidad para producir reducidos lotes de varios productos y presentaciones de una manera rentable. A través de nuestras tiendas Oxxo lanzamos **Soul Citric**, nuestra primera bebida saborizada de malta con baja graduación de alcohol, con la cual hemos capturado el 30% del segmento super-premium de este mercado en México. Mediante este proceso y contando con el apoyo de una sólida investigación de mercados, hemos transferido nuestros conocimientos y habilidades a todas las categorías de bebidas, demostrando nuestras crecientes capacidades en el desarrollo de productos y marcas.

El 15% de las ventas de FEMSA Cerveza en 2006, se originó de nuevos productos desarrollados durante los últimos cinco años. Estas innovaciones incluyen las nuevas presentaciones de 16 y 24 onzas en envases de aluminio y vidrio no retornable para **Tecate, Tecate Light, Sol Brava e Indio**, la cual hoy es la cerveza oscura de más rápido crecimiento en México. También ampliamos nuestra oferta de multi-empaques, destacando el lanzamiento de temporada de empaques de 12 y 24 botellas con una atractiva combinación de nuestras marcas premium **Bohemia, Casta, Nochebuena y XX Ambar**.

Nuestra innovación va más allá de nuestras cervezas más populares y se extiende hasta las campañas de mercadotecnia diseñadas a la medida. En 2006, nuestras campañas de publicidad para **Tecate, Tecate Light, Carta Blanca y XX Lager**, recibieron nueve prestigiosos premios de la industria reconociendo su creatividad.



GENTE CON PASION

Estamos comprometidos con la consolidación de las habilidades y capacidades de nuestro más importante activo, nuestros colaboradores. A través de su continuo crecimiento y desarrollo, estamos confiados que podremos seguir creando valor ahora y en el futuro.

Además, nuestras investigaciones de mercado indican que nuestras campañas de publicidad durante la Copa Mundial 2006 de fútbol, registraron el mayor impacto entre los consumidores de cerveza.

EFFECTIVA INTEGRACION Nuestro integrado esquema de bebidas continuó impulsando el crecimiento en todos nuestros negocios clave. En el año 2006, las tiendas Oxxo contribuyeron con aproximadamente el 10% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México. A través de nuestra inteligencia de mercado compartida y mejores prácticas, incluyendo las recientes iniciativas de telemarketing y ventas electrónicas desarrolladas en combinación con Oxxo, seguiremos impulsando el desarrollo de nuestra estrategia de negocio.

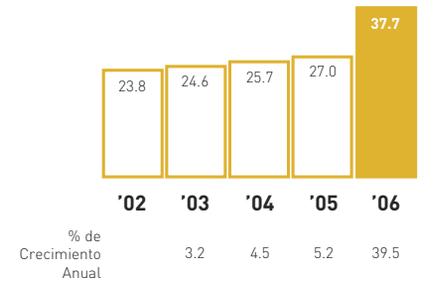
La integración es también evidente a través de toda nuestra red de distribución. Cerca del 84% de nuestras ventas domésticas de cerveza fue generado a través de nuestros propios distribuidores, incluyendo los nuevos territorios clave como Chihuahua y Veracruz. El restante 16% de nuestro volumen de ventas domésticas es generado por distribuidores independientes, los cuales han alineado sus operaciones en forma significativa con nuestro sistema de negocio.

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO RENTABLE Desde nuestro desempeño comercial y de innovación en México, hasta nuestras alianzas estratégicas con Heineken USA, en los Estados Unidos, Molson Coors en México y Reino Unido, Sleemen Breweries en Canadá, Carlsberg en China y Anadolu Efes en Rusia, así como con una mejor perspectiva de mercado en Brasil, vislumbramos grandes oportunidades de crecimiento para 2007. Más importante aún, estamos comprometidos con el desarrollo de las habilidades y competencias de nuestro activo más importante, nuestros colaboradores. A través de su desarrollo constante, estamos seguros de que podemos generar valor para nuestros públicos de interés ahora y en los años por venir.



Volumen Total

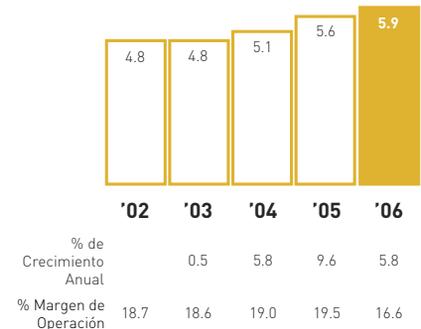
millones de hectolitros*



*Un hectolitro es igual 100 litros o 26.4 galones.

Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006





CRECIENDO A TRAVES DE
LA EXPANSION



Ponemos especial atención en entender y servir las cambiantes necesidades de los clientes. Esta es la fórmula que ha permitido a Oxxo crecer hasta convertirse en la más grande y rentable cadena de tiendas de conveniencia en México.



COCA-COLA FEMSA

FEMSA CERVEZA

FEMSA COMERCIO

CRECIENDO A TRAVES DE LA EXPANSION

FEMSA Comercio mostró nuevamente un fuerte crecimiento en 2006, con un incremento en los ingresos totales de 18.7%, para sumar \$35,500 millones de pesos. Este crecimiento estuvo soportado tanto en la apertura de nuevas tiendas Oxxo, como en el aumento en las ventas de mismas tiendas. En 2006 inauguramos 706 nuevos establecimientos, lo que casi equivale a la apertura de dos nuevas tiendas por día.

DESARROLLO PARALELO DE HABILIDADES Y CAPACIDADES En FEMSA Comercio ponemos especial atención en entender y servir las cambiantes necesidades de los clientes. Esta es la fórmula que ha permitido a Oxxo crecer hasta convertirse en la más grande y rentable cadena de tiendas de conveniencia en México. Para cada nuevo establecimiento, realizamos una precisa selección del sitio y nos aseguramos de que su apertura se realice en el momento más oportuno.

En Oxxo avanzamos simultáneamente en el desarrollo de las capacidades y habilidades clave de nuestro negocio. Mientras que desarrollamos capacidades, como la especialización y los procesos para asegurar una óptima ubicación y una efectiva estructura de la tienda, también estamos afinando las habilidades necesarias para acelerar gradualmente el ritmo de crecimiento de nuevos establecimientos. Además, continuamente estamos mejorando lo propuesta de valor para nuestros clientes, desde una mejor oferta de comida rápida y nuevas alternativas para el pago de servicios, hasta terminales electrónicas de sorteos/loterías.

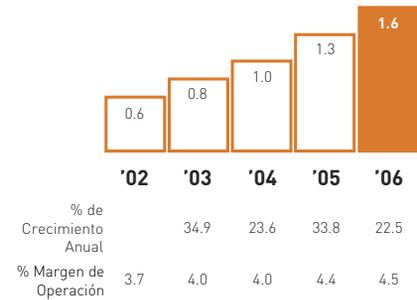
Al mismo tiempo, estamos construyendo capacidades adicionales, como una sólida red nacional de distribución directa y tecnología de punto de venta. Esta red nos permitirá acelerar el resurtido de inventarios y reforzará la segmentación de nuestras tiendas. Por su parte, la tecnología de punto de venta permitirá ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, incluyendo las compras a crédito y otros servicios como el programa de lealtad a Oxxo.

INTEGRACION DE NEGOCIOS Nuestro esquema integrado de negocios, aprovecha los conocimientos y las mejores prácticas de todas las unidades de negocio de FEMSA. En 2006, las ventas de cerveza y refrescos representaron aproximadamente el 23.4% de los ingresos de Oxxo, haciendo de esta empresa la más grande comercializadora al detalle de cerveza y productos de Coca-Cola en México. Oxxo representa un factor clave en el crecimiento en ventas de FEMSA Cerveza y su estrategia de penetración de mercado en todo México.



Utilidad de Operación

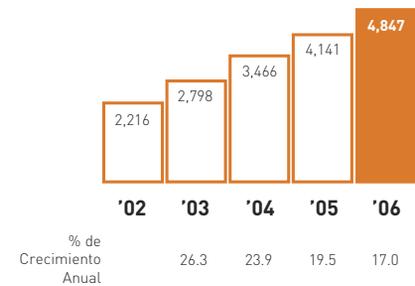
miles de millones de pesos del 2006



	'02	'03	'04	'05	'06
% de Crecimiento Anual		34.9	23.6	33.8	22.5
% Margen de Operación	3.7	4.0	4.0	4.4	4.5

Tiendas Oxxo

unidades



	'02	'03	'04	'05	'06
% de Crecimiento Anual		26.3	23.9	19.5	17.0

Actualmente, alrededor del 10% de los volúmenes de ventas domésticas de cerveza se generan a través de Oxxo.

ATRATIVAS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO Las expectativas de Oxxo para 2007 siguen siendo muy favorables. Estimamos abrir un similar número de nuevas tiendas que en 2006 y seguir impulsando las ventas de mismas tiendas en todo México. Seguiremos sirviendo las crecientes y siempre cambiantes necesidades de nuestros clientes y nuestras comunidades, a través de la oferta de excelentes productos y servicios, fácil acceso, así como una rápida y conveniente experiencia de venta.



NEGOCIO INTEGRADO

En 2006, Oxxo fue el más importante comercializador al detalle de cerveza y productos Coca-Cola en México.

[

CRECIENDO DE MANERA

SUSTENTABLE

]





Por más de 100 años, el compromiso social ha sido una extensión natural de nuestro esquema de negocio. No sólo proveemos a nuestros clientes de los productos y servicios que requieren, sino también utilizamos nuestros recursos para promover el bien común.



ECOLOGICAMENTE RESPONSABLE

Nuestros esfuerzos para el cuidado del medio ambiente son reconocidos por las autoridades gubernamentales.

CRECIENDO DE MANERA SUSTENTABLE

La cultura empresarial de FEMSA está basada en un compromiso de largo plazo con las comunidades a las que servimos. Esto significa no solamente proveer a los clientes de productos y servicios que requieren, sino además utilizar adecuada y responsablemente nuestros recursos. Esta cultura empresarial es una extensión natural de nuestro esquema de negocio y en 2006 continuamos esta tradición.

Nuestros esfuerzos no pasaron desapercibidos. El Centro Mexicano para la Filantropía otorgó a FEMSA Cerveza el reconocimiento como *Empresa Socialmente Responsable* y por tercer año consecutivo Coca-Cola FEMSA, FEMSA Comercio y FEMSA Insumos Estratégicos merecieron esta misma distinción, la cual reconoce a compañías por su compromiso con la calidad de vida en el trabajo, el desarrollo de su comunidad, su ética de negocios y con la preservación de la naturaleza. También en este año, la Confederación de Cámaras Industriales de México honró a FEMSA con la presea a la *Excelencia y Ética Empresarial*, por segundo año consecutivo.

MEDIO AMBIENTE Participamos en una industria que para su operación depende de los recursos naturales. Por ello entendemos la importancia de la conservación del medio ambiente. En los últimos años, FEMSA ha reciclado vidrio y aluminio, además de diseñar nuestras plantas para que operen con un menor consumo de agua y energía. En 2006 más del 98% de las instalaciones de FEMSA en México obtuvo la certificación como *Industria Limpia*.

El gobierno de México, a través de la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente (PROFEP), distinguió a la planta de Tecate de FEMSA Cerveza con el Premio a la *Excelencia Ambiental* en 2006. Este reconocimiento se suma a la distinción que alcanzaron otras tres de nuestras plantas cerveceras en 2003.

También, capacitamos a nuestros colaboradores para que asuman un liderazgo en materia ambiental y desarrollamos productos y programas ecológicamente amigables para nuestra comunidad. Un ejemplo de ello es el *Premio Oxxo a la Ecología*, que iniciamos en Monterrey y luego extendimos a las ciudades de Chihuahua y Hermosillo. Este programa promueve el reforzamiento de valores ecológicos y una mayor conciencia social entre estudiantes en más de 100 escuelas participantes.



CAPACIDADES DIFERENTES En FEMSA, creamos oportunidades de empleo para personas que de otra manera les sería difícil encontrarlo debido a circunstancias particulares. Nuestro programa de Empresa Incluyente ofrece oportunidades de trabajo a personas mayores, madres solteras y personas con capacidades diferentes. En 2006, la Secretaría del Trabajo de México reconoció a FEMSA como *Empresa Incluyente* por la expansión de este programa.

ESTILO DE VIDA RESPONSABLE En FEMSA, vivimos un compromiso especial con la promoción de estilos de vida responsable. Hace cuatro años, en conjunto con la Universidad de Monterrey y la Fundación de Investigaciones Sociales, FEMSA Cerveza fundó el programa Taller de Promoción de Estilo de Vida Responsable (VIRE), orientado a la toma responsable de decisiones entre jóvenes adultos y la cultura del auto-cuidado de la salud. Este programa, busca capacitar a promotores que lleven el mensaje a escuelas y universidades, foros abiertos, Internet y los medios masivos de comunicación. Desde su fundación, se han realizado aproximadamente 160 cursos, con más de 6,500 promotores entrenados. FEMSA también fue uno de los pioneros del programa “Conductor Designado”, el cual ha sido implementado en 130 universidades de todo México.



COMUNIDAD Y DESARROLLO ECONOMICO Como uno de los principales empleadores en América Latina, uno de los objetivos prioritarios de FEMSA es generar valor económico para las comunidades que servimos. En los últimos cinco años, hemos invertido cerca de \$3,200 millones de dólares en activos fijos y proporcionado empleo directo a más de 95,000 personas. También, hemos contribuido a la generación de más de 150,000 empleos indirectos a través de nuestras operaciones de bebidas y comercio, además de contribuir en México con más de \$16,771 millones de pesos en impuestos durante 2006.

El premio *Eugenio Garza Sada* fue creado por FEMSA para perpetuar la memoria del fundador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, quien fuera Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA. Este premio nace de la inspiración de los valores que distinguieron durante su vida el carácter y la figura empresarial de Don Eugenio Garza Sada como: honestidad, entrega al trabajo, devoción por la educación y afán por el desarrollo económico y social de México, generando un sólido impacto en nuestra compañía y en la sociedad en general, sirviendo de ejemplo para las futuras generaciones.

SALUD Y BIENESTAR La responsabilidad social comienza con nuestros colaboradores y sus familias. Creemos que un ambiente de trabajo respetuoso es vital para el éxito de nuestra empresa. Desde 1906, FEMSA fue la primera compañía mexicana en ofrecer servicios de salud, otorgar préstamos para vivienda y establecer un fondo de ahorros para sus colaboradores.

Esta tradición permanece hasta nuestros días. En 2006, la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ) distinguió a Clínica Cuauhtémoc y Famosa (CCYF), institución que brinda servicios de salud para los colaboradores de FEMSA, con el *Premio Iberoamericano a la Calidad*. CCYF fue la primera institución de salud en Latinoamérica en obtener esta presea de calidad. Además, la Secretaría del Trabajo de México reconoció nuevamente a FEMSA como *Empresa Familiarmente Responsable*, por proveer entre sus colaboradores un saludable balance entre el trabajo y la vida de familia.





TRABAJANDO CON LA COMUNIDAD

A través del Programa de Redondeo Oxxo se han beneficiado a más de 350 instituciones de asistencia social, de salud y educativas.

En FEMSA Comercio, el programa de Responsabilidad Oxxo (PRO) que promueve entre sus clientes el redondeo de sus pagos al peso siguiente, ha generado recursos que han beneficiado a más de 350 instituciones de asistencia social, de salud y educativas. El programa funciona actualmente en más de 45 ciudades de México, reuniendo recursos por más de \$131.4 millones de pesos desde su inicio en 2002.

ARTE Y CULTURA FEMSA tiene una tradición de 30 años de promover el arte. La colección artística de FEMSA comprende más de 1,000 importantes obras realizadas por artistas mexicanos y de otros países. En 2006 más de 660,000 personas tuvieron la oportunidad de apreciar sus diversas exhibiciones itinerantes.

También patrocinamos el certamen de arte Bienal Monterrey FEMSA para estimular y reconocer el trabajo artístico en México. Este evento es reconocido como uno de los certámenes de artes visuales más importantes del país. A la fecha, más de 13,400 trabajos de 5,885 artistas han participado en este certamen, siendo apreciado por más de 260,300 personas.



[CRECIENDO CON
LIDERAZGO]



1 Eugenio Garza Lagüera
Presidente Honorario Vitalicio
de FEMSA
Electo en 1960
Suplente: Paulina Garza Gonda
de Marroquín

2 José Antonio Fernández Carbajal
Presidente del Consejo
de Administración y Director
General Ejecutivo de FEMSA
Electo en 1984
Suplente: Federico Reyes García

3 Eva Garza Gonda de Fernández
Inversionista Privado
Electo en 2005
Suplente: Bárbara Garza Gonda
de Braniff

4 José Calderón Rojas
Presidente del Consejo y
Director General
Franca Servicios 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
Electo en 1995
Suplente: Alfonso Garza Garza

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

7 Alberto Bailleres
(sin fotografía)
Presidente del Consejo de Administración
y Presidente Ejecutivo
Grupo Bal
Empresa Minera y Metalúrgica, de
Seguros y de Tiendas Departamentales
Electo en 1995
Suplente: Arturo Fernández Pérez

8 Francisco Javier Fernández Carbajal^c
Consultor Independiente
Electo en 2005
Suplente: Javier Astaburuaga Sanjines

9 Ricardo Guajardo Touché^c
Presidente del Comité de Auditoría
BBVA Bancomer, S.A. de C.V.
Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Othón Páez Garza

10 Alfredo Livas Cantú^{1c}
Presidente
Praxis Financiera, S.C.
Empresa de Consultoría Financiera
Electo en 1995
Suplente: Sergio Deschamps Ebergenyi

11 Roberto Servitje Sendra
Presidente del Consejo
Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V.
Compañía de Alimentos
Electo en 1995
Suplente: Juan Guichard

12 Carlos Salguero^{1ad}
Ex Vice-Presidente Ejecutivo
Philip Morris International
Empresa de Tabaco y Bebidas
Electo en 1995
Suplente: Alfonso González Migoya

13 Mariana Garza Gonda de Treviño
Inversionista Privado
Electo en 2005
Suplente: Carlos Salazar Lomelín

14 José Manuel Canal Hernando^{1b}
Consultor Independiente
Firma de Contabilidad
Electo en 1988
Suplente: Ricardo Saldívar Escajadillo

15 Armando Garza Sada
Director de Desarrollo
Alfa Corporativo S.A. de C.V.
Electo en 2006
Suplente: Eduardo Padilla Silva

16 Alexis E. Rovzar de la Torre^{1b}
Socio Ejecutivo
White & Case S.C.
Firma Legal
Electo en 1989
Suplente: Francisco Zambrano Rodríguez

17 Helmut Paul^{1d}
Consultor
International Finance Corporation (IFC)
Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Antonio Elosúa Mugerza

18 Lorenzo H. Zambrano^{1ad}
Presidente del Consejo y Director General
Ejecutivo de CEMEX, S.A.B. de C.V.
Electo en 1995
Suplente: Francisco Garza Zambrano

19 Robert E. Denham^c
Socio de Munger, Tolles & Olson LLP
Firma Legal
Electo en 2001
Suplente: José González Ornelas



Secretario^A
Carlos E. Aldrete Ancira

Secretario Suplente
David Alberto González Vessi

Comités:
1) Independiente
a) Evaluación y Compensación
b) Auditoría
c) Finanzas y Planeación
d) Prácticas Societarias

CRECIENDO A TRAVES DE ALTOS ESTANDARES DE GOBIERNO CORPORATIVO

En FEMSA estamos comprometidos en mantener los más altos estándares de gobierno corporativo y asumimos con gran seriedad la calidad y transparencia en nuestras prácticas de difusión de información. FEMSA cumple fielmente con todos los requerimientos aplicables de la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos y se adhiere a las mejores prácticas de gobierno corporativo. Además, es una de las empresas líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.

Bajo la guía de nuestro Consejo de Administración, FEMSA tiene un bien ganado prestigio por la transparencia y sus elevados estándares de ética en sus prácticas de negocios. Sólo a través de la observancia de gobierno corporativo podemos en forma consistente lograr los resultados que nuestros accionistas, colaboradores y otros públicos de interés esperan de nosotros.

COMITE DE AUDITORIA

El Comité de Auditoría es responsable de la objetividad e integridad de los estados financieros trimestrales y anuales, así como del desempeño de los auditores externos de la compañía. Este Comité trabaja en conjunto con la administración para desarrollar un plan de auditoría y revisar las recomendaciones de los auditores sobre los controles internos. Alexis E. Rovzar, Socio Ejecutivo de White & Case, S.C., es el presidente de este Comité. También son miembros del mismo: José Manuel Canal Hernando, Helmut Paul, Francisco Zambrano Rodríguez y Alfonso González Migoya, todos ellos consejeros independientes. El secretario del Comité de Auditoría es José González Ornelas, Director de Auditoría Interna de FEMSA.

COMITE DE EVALUACION Y COMPENSACION

El Comité de Evaluación y Compensación o Comité de Recursos Humanos, revisa y recomienda los programas de compensación para la administración, a fin de asegurar que éstos se encuentren alineados con los intereses de los accionistas y el desempeño corporativo. También es responsable de identificar posibles candidatos para la administración y de fijar sus niveles de compensación. Además, desarrolla los objetivos de evaluación del Director General Ejecutivo y califica su desempeño y remuneración con relación a estos objetivos. El presidente de este Comité es Lorenzo H. Zambrano Treviño, Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de CEMEX, S.A.B. de C.V. También son miembros de este Comité: Arturo Fernández Pérez, Max Michel Suberville, Carlos Salguero y Roberto Servitje Sendra. El secretario de este Comité es Alfonso Garza Garza, Director de Recursos Humanos de FEMSA.

Efectivo el 7 de diciembre de 2006, el Comité de Evaluación y Compensación fue sustituido por el recientemente creado Comité de Prácticas Corporativas, el cual está integrado exclusivamente por consejeros independientes y cumple con los deberes y obligaciones establecidos por la nueva Ley de Mercado de Valores de México. Lorenzo H. Zambrano, preside este Comité. Otros miembros son: Carlos Salguero y Helmut Paul. El secretario del Comité de Prácticas Corporativas es Alfonso Garza Garza, Director de Recursos Humanos de FEMSA.

COMITE DE PLANEACION Y FINANZAS

Trabaja en conjunto con la administración para establecer las estrategias y planes financieros anuales y de largo plazo de la compañía, así como vigilar la adherencia a los mismos. Es responsable de fijar la óptima estructura de capital de la compañía, recomendar los niveles apropiados de deuda, así como de determinar un adecuado riesgo financiero. El presidente de este Comité es Ricardo Guajardo Touché, Presidente del Comité de Auditoría de BBVA Bancomer, S.A. de C.V. Otros miembros de este Comité son: Robert E. Denham, Francisco Javier Fernández, Alfredo Livas Cantú y Federico Reyes García. El secretario de este Comité es Javier Astaburuaga, Director de Finanzas 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.

[EQUIPO DIRECTIVO 2006]

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.

JOSE ANTONIO FERNANDEZ CARBAJAL

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA

José Antonio Fernández Carbajal fue designado Director General Ejecutivo de FEMSA en enero de 1995 y desde 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 Vice-Presidente 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 el de Maestría en Administración, ambos en el Tecnológico de Monterrey.

FEDERICO REYES GARCIA

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 de FEMSA, desde 1999. Ingresó a FEMSA en 1992 como Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA, posición que ocupó hasta 1993. Posteriormente colaboró como asesor externo también en FEMSA. Entre 1993 y 1999, ocupó diversos cargos como la Dirección General de Seguros Monterrey Aetna S.A. y Valores Monterrey Aetna; así como la Dirección General Adjunta 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 en 1967.

JAVIER ASTABURUAGA SANJINES

Director de Finanzas y Planeación Estratégica 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 en las áreas de desarrollo corporativo, administración y finanzas. Entre 1993 y 2001, ocupó diversas posiciones directivas en FEMSA Cerveza. 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).

JOSE GONZALEZ 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. Es Integrante del Consejo de Vigilancia del Tecnológico de Monterrey. Es egresado de la carrera de Contador Público en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Cuenta con estudios en Administración en el IPADE. También está certificado como Contador Público y Auditor.

CARLOS SALAZAR LOMELIN

Director General de Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín ha desarrollado toda su trayectoria laboral en FEMSA desde 1973, donde ha ocupado diferentes puestos que incluyen: Director General Grafo Regia y Director General de FEMSA Cerveza. Fue designado Director General de Coca-Cola FEMSA en el 2000. Carlos Salazar fungió como Presidente de la Comisión Siglo XXI para la ciudad de Monterrey. 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

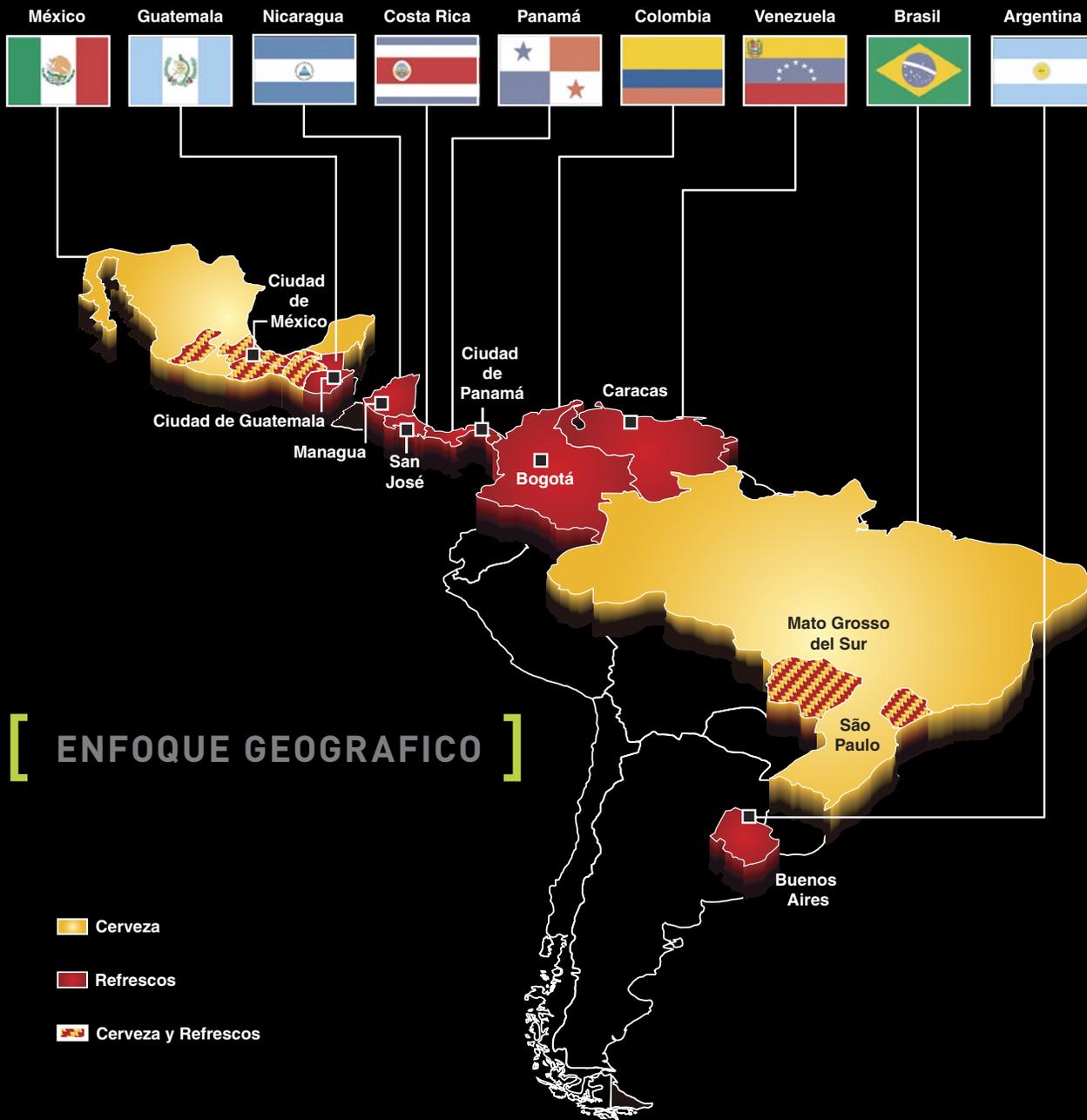
Director General de FEMSA Cerveza

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 como Industrias Monterrey, Grupo Financiero Serfín, Orión e Hylsa. 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. Antes de incorporarse a FEMSA, laboró durante 20 años en ALFA, donde de 1987 a 1997 ocupó la Dirección General de Terza, S.A. de C.V. Eduardo Padilla es egresado de la carrera de Ingeniería Mecánico Administrador del Tecnológico de Monterrey en 1976. Además, obtuvo la Maestría en Administración en la Universidad de Cornell.



LIDERAZGO DE MERCADO

EN BEBIDAS

FEMSA es la compañía de bebidas más grande de América Latina y una de las líderes a nivel mundial. Su plataforma integrada de bebidas incluye refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia.

Coca-Cola FEMSA es el embotellador de Coca-Cola más grande de América Latina y el segundo en el mundo con base en sus volúmenes de ventas. Ofrece a sus clientes y consumidores más de 70 marcas, incluyendo **Coca-Cola**, **Fanta**, **Sprite** y **Ciel**.

FEMSA Cerveza es una de las cervecías líderes de México y un importante exportador a los EEUU. Sus marcas líderes incluyen **Sol**, **Dos Equis**, **Tecate** y **Bohemia**. En 2006, FEMSA adquirió a Kaiser, la tercera cervecía más grande de Brasil, el mercado de cerveza más grande de América Latina.

Oxxo es la cadena de tiendas de conveniencia más grande y moderna de México, con más de 4,840 establecimientos en todo el país. En 2006, abrió una tienda cada 12.4 horas.



MARCAS DE REFRESCOS

Agua Club K	Chinotto	Dasani	Hit
Alpina	Chinotto Light	Fanta	Kapo
Beat	Ciel	Fanta Light	Keloco
Black Fire	Ciel Aquarius	Fresca	Kin
Burn	Coca-Cola	Fresca Light	Kist
Canada Dry	Coca-Cola Light	Frescolita	Kuat
Carioca	Crush	Ginger Ale	Kuat Light
Cepita	Crystal	Grapette	Lift
Cepita Aguas	D. Punch	Hi-C	

MARCAS DE CERVEZA

Bavaria sem álcool	Carta Blanca	Coors Light	Kaiser Bock
Bavaria Pilsen	Carta Blanca Light	Heineken	Kaiser Gold
Bavaria Premium	Casta	Indio	Kaiser Pilsen
Bohemia			Kaiser Summer



COMPAÑIA	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO				
Propiedad de FEMSA (%)	100	100				
Volumen de Ventas	28,762 ⁽²⁾	—	1,071 ⁽³⁾	191 ⁽³⁾	183 ⁽³⁾	
Ingresos ⁽⁴⁾	31,341	35,500	31,942	5,506	6,532	
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	5,989 ⁽⁵⁾	1,604 ⁽⁵⁾	7,803	727	169	
Plantas/Tiendas	6	4,847	12	6	4	
Centros de Distribución	369	7	92	37	32	
Rutas de Distribución	2,462	—	3,562	501	635	
Marcas	17	—	43	13	11	
Clientes ⁽⁶⁾	321.5	3.2 ⁽⁷⁾	624.2	381.2	224.2	
Personal	20,935	11,452				

Nota: Se incluye información sólo de los principales negocios.

(1) Al 31 de diciembre de 2006, el 31.6% y el 14.7% eran 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).



				TIENDAS
Lift Light	Polar	Schweppes	Sprite	OXXO
Manantial	Powerade	Schweppes Aguas	Sprite Cero	
Minute Maid	Premio	Senzao	Sunfill	
Montefiore	Prisco	Shangri-La	Sunfrut	
Mundet Sabores	Quatro	Sidral Mundet	Sunny Funny	
Nestea	Quatro Light	Sidral Mundet Light	Super Malta	
Nestea Light	Regional Malta	Simba	Tai	
Nevada	Roman	Soda	Zarza	
	Santa Clara	Soda Clausem	Zero	
Kloster	Sol	Soul Citric	Xingu	
Kloster Light	Sol Brava	Superior	XX Ambar	
Noche Buena	Sol Light	Tecate	XX Lager	
Santa Cerva	Sol Premium	Tecate Light		



CAPTURANDO OPORTUNIDADES

Nuevamente, nuestras familias de marca líderes **Tecate** y **Sol**, impulsaron nuestro elevado crecimiento en México.

Para fortalecer nuestra estrategia a largo plazo en Brasil, fue lanzada **Sol Pilsen**, nuestra nueva marca premium para ese mercado.

GUATEMALA NICARAGUA COSTA RICA PANAMA		ARGENTINA	BRASIL	
COCA-COLA FEMSA			FEMSA CERVEJA	
53.7 ⁽¹⁾			99.8	
	121 ⁽³⁾	165 ⁽³⁾	268 ⁽³⁾	8,935 ⁽²⁾
	4,242	3,281	7,916	4,258 ⁽⁴⁾
	613	419	1,138	(74) ⁽⁴⁾
	5	1	3	8
	28	5	12	413
	382	265	644	7,150
	32	22	11	13
	115.7	79.1	122.4	400
56,682			2,266 ⁽⁸⁾	

(4) Expresados en millones de pesos mexicanos de diciembre 31 de 2006.

(5) Después de pagos de servicios corporativos.

(6) Expresados en miles.

(7) Millones de clientes por día.

(8) Incluye personal tercerizado.

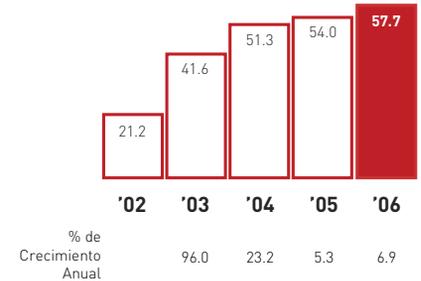
COCA-COLA FEMSA

UNIDAD DE NEGOCIO: DATOS RELEVANTES

Los resultados de Coca-Cola FEMSA mostraron nuevamente las ventajas de su equilibrado y geográficamente diversificado portafolio de activos. En 2006, este negocio logró incrementar sus ingresos en casi todos sus territorios. En el año, generó un ingreso consolidado por \$57,738 millones de pesos, una utilidad de operación consolidada de \$9,456 millones de pesos y una utilidad neta mayoritaria de \$4,883 millones de pesos, resultando en una utilidad de \$2.64 pesos por acción. Hacia el futuro, Coca-Cola FEMSA continuará apoyándose en la inteligencia de mercado e innovadora estructura operativa, así como en una fuerte y creciente relación con The Coca-Cola Company para aprovechar oportunidades de negocio con importante potencial de generación de valor que se presenten.

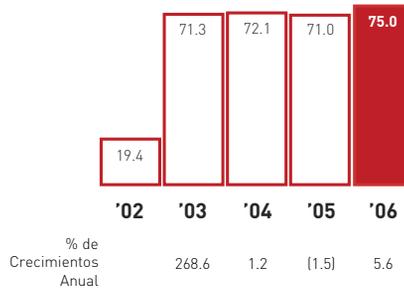
Ingresos Totales

miles de millones de pesos del 2006



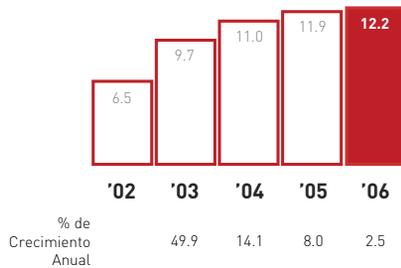
Activos Totales

miles de millones de pesos del 2006



Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

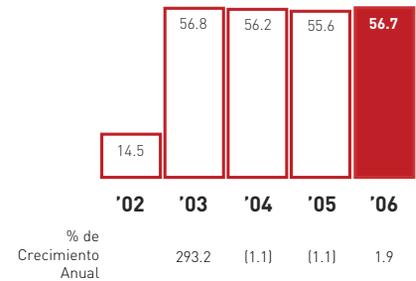
miles de millones de pesos del 2006



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

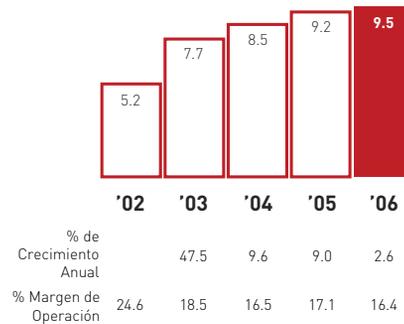
Personal

miles



Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006



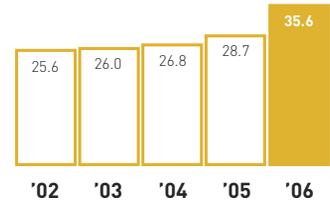
FEMSA CERVEZA

UNIDAD DE NEGOCIO: DATOS RELEVANTES

El esquema de negocio enfocado al consumidor de FEMSA Cerveza alcanzó su cuarto año consecutivo de crecimiento acelerado en su volumen de ventas en México, así como incrementos de doble dígito en exportaciones. En 2006, sus ingresos, sin considerar a Brasil, sumaron \$31,341 millones de pesos y la utilidad de operación se elevó a \$5,989 millones de pesos. Los resultados positivos de FEMSA Cerveza resaltaron su capacidad para ejecutar su diferenciado y segmentado esquema de negocio, ofreciendo a sus consumidores la marca adecuada, en el envase preciso, al precio correcto para cada ocasión de consumo. Hacia el futuro, nuestro negocio fortalece su posicionamiento para expandir su liderazgo en la industria.

Ingresos Totales

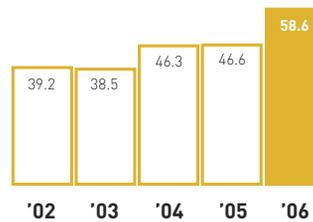
miles de millones de pesos del 2006



Año	% de Crecimiento Anual
'03	1.3
'04	3.4
'05	6.9
'06	24.1

Activos Totales

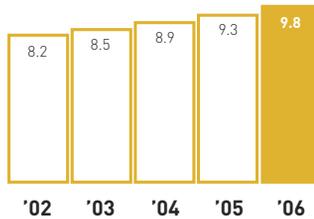
miles de millones de pesos del 2006



Año	% de Crecimiento Anual
'03	(1.8)
'04	20.4
'05	0.7
'06	25.7

Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

miles de millones de pesos del 2006

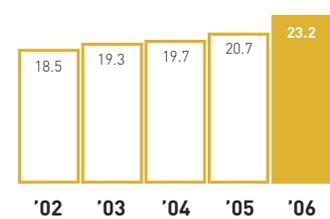


Año	% de Crecimiento Anual
'03	3.4
'04	3.9
'05	5.3
'06	5.2

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

Personal

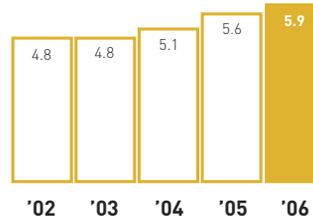
miles



Año	% de Crecimiento Anual
'03	4.2
'04	2.2
'05	5.0
'06	11.9

Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006



Año	% de Crecimiento Anual	% Margen de Operación
'03	0.5	18.7
'04	5.8	18.6
'05	9.6	19.0
'06	5.8	19.5

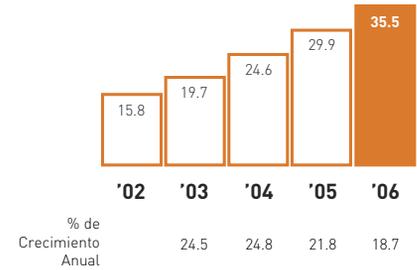
FEMSA COMERCIO

UNIDAD DE NEGOCIO: DATOS RELEVANTES

FEMSA Comercio registró, de nuevo en 2006, un crecimiento de doble dígito en ingresos. Oxxo es el comercializador más grande de cerveza, pan, botanas y refrescos en el país, con aproximadamente 3.2 millones de clientes por día, siendo la única cadena de tiendas de conveniencia con una presencia nacional superior a los 4,800 establecimientos en México. El crecimiento en los resultados de Oxxo fue generado por sus fuertes ventas mismas tiendas y por su expansión; Oxxo abrió más de 700 nuevos establecimientos en 2006. Con \$35,500 millones en ventas, un crecimiento de 18.7% y márgenes estables, Oxxo está estratégicamente posicionado para crecer y profundizar la penetración de mercado de las empresas FEMSA.

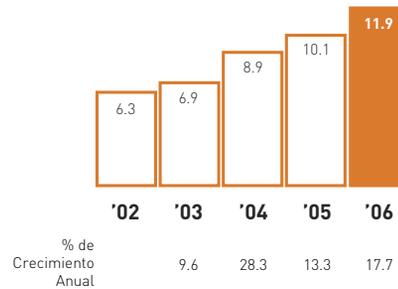
Ingresos Totales

miles de millones de pesos del 2006



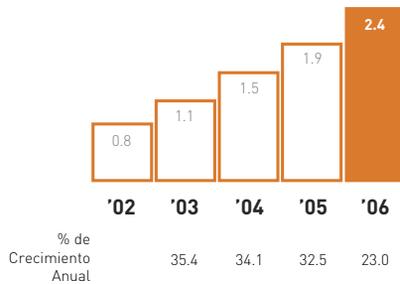
Activos Totales

miles de millones de pesos del 2006



Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*

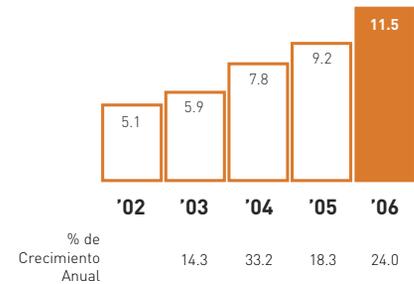
miles de millones de pesos del 2006



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

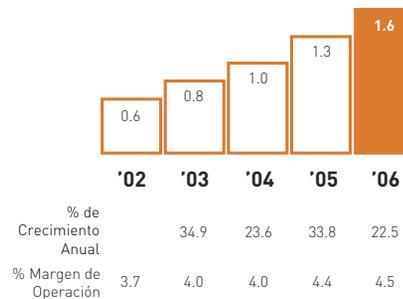
Personal

miles



Utilidad de Operación

miles de millones de pesos del 2006



CONTENIDO

Resumen Financiero	42
Análisis y Discusión de Resultados	44
Dictamen de los Auditores Independientes	51
Estados Consolidados de Situación Financiera	52
Estados Consolidados de Resultados	54
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera	55
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	56
Notas a los Estados Financieros Consolidados	58

RESUMEN FINANCIERO

Cifras en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.)
al 31 de Diciembre del 2006.

	2006	2005	2004	2003	2002
Estado de Resultados					
Ventas netas	Ps. 125,994	Ps. 111,051	Ps. 101,637	Ps. 86,326	Ps. 62,289
Ingresos Totales	126,427	111,636	102,316	86,818	62,542
Costo de ventas	67,940	59,483	54,190	44,994	31,160
Utilidad bruta	58,487	52,153	48,126	41,824	31,382
Gastos de operación	41,097	35,750	33,162	28,138	20,409
Utilidad de operación	17,390	16,403	14,964	13,686	10,973
Resultado integral de financiamiento	2,264	2,519	1,374	3,747	337
Otros gastos, neto	1,125	452	856	636	964
Impuestos	4,806	4,866	2,649	3,963	4,255
Utilidad neta consolidada	9,195	8,566	10,085	5,340	5,417
Utilidad neta mayoritaria	6,622	5,766	6,411	3,631	3,332
Utilidad neta minoritaria	2,573	2,800	3,674	1,709	2,085
Razones financieras [% de ingresos totales]					
Margen bruto	46.3%	46.7%	47.0%	48.2%	50.2%
Margen operativo	13.8%	14.7%	14.6%	15.8%	17.5%
Utilidad neta	7.3%	7.7%	9.9%	6.2%	8.7%
Otra información					
Depreciación	4,599	4,382	4,125	3,614	2,729
Otros cargos virtuales a la utilidad de operación	3,193	2,888	3,101	2,549	2,346
Flujo bruto de operación	25,182	23,674	22,190	19,849	16,048
Inversiones en activo fijo ⁽¹⁾	8,888	7,056	7,508	7,722	6,542
Balance General					
Activos					
Activos circuntes	25,409	23,102	21,047	23,221	27,681
Propiedad, planta y equipo	52,200	47,994	49,524	48,846	35,295
Inversión en acciones	768	800	841	1,419	657
Cargos Diferidos	64,398	58,303	57,230	45,325	6,256
Otros activos	2,615	2,113	2,531	2,876	1,081
Total Activos	145,390	132,312	131,173	121,687	70,970

RESUMEN FINANCIERO

Cifras en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.)
al 31 de Diciembre del 2006.

	2006	2005	2004	2003	2002
Pasivos					
Deuda a corto plazo	Ps. 3,490	Ps. 762	Ps. 6,456	Ps. 2,936	Ps. 3,677
Pasivos circunantes	19,407	15,797	15,347	13,832	9,238
Deuda largo plazo	36,765	35,364	42,865	40,847	12,558
Obligaciones laborales	3,115	2,556	2,106	2,101	1,264
Impuestos diferidos	3,834	3,533	4,490	5,630	4,733
Otros pasivos	4,551	3,811	3,263	3,218	640
Total Pasivos	71,162	61,823	74,527	68,564	32,110
Capital contable					
Capital contable mayoritario	74,228	70,489	56,643	53,124	38,860
Capital contable minoritario	54,220	50,027	38,322	32,925	27,208
	20,008	20,462	18,321	20,199	11,652
Razones financieras (%)					
Liquidez	1.11	1.40	0.97	1.38	2.14
Apalancamiento	0.96	0.88	1.32	1.29	0.83
Capitalización	0.35	0.34	0.47	0.45	0.29
Información por acción					
Valor en libros ⁽²⁾	9.092	8.389	7.235	6.215	5.136
Utilidad neta ⁽³⁾	1.110	0.967	1.210	0.685	0.629
Dividendos pagados ⁽⁴⁾					
Acciones serie "B"	0.148	0.111	0.090	0.067	0.112
Acciones serie "D"	0.184	0.139	0.112	0.084	0.140
Número de empleados	97,770	90,731	88,214	86,136	41,686
Número de acciones ⁽⁵⁾	5,963.71	5,963.71	5,297.31	5,297.31	5,297.31

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

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

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

(4) Información en pesos nominales de cada año.

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

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA LOS DOCE MESES TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2006, 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 compañías subtenedoras ("Compañías Subtenedoras"): 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"), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con las Normas de Información Financiera ("NIF") en México y están expresadas en pesos mexicanos constantes ("Ps.") con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2006; por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

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 mexicanos constantes al 31 de diciembre del 2006

FEMSA y sus Subsidiarias

	Ingresos Totales	Crecimiento vs. 2005	Utilidad de Operación	Crecimiento vs. 2005
FEMSA Consolidado	Ps. 126,427	13.2%	Ps. 17,390	6.0%
Coca-Cola FEMSA	57,738	6.9%	9,456	2.6%
FEMSA Cerveza (Incluyendo Brasil) ⁽¹⁾	35,599	24.1%	5,915	5.8%
FEMSA Comercio	35,500	18.7%	1,604	22.5%

(1) FEMSA Cerveza incluye los resultados de sus nuevas operaciones en Brasil y por lo tanto los números no son comparables con los resultados del 2005 tal como se presentan en esta tabla.

Ingresos Totales

Los ingresos totales consolidados aumentaron 13.2% ascendiendo a Ps. 126,427 millones en el 2006 en comparación con Ps. 111,636 millones en el 2005. Todas las operaciones de FEMSA—refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia—contribuyeron positivamente para este crecimiento de doble dígito en ingresos. FEMSA Cerveza fue el mayor contribuyente al crecimiento en los ingresos totales consolidados, representando aproximadamente 47% del incremento. Esto se debió a la inclusión de nuestras operaciones cerveceras en Brasil y al crecimiento del total de ventas de cerveza en 9.4% (excluyendo Brasil), alcanzando Ps. 28,155 millones en el 2006. El resto del crecimiento se atribuye a FEMSA Comercio y Coca-Cola FEMSA. Los ingresos totales de FEMSA Comercio se incrementaron 18.7% a Ps. 35,500 millones, debido en gran medida a la apertura de 706 nuevas tiendas netas durante el año. Por su parte, Coca-Cola FEMSA obtuvo un incremento de 6.9% a Ps. 57,738 millones debido al aumento en precios y el crecimiento de volumen en la mayoría de sus nueve países de operación mientras que México continuó con presión en el precio unitario, el cual fue compensado por el incremento de precio en el resto de sus territorios.

ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado registró un aumento de 14.2% ascendiendo a Ps. 67,940 millones en el 2006 comparado con Ps. 59,483 millones en el 2005. Aproximadamente 46% de este incremento se debió al rápido ritmo de apertura de tiendas Oxxo en FEMSA Comercio.

La utilidad bruta consolidada aumentó 12.1% a Ps. 58,487 millones en el 2006 en comparación con Ps. 52,153 millones en el 2005. Aproximadamente el 51% de este incremento fue resultado de FEMSA Cerveza, debido a la inclusión de las operaciones en Brasil. El margen bruto disminuyó 0.4 puntos porcentuales representando el 46.3% de los ingresos totales consolidados en el 2006, comparado al 46.7% de ingresos totales consolidados en el 2005. Esta ligera contracción se debió en gran medida a la presión en los precios de las materias primas para FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, la inclusión de nuestras operaciones cerveceras en Brasil y una mayor contribución de Oxxo, dado que ambas operaciones tienen un menor margen que el resto de los negocios de bebidas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 15.0% ascendiendo a Ps. 41,097 millones en el 2006 comparados con los Ps. 35,750 millones registrados en el 2005. Aproximadamente 54% de este incremento se debió a FEMSA Cerveza, el cual incrementó sus gastos debido a la inclusión de la operación en Brasil y el crecimiento en gastos de venta en el mercado nacional. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados incrementaron 0.5 puntos porcentuales alcanzando 32.5% en el 2006 en comparación de 32.0% en el 2005.

Los gastos administrativos consolidados aumentaron 12.5% a Ps. 8,400 millones en el 2006 comparado con Ps. 7,466 millones en el 2005. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos administrativos consolidados disminuyeron 0.1 puntos porcentuales alcanzando 6.6% en el 2006 comparado con 6.7% en el 2005. La disminución en el nivel de gastos administrativos relativo al crecimiento de los ingresos totales resultó de una reducción de 0.1% en los gastos administrativos de Coca-Cola FEMSA y un estable comportamiento de los gastos administrativos como un porcentaje de los ingresos totales de FEMSA Cerveza (excluyendo Brasil) y FEMSA Comercio.

El gasto de ventas consolidado se incrementó 15.6% ascendiendo a Ps. 32,697 millones en el 2006 comparado con Ps. 28,284 millones en el 2005. Aproximadamente 54% de este aumento se debió a FEMSA Cerveza y la inclusión de nuestras operaciones cerveceras en Brasil mientras que un 29% se debió al rápido ritmo de crecimiento FEMSA Comercio. Como porcentaje de los ingresos totales, el gasto de ventas incrementó 0.6 puntos porcentuales alcanzando 25.9% en el 2006 comparado con 25.3% en el 2005.

La utilidad de operación consolidada aumentó 6.0% a Ps. 17,390 millones en el 2006 en comparación con Ps. 16,403 millones en el 2005. Más de la tercera parte de este incremento fue resultado de FEMSA Cerveza dado su crecimiento en ingresos combinado con mejorías en el margen bruto que compensaron el incremento de gastos de operación y el impacto negativo debido a la inclusión de las operaciones en Brasil. El resto del crecimiento se atribuye en aproximadamente 30% a FEMSA Comercio y 24% a Coca-Cola FEMSA. El margen de operación consolidado decreció 0.9 puntos porcentuales con respecto de los niveles del 2005, para alcanzar 13.8% de los ingresos totales consolidados en el 2006. La disminución del margen de operación se debió principalmente (1) una contracción en el margen en nuestras operaciones de bebidas, (2) un incremento en la contribución de la cadena de conveniencia Oxxo que aporta un menor margen a los resultados y (3) la inclusión de las operaciones cerveceras en Brasil así como un incremento en el gasto de mercadotecnia en anticipación del verano Brasileño.

Costo Integral de Financiamiento

El gasto financiero neto fue de Ps. 3,333 millones en el 2006 comparado con Ps. 3,836 millones en el 2005. Este decremento se debió a una disminución en la tasa promedio de interés y a una reducción de deuda denominada en pesos, la cual cuenta con una tasa promedio de interés mayor que la deuda denominada en dólares.

ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

El resultado de la fluctuación cambiaria fue de una pérdida de Ps. 217 millones en el 2006 comparada con una ganancia de Ps. 308 millones en el 2005. Este efecto negativo se debió a la debilidad del peso mexicano respecto al dólar americano, reflejada en nuestra deuda denominada en dólares durante el 2006.

La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 1,395 millones en el 2006 comparado con una ganancia de Ps. 1,169 millones en el 2005. Este incremento en la cantidad de ganancia del 2006 comparado con el 2005 refleja la inflación sobre el incremento en nuestros pasivos durante el 2006.

Impuestos

Los impuestos reconocidos durante el 2006, los cuales incluyen el impuesto sobre la renta, el impuesto sobre activos y la participación de los trabajadores sobre las utilidades (P.T.U.) fue de Ps. 4,806 millones comparados con Ps. 4,866 millones en el 2005. Esta disminución de 1.2% con respecto al 2005 se debió principalmente a una reducción en las tasas corporativas de impuestos. Como consecuencia, la tasa efectiva de impuestos en el 2006 fue de 34.3% comparada con una tasa de 36.2% en el 2005.

Utilidad Neta

La utilidad neta se incrementó 7.3% para llegar a Ps. 9,195 millones en el 2006 en comparación con Ps. 8,566 millones en el 2005. Este incremento se debió a un crecimiento del 6.0% en los ingresos de operación combinados con una disminución en el gasto financiero neto, mayores ganancias en la posición monetaria, y una reducción en la tasa efectiva de impuestos, compensado parcialmente por un incremento en otros gastos.

La utilidad neta mayoritaria consolidada alcanzó Ps. 6,622 millones en el 2006 en comparación con Ps. 5,766 millones en el 2005, un incremento de 14.8% en relación con los niveles registrados en el 2005. La utilidad neta mayoritaria por Unidad⁽²⁾ FEMSA fue de Ps. 5.552 para todo el año 2006. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, considerando un tipo de cambio de Ps. 10.876 por dólar, fue de US\$5.105 en el 2006.

Inversión en Activo Fijo

La inversión en activo fijo alcanzó Ps. 8,888 millones en el 2006, un incremento de 26.0% en relación con los niveles registrados en el 2005, debido a la inclusión de nuestras nuevas operaciones cerveceras en Brasil, así como a un ligero incremento en la inversión en activo fijo en Oxxo y Femsas Cerveza.

Deuda Neta Consolidada

Al 31 de diciembre del 2006, FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps. 7,936 millones (US\$730 millones), la deuda a corto plazo fue de Ps. 3,490 millones (US\$321 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 36,691 millones (US\$3,374 millones), resultando en una deuda neta de Ps. 32,245 millones (US\$2,965 millones). El incremento en deuda neta se debe principalmente a la adquisición del 8.02% adicional del capital de Coca-Cola FEMSA, así como a deuda resultante de la adquisición de nuestras operaciones cerveceras en Brasil.

[2] 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 2006 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO

COCA-COLA FEMSA

Ingresos Totales

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA aumentaron 6.9% ascendiendo a Ps. 57,738 millones en el 2006 en comparación con Ps. 53,997 millones en el 2005. Las ventas netas se incrementaron 7.3% a Ps. 57,539 millones en el 2006 comparado a Ps. 53,601 millones en el 2005, representando 99.7% de los ingresos totales del 2006. Este crecimiento de ingresos totales resultó principalmente de Brasil, Venezuela, y México, registrando aproximadamente 34%, 18% y 17% del incremento de los ingresos totales, respectivamente.

El volumen de ventas alcanzó 1,998 millones de cajas unidad en el 2006 en comparación con 1,889 millones de cajas unidad en el 2005, representando un aumento de 5.8%, debido principalmente al 6.4% de crecimiento en volumen de la marca **Coca-Cola**, la cual representó casi el 70% del volumen incremental. El crecimiento del volumen de ventas en México y Brasil, representó más del 55% de los volúmenes de ventas incrementales. El volumen de ventas de bebidas carbonatadas creció 5.8% a 1,694.7 millones de cajas unidad, debido al volumen de ventas incremental en todos nuestros territorios.

El precio promedio por caja unidad (calculado mediante la división de ventas netas entre volumen total sin incluir resultados de cerveza en Brasil) permaneció prácticamente sin cambio en Ps. 28.36 (US\$2.61) en el 2006, debido al incremento en el precio promedio en nuestras operaciones con excepción de México y Argentina.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 9.7% ascendiendo a Ps. 30,196 millones en el 2006 en comparación con Ps. 27,522 millones en el 2005. Como porcentaje de ventas, el costo de ventas incrementó 1.3 puntos porcentuales alcanzando 52.3% de las ventas en el 2006.

La utilidad bruta aumentó 4.0% a Ps. 27,542 millones en el 2006 comparado a Ps. 26,475 millones en el 2005, Brasil y México contribuyeron aproximadamente en 45% a este crecimiento. El margen bruto decreció 1.3 puntos porcentuales como un resultado de un incremento en el costo promedio por caja unidad en nuestros territorios a excepción de México y Argentina. El incremento en el costo de edulcorantes a lo largo de nuestras operaciones combinado con mayores precios de resina PET en algunos territorios y un incremento en los costos de empaque debido a la mezcla de presentaciones no retornables, contrarrestaron el efecto positivo de crecimiento en ingresos.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 4.8% a Ps. 18,086 millones en el 2006 en comparación con Ps. 17,257 millones en el 2005 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. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación disminuyeron de 32.0% en el 2005 a 31.3% en el 2006 debido a la mayor absorción del costo fijo derivado del incremento en volumen y al mayor precio promedio por caja unidad.

Los gastos administrativos incrementaron 5.8% a Ps. 3,201 millones en el 2006 comparado a Ps. 3,026 millones en el 2005. Los gastos de venta se incrementaron 4.6% a Ps. 14,885 millones en el 2006 en comparación con Ps. 14,231 millones en el 2005. Representando el 25.8% de los ingresos totales en el 2006, los gastos de venta disminuyeron 0.6 puntos porcentuales en relación con los niveles del 2005.

Después de llevar a cabo un análisis por una empresa externa respecto a las condiciones actuales y la expectativa de vida útil de nuestros enfriadores en la operación de México, se determinó modificar la vida útil de estos equipos de cinco a siete años. Esta decisión fue determinada en base a la política de mantenimiento de equipo de KOF y a nuestra habilidad para manejar la plataforma de enfriadores en el mercado. Esta modificación redujo los gastos de amortización por Ps. 127 millones en el 2006, el cual fue reflejado durante el cuarto trimestre, e incremento la utilidad de operación por una cantidad similar. Excluyendo estos cambios, los gastos de operación se hubieran visto incrementados 5.5% durante el 2006.

ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS

La utilidad de operación se incrementó 2.6% ascendiendo a Ps. 9,456 millones en el 2006 en comparación con Ps. 9,218 millones en el 2005 como resultado de una mayor absorción de costos fijos debido a un incremento en los ingresos. Brasil, Colombia y Centroamérica compensaron la estable utilidad de operación en México así como la disminución en Venezuela y Argentina. El margen de operación decreció 0.7 puntos porcentuales a 16.4% en el 2006 comparado con 17.1% en el 2005 debido principalmente al incremento en el costo por caja unidad. Excluyendo el cambio en la vida útil de los enfriadores en México, mencionado anteriormente, la utilidad de operación hubiera crecido 1.2% durante el 2006.

FEMSA CERVEZA (SIN INCLUIR BRASIL)

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 9.2% ascendiendo a Ps. 31,341 millones en el 2006 en comparación con Ps. 28,690 millones en el 2005. Las ventas netas se incrementaron 9.1% a Ps. 31,112 millones en el 2006 comparado a Ps. 28,521 millones en el 2005. Las ventas netas, que incluyen las ventas de cerveza y empaque, representaron 99.3% de los ingresos totales. Este crecimiento resultó principalmente del aumento de 6.5% en el volumen total de ventas de cerveza, mientras que el precio real total por hectolitro y las ventas de empaque incrementaron 2.7% y 6.5% respectivamente. La venta de volumen nacional representó el 90% del total, mientras el 10% restante provino de las exportaciones.

El volumen de ventas nacional de cerveza aumentó por cuarto año consecutivo, creciedo 5.6% a 25.95 millones de hectolitros en el 2006 en comparación con 24.58 millones de hectolitros en el 2005. Este incremento provino principalmente de la innovación de productos, la amplia disponibilidad de nuestras cervezas, la exitosa ejecución en el punto de venta, las iniciativas de administración de ingresos y un continuo fortalecimiento en la demanda del consumidor. También fue notable el crecimiento de nuestras marcas **Tecate Light** y **Sol**, que fortalecieron su valor de marca y sus indicadores de salud gracias a la estratégica implementación de iniciativas de mercadotecnia enfocadas.

El precio nacional incremento 3.6% a Ps. 974.4 por hectolitro, impulsado por (1) un mayor precio unitario en el volumen de terceros que se convirtió en distribución directa a principios de año, (2) un efecto positivo de la mezcla y (3) la administración de ingresos y otras iniciativas para optimizar el precio por producto y canal, ajustando el margen de venta a detallistas.

El volumen de ventas de exportación aumentó 15.3% a 2.81 millones de hectolitros en el 2006 en comparación con 2.44 millones de hectolitros en el 2005. Este resultado estuvo ligeramente por encima de nuestras expectativas gracias al excelente trabajo de Heineken USA, que nos permitió sobrepasar el crecimiento de la categoría de cervezas importadas en Estados Unidos por segundo año consecutivo. Este es el segundo año colaborando con Heineken USA como nuestro importador en E.U., el cual mantendrá el enfoque para generar un continuo crecimiento en la disponibilidad y ejecución de nuestras marcas, incrementando su promoción a lo largo del país durante el 2007.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 8.0% en el 2006 y como un porcentaje de los ingresos, disminuyó 0.5 puntos porcentuales en comparación al 2005. El costo de ventas alcanzó Ps. 12,486 millones en el 2006 comparado a Ps. 11,564 millones en el 2005. La utilidad bruta alcanzó Ps. 18,855 millones en el 2006 comparado a Ps. 17,126 millones en el 2005, resultando en un margen bruto de 60.2% en comparación de 59.7% en el 2005. Los ahorros generados por la mayor absorción de costos fijos por volumen y las eficiencias de operación fueron capaces de compensar el incremento de materias primas, particularmente el aluminio.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 11.5% a Ps. 12,866 millones en el 2006 en comparación con Ps. 11,536 millones en el 2005. Los gastos administrativos se incrementaron 9.5% a Ps. 3,925 millones en el 2006 comparado con Ps. 3,585 millones en el 2005. El gasto de ventas aumentó 12.5% a Ps. 8,941 millones en el 2006 en comparación con Ps. 7,951 millones en el 2005. La mayor parte

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

de este incremento se debió a un aumento en los gastos de venta en el mercado nacional debido a la estructura de gastos adquirida por el volumen de terceros que se convirtió en distribución directa a principios del año, un incremento en los servicios a detallistas a quienes se ajustaron los márgenes, un incremento en la activación de puntos de venta y un fortalecimiento en la estructura comercial de ventas. La utilidad de operación se incrementó 7.1% ascendiendo a Ps. 5,989 millones en el 2006 en comparación con Ps. 5,590 millones en el 2005. Esto refleja un incremento en los ingresos totales generado por un fuerte volumen de ventas y el precio unitario combinado con mayores costos de ventas y gastos de operación.

CERVEZA—BRASIL

En enero 13, 2006, adquirimos el control en Cervejarias Kaiser en Brasil. La información descrita en esta sección es por el año 2006 para las operaciones Brasileñas de FEMSA Cerveza.

En el año 2006, los ingresos totales de FEMSA Cerveza en Brasil ascendieron a Ps. 4,258 millones de pesos con un volumen de ventas de 8.935 millones de hectolitros. El precio total real alcanzó Ps. 476.6 por hectolitro.

El costo de ventas alcanzó Ps. 2,785 millones en el 2006, representando un 65.4% de los ingresos. La utilidad bruta alcanzó Ps. 1,473 millones en el 2006, resultando en un margen bruto de 34.6%.

Los gastos de operación representaron el 36.3% de los ingresos totales, registrando Ps. 1,547 millones de pesos. Los gastos de venta alcanzaron Ps. 1,381 millones, principalmente reflejando un incremento en los gastos de mercadotecnia debido al lanzamiento de la marca **Sol** y el relanzamiento de la marca **Kaiser**, durante el cuarto trimestre y en anticipación del verano Brasileño. Mientras tanto, los gastos administrativos alcanzaron Ps. 166 millones. Para el 2006, Brasil generó Ps. (74) millones en utilidad de operación, en línea a nuestras expectativas de punto de equilibrio.

FEMSA COMERCIO

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 18.7% ascendiendo a Ps. 35,500 millones en el 2006 en comparación con Ps. 29,898 millones en el 2005. El incremento en los ingresos totales resultó principalmente de la agresiva expansión de la cadena de tiendas de conveniencia Oxxo, que sumó 706 nuevas tiendas netas Oxxo durante el 2006. Al 31 de diciembre de 2006 contamos con 4,847 tiendas Oxxo en todo el país. Este es el undécimo año consecutivo que Oxxo incrementa el número de aperturas de tiendas con respecto al año anterior.

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 8.2% en el 2006, reflejando un incremento en el "ticket" promedio de 2.8% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 5.4%. Este incremento refleja el rápido ritmo de expansión y mejores prácticas en el manejo de categorías que permite a Oxxo optimizar la mezcla de productos dentro de la tienda.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 17.7% a Ps. 25,866 millones en el 2006, por debajo del crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 21,967 millones en el 2005. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 9,634 millones en el 2006, representando un incremento de 21.5% en relación con el 2005. El margen bruto representó 27.1% de los ingresos totales, un incremento de 0.6 puntos porcentuales, resultado de esfuerzos coordinados con los proveedores ofreciendo las mejores promociones y productos para los consumidores.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 21.3% a Ps. 8,030 millones en el 2006 en comparación con Ps. 6,621 millones en el 2005. Los gastos administrativos se incrementaron 19.4% a Ps. 727 millones en el 2006 en comparación con Ps. 609 millones en el 2005, relacionados a nuestro cumplimiento con las nuevas regulaciones de valores, así como a un incremento de personal administrativo para apoyar el crecimiento de la creciente base de tiendas. Los gastos de ventas aumentaron 21.5% a Ps. 7,303 millones en el 2006

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

en comparación con Ps. 6,012 millones en el 2005, debido a un incremento en gastos para mejorar la capacidad en la distribución directa, la adición de nuevas oficinas en Colima, Tapachula y Tuxtla Gutiérrez, un incremento en las tarifas y consumo de energía a medida que aumentamos nuestra disponibilidad de alternativas de comida rápida, así como mayores gastos de depreciación generados por la renovación de varios formatos de tiendas Oxxo.

La utilidad de operación se incrementó 22.5% ascendiendo a Ps. 1,604 millones en el 2006 en comparación con Ps. 1,310 millones en el 2005. Este incremento estuvo por encima del crecimiento en ingresos y contribuyó a un aumento de 0.1 puntos porcentuales en el margen de operación, el cual alcanzó 4.5% en el 2006 comparado a 4.4% en el 2005.

ACONTECIMIENTOS DURANTE 2006

Adquisición de Kaiser.

El 13 de enero del 2006, FEMSA anunció la adquisición del 68% de Kaiser por US\$68 millones. Kaiser tiene una deuda financiera de aproximadamente US\$60 millones y ciertas contingencias. Como se mencionó previamente en el comunicado de la transacción, la administración de Kaiser está a cargo de un Consejo de Administración, compuesto por siete miembros de los cuales cinco fueron elegidos por FEMSA, uno por Molson Coors y otro por Heineken.

Adquisición de acciones de Coca-Cola FEMSA ("KOF") a The Coca-Cola Company ("TCCC").

El 3 de noviembre del 2006, FEMSA adquirió de parte de TCCC 148,000,000 acciones "D" de KOF representando el 8.02% de su capital, a un precio de 2.888 dólares por acción arrojando un monto total de 427.4 millones de dólares. Posterior a esta transacción, la tenencia del capital de KOF es 53.73% para FEMSA, 31.60% para TCCC, y 14.67% para el público.

FEMSA refuerza su compromiso con el Mercado Cerveceros de Brasil.

Durante el cuarto trimestre se llevó a cabo un aumento de capital por \$200 millones de dólares en nuestra operación de cerveza en Brasil, habiendo previamente saldado con éxito ciertas contingencias fiscales como comunicamos en el tercer trimestre. El aumento de capital representa el último paso en la capitalización de la compañía, fortaleciendo significativamente su balance y brindando los cimientos financieros necesarios para buscar los objetivos de negocio de FEMSA Cerveza en el importante mercado Brasileño.

El accionista Heineken N.V. no participó en el aumento de capital durante el cuarto trimestre. Sin embargo, Heineken N.V. tiene una opción para aumentar su participación en la compañía hasta su anterior nivel de 17% en los próximos meses, bajo los mismos términos del aumento de capital. Por su parte, Molson Coors ("MC") determinó que Brasil ya no es un mercado clave en su estrategia de negocio y por lo tanto, ha decidido salirse de él. Dado a lo anterior, MC ejerció su opción para vender su 15% restante de participación en la entidad Brasileña a FEMSA Cerveza por \$15.6 millones de dólares. La indemnización por ciertas contingencias fiscales proporcionada por MC a FEMSA se incrementó proporcionalmente para reflejar el 15% de participación adicional. Las relaciones comerciales que existen actualmente entre MC y FEMSA en los mercados de México y el Reino Unido no se vieron afectadas por la decisión de MC en el mercado Brasileño.

KOF y TCCC acuerdan adquisición de Jugos del Valle.

En Diciembre del 2006, KOF y TCCC anunciaron un acuerdo con Jugos del Valle para adquirir el 100% de sus acciones por 470 millones de dólares incluyendo deuda. La transacción aún está sujeta a aprobación. Cuando la adquisición se concluya, el sistema Coca-Cola se convertirá en el segundo productor de jugos en México y el primero en Brasil, fortaleciendo su plataforma para el crecimiento del segmento de bebidas no-carbonatadas, el cual se estima obtenga crecimientos por encima del resto de las categorías de bebidas en un futuro. Una vez completada la transacción, serán invitados a participar en esta asociación el resto de los embotelladores de Coca-Cola en México y Brasil en sus respectivos países de operación. Dicha participación será bajo los mismos términos y condiciones acordados por KOF y TCCC.



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. (antes Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V.) y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2006 y 2005, 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 2006. 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 8% y 7% de los activos totales consolidados en 2006 y 2005, respectivamente, y el 28%, 27% y 24% de los ingresos totales consolidados por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2006, 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 2006 y 2005, 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 2006, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

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

C.P.C. Gabriel González Martínez
Monterrey, N.L., México
28 de febrero de 2007

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACION FINANCIERA

Al 31 de diciembre de 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2006.

	2006		2005
ACTIVO			
Activo Circulante:			
Efectivo y valores de realización inmediata	\$ 735	Ps. 7,936	Ps. 8,558
Cuentas por cobrar	646	6,974	5,519
Inventarios	753	8,129	7,090
Impuestos por recuperar	111	1,204	952
Otros activos circulantes	108	1,166	983
Total activo circulante	2,353	25,409	23,102
Inversión en acciones	71	768	800
Propiedad, planta y equipo	4,573	49,390	45,582
Activos intangibles	5,170	55,833	50,990
Otros activos	876	9,452	7,902
Botellas y cajas	260	2,811	2,546
Impuesto sobre la renta diferido por recuperar	160	1,727	1,390
TOTAL ACTIVO	\$ 13,463	Ps. 145,390	Ps. 132,312

(continúa en la página 53)

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACION FINANCIERA

Al 31 de diciembre de 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2006.

	2006		2005
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo Circulante:			
Préstamos bancarios	\$ 323	Ps. 3,490	Ps. 762
Intereses por pagar	39	426	418
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	226	2,440	4,401
Proveedores	1,063	11,475	9,505
Obligaciones fiscales por pagar	231	2,495	2,088
Cuentas por pagar	326	3,510	2,610
Otros pasivos circulantes	138	1,501	1,176
Total pasivo circulante	2,346	25,337	20,960
Pasivo a Largo Plazo:			
Préstamos bancarios y documentos por pagar	3,172	34,251	30,942
Impuesto sobre la renta diferido por pagar	355	3,834	3,533
Obligaciones laborales	288	3,115	2,556
Contingencias y otros pasivos	428	4,625	3,832
Total pasivo a largo plazo	4,243	45,825	40,863
Total pasivo	6,589	71,162	61,823
Capital Contable:			
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	1,853	20,008	20,462
Interés mayoritario:			
Capital social	477	5,154	5,154
Prima en suscripción de acciones	1,835	19,812	21,440
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	2,869	30,988	26,239
Utilidad neta	613	6,622	5,766
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(773)	(8,356)	(8,572)
Total interés mayoritario	5,021	54,220	50,027
Total capital contable	6,874	74,228	70,489
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 13,463	Ps. 145,390	Ps. 132,312

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 23 de febrero de 2007.



José Antonio Fernández Carbajal
Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2006, excepto información por acción.

	2006		2005	2004
Ventas netas	\$11,667	Ps. 125,994	Ps. 111,051	Ps. 101,637
Otros ingresos de operación	40	433	585	679
Ingresos totales	11,707	126,427	111,636	102,316
Costo de ventas	6,291	67,940	59,483	54,190
Utilidad bruta	5,416	58,487	52,153	48,126
Gastos de operación:				
De administración	778	8,400	7,466	7,245
De ventas	3,028	32,697	28,284	25,917
	3,806	41,097	35,750	33,162
Utilidad de operación	1,610	17,390	16,403	14,964
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(374)	(4,040)	(4,520)	(4,076)
Producto financiero	65	707	684	613
Fluctuación cambiaria	(20)	(217)	308	(23)
Ganancia por posición monetaria	129	1,395	1,169	2,112
Pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	(10)	(109)	(160)	—
	(210)	(2,264)	(2,519)	(1,374)
Otros gastos, neto	(104)	(1,125)	(452)	(856)
Utilidad antes de impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	1,296	14,001	13,432	12,734
Impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	445	4,806	4,866	2,649
Utilidad neta consolidada	\$ 851	Ps. 9,195	Ps. 8,566	Ps. 10,085
Utilidad neta mayoritaria	613	6,622	5,766	6,411
Utilidad neta minoritaria	238	2,573	2,800	3,674
Utilidad neta consolidada	\$ 851	Ps. 9,195	Ps. 8,566	Ps. 10,085
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos constantes):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.09	Ps. 0.99	Ps. 0.90	Ps. 1.08
Por acción Serie "D"	0.12	1.24	1.13	1.35

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 SITUACION FINANCIERA

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2006.

	2006		2005	2004
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:				
Utilidad neta consolidada	\$ 851	Ps. 9,195	Ps. 8,566	Ps. 10,085
Depreciación	426	4,599	4,382	4,125
Amortización y otros cargos virtuales	280	3,021	2,675	2,724
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	19	200	81	509
Impuestos diferidos	1	18	(142)	(1,054)
	1,577	17,033	15,562	16,389
Capital de trabajo:				
Cuentas por cobrar	(41)	(442)	(489)	(118)
Inventarios	(97)	(1,047)	(364)	(1,359)
Impuestos por recuperar, neto	(47)	(505)	(598)	1,002
Otros activos circulantes	(13)	(141)	(84)	120
Proveedores y otros pasivos circulantes	139	1,503	694	927
Intereses por pagar	1	8	(6)	(35)
Obligaciones laborales	(25)	(270)	(378)	(272)
Recursos netos generados por actividades de operación	1,494	16,139	14,337	16,654
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:				
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA	(428)	(4,627)	—	—
Adquisiciones de FEMSA Cerveza	(168)	(1,816)	—	—
Propiedad, planta y equipo	(456)	(4,924)	(3,364)	(3,304)
Otros activos	(276)	(2,972)	(2,585)	(3,257)
Botellas y cajas	(60)	(648)	(515)	(408)
Activos intangibles	(28)	(301)	(407)	(539)
Otras adquisiciones de negocios	(15)	(159)	—	—
Inversión en acciones	4	46	18	184
Adquisición del minoritario de FEMSA Cerveza	—	—	—	(15,860)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(1,427)	(15,401)	(6,853)	(23,184)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:				
Préstamos bancarios adquiridos	838	9,063	1,986	26,118
Préstamos bancarios pagados	(420)	(4,536)	(14,013)	(18,889)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(108)	(1,169)	(1,332)	(2,021)
Dividendos decretados y pagados	(130)	(1,406)	(1,063)	(907)
Contingencias y otros pasivos	(293)	(3,167)	(13)	277
Resultado acumulado por conversión	(18)	(197)	(177)	(144)
Incremento de capital por oferta pública	—	—	8,155	—
Contribución de capital del minoritario de Coca-Cola FEMSA	—	—	—	634
Recursos netos generados (utilizados) en actividades de financiamiento	(131)	(1,412)	(6,457)	5,068
Efectivo y valores de realización inmediata:				
Incremento (decremento), neto	(64)	(674)	1,027	(1,462)
Efectivo recibido en adquisición de Kaiser	5	52	—	—
Saldo inicial	794	8,558	7,531	8,993
Saldo Final	\$ 735	Ps. 7,936	Ps. 8,558	Ps. 7,531

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

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004.
Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.)
al 31 de diciembre de 2006.

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones
Saldos al 31 de diciembre de 2003	Ps. 4,799	Ps. 13,640
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Aportación de capital del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2004	4,799	13,640
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Incremento del capital por oferta pública	355	7,800
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2005	5,154	21,440
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Interés minoritario de Kaiser		
Minoritario por adquisiciones de FEMSA Cerveza		(77)
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		(1,551)
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2006	Ps. 5,154	Ps. 19,812

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. 17,495	Ps. 3,631	Ps. (6,640)	Ps. 32,925	Ps. 20,199	Ps. 53,124
3,631 (594)	(3,631)		(594)	(313) 634	— (907) 634
	6,411	(420)	5,991	(6,383) 4,184	(6,383) 10,175
20,532	6,411	(7,060)	38,322	18,321	56,643
6,411 (704)	(6,411)		(704)	(359)	— (1,063)
	5,766	(1,512)	8,155 4,254	2,500	8,155 6,754
26,239	5,766	(8,572)	50,027	20,462	70,489
5,766 (1,017)	(5,766)		(1,017)	(389) 368	— (1,406) 368
	6,622	216	(77) (1,551) 6,838	(92) (3,076) 2,735	(169) (4,627) 9,573
Ps. 30,988	Ps. 6,622	Ps. (8,356)	Ps. 54,220	Ps. 20,008	Ps. 74,228

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004.

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

NOTA 1. ACTIVIDADES DE LA COMPANIA.

Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. ("FEMSA") es una sociedad mexicana controladora. El 7 de diciembre de 2006 se aprobó en la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas el cambio de nombre de Fomento Económico Mexicano S.A. de C.V al de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V., de acuerdo a lo señalado en la nueva Ley del Mercado de Valores, la cual entró en vigor el 28 de junio de 2006, establece que las sociedades anónimas con acciones que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. ("BMV") adquieren el carácter de sociedades anónimas bursátiles, por lo que deben de agregar a su denominación la palabra bursátil o la letra "B", después de S.A.

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 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 17 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 8 plantas. Kaiser produce 13 marcas de cerveza, de las cuales Kaiser Pilsen, Bavaria Pilsen y Sol son las más importantes (ver Nota 6).
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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 nuevas 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 mediodía publicado por Bank of New York equivalente a 10.7995 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2006.

El 31 de mayo de 2004, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C. ("IMCP") efectuó la entrega formal de la función de la emisión de normas de información financiera al Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. ("CINIF"), consistente con la tendencia mundial de que dicha función la desarrolla un organismo independiente. Asimismo, los boletines contables mexicanos y circulares emitidos por el IMCP fueron transferidos al CINIF.

Los resultados de las operaciones adquiridas por FEMSA se incluyen en los estados financieros consolidados desde el día de su adquisición. Durante el 2006, FEMSA Cerveza adquirió varias operaciones y FEMSA adquirió el 8.02% de Coca-Cola FEMSA, por lo tanto las cifras presentadas no son comparables con respecto a las del año anterior (ver Notas 5 y 6).

El 23 de febrero de 2007, el Consejo de Administración de FEMSA aprobó por unanimidad los estados financieros consolidados y las notas que los acompañan al 31 de diciembre de 2006.

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 de cada 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 la utilidad neta integral.

El tratamiento contable del costo integral de financiamiento cuando la Compañía designa la inversión de la subsidiaria adquirida en el extranjero como cobertura económica del financiamiento relacionado, es el siguiente:

- La fluctuación cambiaria se presenta en la cuenta de resultado por conversión hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado neto de su efecto fiscal. La fluctuación cambiaria correspondiente a la parte no cubierta del financiamiento se registra en el costo integral de financiamiento; y
- El resultado por posición monetaria se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la subsidiaria hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado y se presenta en la cuenta de resultado por conversión. La parte del resultado por posición monetaria no cubierta del financiamiento se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la compañía que contrate el financiamiento y el efecto se registra en el costo integral de financiamiento.

A la fecha de los presentes estados financieros consolidados la Compañía no tiene designada ninguna inversión en subsidiarias como cobertura económica.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Los saldos de financiamiento intercompañías de subsidiarias en el extranjero se consideran inversiones a largo 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. Los saldos de financiamiento intercompañías se consideran inversiones de largo plazo dado que no se planea su pago en el corto plazo.

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 bancos y casas de bolsa cuyo vencimiento original es menor a tres meses, valuados a valor de mercado. Al 31 de diciembre de 2006 y 2005, el monto de los valores de realización inmediata ascendió a Ps. 4,802 y Ps. 4,797, 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 por 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 Q).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 los resultados 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 no es mayor a un año.

Adicionalmente, al 31 de diciembre de 2006, la Compañía tiene efectivo restringido por Ps. 243 denominados en bolívares y por Ps. 7 denominados en reales, ambos garantizando pasivos, los cuales se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo. Al 31 de diciembre de 2005, el efectivo restringido era por Ps. 84 denominados en bolívares.

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:

- Aquellas que están en control de la Compañía, en plantas y centros de distribución; y
- Aquellas que han sido entregadas a los clientes.

Hasta el 31 de diciembre de 2005, FEMSA Cerveza clasificaba las botellas y cajas retornables en inventarios. A partir del 1 de enero de 2006, FEMSA Cerveza presenta las botellas y cajas retornables como activos de larga duración de acuerdo a su vida útil. Las estimaciones contables relacionadas a botellas y cajas retornables no fueron modificadas. Los saldos de botellas y cajas de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2005, se reclasificaron en los estados consolidados de situación financiera en conjunto con el saldo correspondiente a Coca-Cola FEMSA.

Para efectos de la información financiera, 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 el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, el gasto por rotura ascendió a Ps. 684, Ps. 765 y Ps. 649, 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 una tasa del 10% anual. A partir de enero de 2005, FEMSA Cerveza, autorizada por la autoridad correspondiente cambió el criterio fiscal de las botellas de deducción de compras a calcular depreciación usando el método de línea recta a una tasa del 10%. El impacto de este cambio no generó cargos a la provisión de impuestos, sin embargo generó multas y recargos. El pago total en el año 2005 por multas y recargos por este concepto fue de Ps. 185, de los cuales Ps. 126 fueron provisionados en los resultados de 2004.

Las botellas y cajas retornables de FEMSA Cerveza están sujetas a acuerdos con clientes 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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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, y 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 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 del país de origen. 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.

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 en coordinación con peritos valuadores independientes, considerando la vida útil remanente de los activos.

Durante 2005, el equipo de refrigeración de Coca-Cola FEMSA se amortizó en un promedio de vida útil de aproximadamente 5 años.

Durante el 2006, Coca-Cola FEMSA modificó su estimación contable de vida útil para el equipo de refrigeración en territorios mexicanos de 5 a 7 años considerando principalmente el plan de mantenimiento y sustitución en el mercado de los refrigeradores, además de obtener la confirmación por parte del proveedor y de un tercero. El cambio en la estimación contable representó una disminución del gasto por depreciación por Ps. 127 en los resultados consolidados de 2006.

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).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, fue de Ps. 1,557, Ps. 1,248 y Ps. 1,463, 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, así como los costos de investigación, se registran en resultados en el momento en que se incurren.

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 ejercicio. 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 las marcas de The Coca-Cola Company;
- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza (ver Nota 7) y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas; y
- Marcas y crédito mercantil registrado en la adquisición de Kaiser (ver Nota 6).

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. Hasta el 31 de diciembre de 2004, el crédito mercantil se amortizaba en línea recta en un periodo no mayor a 20 años.

J) Deterioro de Activos de Larga Duración y Crédito Mercantil:

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

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Para el crédito mercantil, 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 y del crédito mercantil, 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 de la Compañía en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004 ascendieron a Ps. 1,164, Ps. 1,016 y Ps. 1,018, 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. A partir del 1 de enero de 2005 entró en vigor el Boletín D-3 Revisado "Obligaciones Laborales", el cual establece el reconocimiento de un pasivo laboral por indemnizaciones distintas a reestructuraciones, de acuerdo a cálculos actuariales basados en la experiencia de la Compañía en los últimos tres a cinco años. Hasta el 31 de diciembre de 2004, estas indemnizaciones se reconocían en resultados en el momento en que se tomaba la decisión de despedir al personal.

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.

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 2006, 2005 y 2004, el monto de indemnizaciones registradas en otros gastos ascendió a Ps. 162, Ps. 126 y Ps. 165, respectivamente.

En el 2006, Coca-Cola FEMSA implementó un programa de reestructuración estratégica del área comercial y reconoció costos por Ps. 572, registrados en otros gastos en el estado consolidado de resultados. Dichos costos consisten en Ps. 472 por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos y Ps. 100 de otros costos relacionados al programa de reestructura. Al 31 de diciembre de 2006, Coca-Cola FEMSA ha pagado Ps. 201 y el resto se liquidará durante el año 2007.

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 el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, las ventas nacionales representan aproximadamente el 97%, 96% y 97% de las ventas totales consolidadas, respectivamente; 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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 el 31 de diciembre 2006, 2005 y 2004, el gasto de distribución ascendió a Ps. 9,190, Ps. 8,586 y Ps. 7,807, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

O) Impuestos Sobre la Renta, al Activo y Participación de los Trabajadores en las Utilidades:

El impuesto sobre la renta ("ISR") y la participación de los trabajadores en las utilidades ("PTU") son registrados en resultados conforme se incurren, incluyendo el impuesto diferido. El ISR 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 ISR diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que se pueda recuperar. Para determinar la PTU diferida, se consideran únicamente las diferencias temporales que resulten en la conciliación entre la utilidad neta y la utilidad gravable para PTU, sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un pasivo o un beneficio dentro de un periodo determinado.

El impuesto al activo ("IMPAC") pagado que se espera sea recuperado se registra como una disminución del pasivo por impuestos diferidos.

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 revertan 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 para preparar sus declaraciones de ISR e IMPAC sobre una base consolidada, la cual incluye el impuesto proporcional de las utilidades o pérdidas fiscales de sus subsidiarias mexicanas limitada hasta el 2004 al 60% de su participación accionaria. A partir de 2005 se elimina esta limitación, por lo tanto la Compañía incluye las utilidades o pérdidas de sus subsidiarias mexicanas al 100%. Las provisiones de ISR de las subsidiarias en el extranjero se determinan con base en la utilidad gravable de cada compañía en lo individual.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

P) Resultado Integral de Financiamiento:

El resultado integral de financiamiento está integrado por los siguientes conceptos:

- Intereses: Los gastos y productos financieros son registrados cuando se devengan;
- 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 ejercicio. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria de los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica 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 los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica (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; 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 que no cumplan con los criterios de cobertura, y el efecto neto en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos.

Q) Instrumentos Financieros Derivados:

A partir del 1º de enero de 2005, entró en vigor el Boletín C-10 "Instrumentos Financieros Derivados y Operaciones de Cobertura", (C-10). De acuerdo al Boletín C-10 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 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 al inicio cuando la transacción cumple con los requisitos establecidos. En coberturas de flujo, la porción efectiva 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. La porción inefectiva se reconoce inmediatamente en los resultados del ejercicio.

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. La valuación inicial y los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos se reconoce en el resultado del periodo.

Antes del Boletín C-10, los instrumentos contratados para fines de cobertura eran valuados usando el mismo criterio de valuación aplicado a los activos o pasivos cubiertos, y sus valores razonables eran revelados en notas a los estados financieros.

Adicionalmente, los instrumentos financieros derivados contratados para fines distintos de cobertura eran valuados y registrados a valor razonable. La diferencia entre el valor inicial de los instrumentos financieros derivados y su valor razonable era registrada en el estado de resultados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**R) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral:**

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

	2006	2005
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	Ps. (6,468)	Ps. (6,914)
Instrumentos financieros derivados	(612)	(461)
Resultado acumulado por conversión	(1,168)	(1,065)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(108)	(132)
	Ps. (8,356)	Ps. (8,572)

S) 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.

T) 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 en libros 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. ADQUISICION DEL INTERES MINORITARIO DE COCA-COLA FEMSA.

El 3 de noviembre de 2006, FEMSA adquirió indirectamente de The Coca-Cola Company 148,000,000 acciones serie "D", que representan el 8.02% del capital social de Coca-Cola FEMSA, por un monto total en efectivo de Ps. 4,627. 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 en libros de las acciones adquiridas se registró en el capital contable como una reducción de prima en suscripción de acciones por Ps. 1,551.

NOTA 6. ADQUISICIONES DE FEMSA CERVEZA.

Durante el 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 desde el día de la adquisición, por lo tanto los estados consolidados de resultados y de situación financiera para el 2006 no son comparables con respecto a los del año anterior. 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.

Las adquisiciones de FEMSA Cerveza son:

- a)** 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. 742. La adquisición fue contabilizada a través del método de compra. FEMSA Cerveza asumió la deuda financiera de Kaiser por Ps. 654 aproximadamente y recibió ciertas indemnizaciones 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. 180 por contingencias sujetas a la indemnización de Molson Coors y FEMSA Cerveza registró la correspondiente cuenta por cobrar (ver Nota 8).

Posteriormente, el 18 de diciembre de 2006, FEMSA Cerveza, adquirió indirectamente la participación restante de Molson Coors en Kaiser y pagó Ps. 169 que representa el 14.95% del capital de Kaiser.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

De acuerdo a NIF mexicanas, la adquisición fue contabilizada a través del método de compra. Por otra parte, FEMSA realizó una contribución de capital de Ps. 2,156 el 22 de diciembre de 2006 a Kaiser. Heineken NV, el otro accionista de Kaiser, no participó en esta contribución de capital por lo que su tenencia de Kaiser se diluyó de 17.05% a 0.17%.

Al 31 de diciembre de 2006, la participación de FEMSA Cerveza en Kaiser representa 99.83% de su capital y se registró a través del método de compra. Como resultado de la adquisición, FEMSA Cerveza identificó activos intangibles de vida indefinida que consisten en derechos de marcas por Ps. 524 y en base al balance de adquisición preliminar un crédito mercantil por Ps. 3,182.

- b) En junio de 2006, FEMSA Cerveza adquirió la operación de distribuidores terceros por Ps. 867. Con cifras del balance de adquisición preliminar se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 804. No se ha reconocido crédito mercantil como resultado de esta adquisición.

NOTA 7. ADQUISICION DEL INTERES MINORITARIO DE FEMSA CERVEZA.

El 31 de agosto de 2004, la Compañía finalizó su relación con Interbrew S.A. ("Interbrew"), Labatt Brewing Company Limited y ciertas de sus subsidiarias, con lo cual FEMSA posee indirectamente el 100% de FEMSA Cerveza; e Interbrew tiene indirectamente el 100% de Labatt USA LLC y Latrobe Brewing Company LLC, subsidiarias encargadas de la distribución en Estados Unidos de América.

La Compañía pagó a Interbrew Ps. 15,623 e incurrió gastos por Ps. 237, los cuales consistieron en honorarios por consultoría y asesoría financiera y legal, mismos que fueron capitalizados como parte del precio de adquisición. La transacción fue financiada a través de un crédito puente el cual fue liquidado con los recursos obtenidos de la oferta pública realizada el 25 de mayo de 2005.

La Compañía contabilizó la adquisición utilizando el método de compra y registró marcas y derechos de distribución como activos intangibles de vida indefinida, por un total de Ps. 9,847. Como resultado de la adquisición no fue reconocido ningún crédito mercantil.

NOTA 8. CUENTAS POR COBRAR.

	2006	2005
Clientes	Ps. 6,084	Ps. 4,437
Reserva para cuentas incobrables	(542)	(482)
Documentos por cobrar	368	356
Molson Coors (ver Nota 6 A)	180	—
The Coca-Cola Company	179	422
Reclamaciones de seguros	60	74
Anticipos de viajes para empleados	48	34
Préstamos a empleados	43	40
Depósitos en garantía	38	239
Otros	516	399
	Ps. 6,974	Ps. 5,519

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	2006		2005		2004
Saldo inicial	Ps. 482	Ps.	467	Ps.	426
Provisión del año	189		192		216
Cancelación de cuentas incobrables	(103)		(131)		(126)
Actualización de saldos iniciales	(26)		(46)		(49)
Saldo final	Ps. 542	Ps.	482	Ps.	467

NOTA 9. INVENTARIOS.

	2006		2005
Productos terminados	Ps. 3,831	Ps.	3,168
Materias primas	3,432		3,231
Anticipos a proveedores	129		70
Producción en proceso	277		218
Refacciones operativas	583		444
Artículos promocionales	5		8
Estimación de inventarios obsoletos	(128)		(49)
	Ps. 8,129	Ps.	7,090

NOTA 10. OTROS ACTIVOS CIRCULANTES.

	2006		2005
Publicidad y gastos promocionales	Ps. 344	Ps.	369
Efectivo restringido	250		84
Instrumentos financieros derivados	231		207
Rentas	124		83
Acuerdos con clientes	80		87
Anticipos a proveedores de servicios	65		55
Gastos por lanzamiento de nuevos productos	38		33
Seguros y fianzas	20		18
Otros	14		47
	Ps. 1,166	Ps.	983

El monto total de publicidad y gastos promocionales cargado a resultados en los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, fue de Ps. 4,572, Ps. 3,353 y Ps. 3,467, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**NOTA 11. INVERSION EN ACCIONES.**

Compañía	% Tenencia	2006	2005
FEMSA Cerveza:			
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	Ps. 221	Ps. 195
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.12%	74	78
Otras ⁽²⁾	Varios	13	14
Coca-Cola FEMSA:			
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	23.11%	108	156
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾	38.74%	95	92
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	35.00%	80	86
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾	26.00%	17	21
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	67	67
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN") ⁽¹⁾	48.10%	38	39
Otras ⁽²⁾	Varios	5	8
Otras inversiones ⁽²⁾	Varios	50	44
		Ps. 768	Ps. 800

Método de valuación:

(1) Método de participación.

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

NOTA 12. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	2006	2005
Terrenos	Ps. 6,321	Ps. 6,066
Edificio, maquinaria y equipo	75,638	69,137
Depreciación acumulada	(37,938)	(33,848)
Equipo de refrigeración	8,748	7,736
Depreciación acumulada	(6,646)	(5,771)
Inversiones en proceso	2,413	1,345
Activos de larga duración a valor de realización	745	765
Otros activos de largo plazo	109	152
	Ps. 49,390	Ps. 45,582

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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:

	2006	2005
FEMSA y otros	Ps. 296	Ps. 306
FEMSA Cerveza	283	260
Coca-Cola FEMSA	166	199
	Ps. 745	Ps. 765
Terrenos	Ps. 505	Ps. 513
Edificios	212	224
Equipo	28	28
	Ps. 745	Ps. 765

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció una ganancia de Ps. 19 y Ps. 26 por los años terminados el 31 de diciembre de 2006 y 2004, respectivamente. En 2005 por la venta de activos de larga duración no hubo impacto en resultados.

NOTA 13. ACTIVOS INTANGIBLES.

	2006	2005
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 39,399	Ps. 39,001
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	10,897	10,097
Crédito mercantil	3,182	—
Marcas Kaiser	524	—
Otros	274	226
Otros activos intangibles no amortizables	472	472
Activos intangibles amortizables:		
Costo por implementación de sistemas	688	783
Gastos por inicio de actividades	248	243
Otros	149	168
	Ps. 55,833	Ps. 50,990

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	Inversión		Amortización		Total	Amortización Anual Estimada
	Inicial	Adiciones	Inicial	Por el Año		
2006:						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,496	Ps. 267	Ps. (713)	Ps. (362)	Ps. 688	Ps. 376
Gastos por inicio de actividades	318	32	(75)	(27)	248	35
2005:						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,163	Ps. 333	Ps. (439)	Ps. (274)	Ps. 783	
Gastos por inicio de actividades	285	33	(52)	(23)	243	

NOTA 14. OTROS ACTIVOS.

	2006	2005
Mejoras en propiedades arrendadas	Ps. 3,508	Ps. 2,823
Acuerdos con clientes	3,255	3,243
Pasivo adicional de obligaciones laborales (ver Nota 17)	1,226	580
Cuentas por cobrar a largo plazo	356	407
Permisos de largo plazo	176	119
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	119	67
Otros	812	663
	Ps. 9,452	Ps. 7,902

NOTA 15. SALDOS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS Y COMPAÑIAS ASOCIADAS.

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

Saldos	2006	2005
Activos (cuentas por cobrar)	Ps. 442	Ps. 671
Pasivos (proveedores y otros pasivos)	2,124	1,396

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Operaciones	2006	2005	2004
Ingresos:			
Ventas de cerveza de exportación a Labatt USA ⁽¹⁾	Ps. —	Ps. —	Ps. 989
Productos financieros relacionado con depósitos bancarios a corto plazo en BBVA Bancomer, S.A. ^{(2) (4)}	—	—	40
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	1,065	966	974
Ventas a compañías asociadas de FEMSA Cerveza	855	821	816
Ventas de refrescos no carbonatados a Salesko	26	19	—
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	9,298	8,328	7,767
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V. ⁽²⁾	997	916	813
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	833	1,300	2,151
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN	785	617	509
Compras de azúcar a Beta San Miguel	516	598	985
Intereses pagados a The Coca-Cola Company	54	12	15
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A., Seguros Monterrey New York Life, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. ^{(2) (4)}	39	52	233
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. [anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.] ⁽²⁾	32	175	174
Compras de hermetapas de Tapón Corona, S.A. ⁽³⁾	—	122	223
Costo por interés relacionado con deuda a L.P. con BBVA Bancomer, S.A. ^{(2) (4)}	—	—	419
Servicios pagados a Labatt ⁽¹⁾	—	—	91

(1) Labatt y Labatt USA eran consideradas partes relacionadas hasta la fecha de la adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza (ver Nota 7).

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

(3) En el 2006, Tapón Corona ya no se considera como parte relacionada.

(4) A partir de 2005, BBVA Bancomer, S.A. de C.V., New York Life, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. dejan de ser consideradas partes relacionadas.

NOTA 16. 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 Cambio			Total
		Aplicable ⁽¹⁾	Corto Plazo	Largo Plazo	
2006:	Activos	10.8755	\$ 107	\$ 16	\$ 123
	Pasivos		233	535	768
2005:	Activos	10.7109	\$ 269	\$ 12	\$ 281
	Pasivos		369	545	914

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Operaciones	2006	2005	2004
Ingresos	\$ 387	\$ 361	\$ 256
Egresos:			
Compra de materia prima	553	468	411
Intereses	159	139	116
Gastos de exportación	74	65	29
Asistencia técnica	11	5	32
Otros	111	84	102
	\$ 908	\$ 761	\$ 690

Al 23 de febrero de 2007, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio de cierre publicado por el Banco de México fue de 11.0023 pesos por dólar y la posición en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2006.

NOTA 17. OBLIGACIONES LABORALES.

En el 2006 y efectivo a partir del 1 de enero de 2007, la Compañía modificó su plan de pensiones y jubilaciones. 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, al momento de la jubilación, el cual es aplicable al personal que se jubile a partir del 1 de enero de 2007.

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 las estimaciones revisadas de la Compañía del costo actual de sus obligaciones 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 futura compensación de sus empleados mexicanos. El rendimiento de la inversión se redujo 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 de estos cambios fue un incremento de Ps. 768 en plan de pensiones y jubilaciones, Ps. 18 en prima de antigüedad y de Ps. 22 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 amortizará 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 2006	

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 un 2% 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
2007	Ps. 378	Ps. 11	Ps. 39	Ps. 106
2008	293	12	40	78
2009	280	13	41	70
2010	264	14	42	65
2011	316	17	44	59
2012 al 2016	1,325	155	325	195

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**B) Saldos de las Obligaciones:**

	2006	2005
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 2,130	Ps. 1,844
Obligaciones por personal activo	2,450	1,682
Obligaciones por beneficios actuales	4,580	3,526
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	500	391
Obligaciones por beneficios proyectados	5,080	3,917
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(2,612)	(2,197)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear	2,468	1,720
Pasivo en transición	(205)	(274)
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(1,026)	—
Utilidad (pérdida) actuarial por amortizar	5	(141)
	1,242	1,305
Pasivo adicional	896	351
Total	2,138	1,656
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	111	91
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	101	76
Obligaciones por beneficios actuales	212	167
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	24	24
Obligaciones por beneficios proyectados	236	191
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(10)	(14)
Pérdida actuarial por amortizar	(50)	(18)
	176	159
Pasivo adicional	55	42
Total	231	201
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	301	292
Obligaciones por personal activo	404	316
Obligaciones por beneficios actuales	705	608
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(101)	(81)
Obligaciones por beneficios actuales sin fondear	604	527
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(41)	(57)
Pérdida actuarial por amortizar	(322)	(280)
Total	241	190

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	2006	2005
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios actuales	Ps. 503	Ps. 460
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	39	39
Obligaciones por beneficios proyectados	542	499
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(453)	(386)
Pérdida actuarial por amortizar	(33)	—
Pasivo adicional	56	113
Total	449	396
Total obligaciones laborales	Ps. 3,115	Ps. 2,556

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 (ver Nota 14) y la diferencia se registró como otras partidas 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:

	2006	2005
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	25%	17%
Instrumentos bancarios	20%	16%
Instrumentos del Gobierno Federal	31%	30%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	24%	37%
	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.

Durante 2006 las contribuciones al plan de pensiones y servicios médicos al retiro fueron de Ps. 270 y la Compañía estima que sus contribuciones durante el 2007 serán aproximadamente Ps. 470.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	2006	2005
Deuda:		
Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 10	Ps. 11
Coca-Cola FEMSA	—	46
FEMSA	—	23
Capital:		
FEMSA	185	302

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

D) Costo del Año:

	2006	2005	2004
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 130	Ps. 115	Ps. 115
Costo financiero	220	205	206
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(131)	(119)	(113)
Amortización del pasivo de transición	53	52	25
Amortización de la pérdida neta actuarial	5	1	—
	277	254	233
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	23	22	21
Costo financiero	11	10	10
Amortización del pasivo de transición	2	2	1
Amortización de la pérdida neta actuarial	1	—	—
	37	34	32
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	20	19	16
Costo financiero	34	33	29
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(3)	(3)	(2)
Amortización del pasivo de transición	5	5	13
Amortización de la pérdida neta actuarial	9	11	—
	65	65	56
Indemnizaciones:			
Costo laboral	77	58	—
Costo financiero	31	28	—
Amortización del pasivo de transición	34	29	—
	142	115	—
	Ps. 521	Ps. 468	Ps. 321

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**E) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:**

	2006	2005
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 3,917	Ps. 3,653
Costo laboral	130	115
Costo financiero	220	205
Extinción de beneficios	(23)	—
Modificaciones al plan	999	—
Pérdida actuarial	32	219
Pagos de beneficios	(195)	(275)
Saldo final	5,080	3,917
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	191	179
Costo laboral	23	22
Costo financiero	11	10
Pérdida actuarial	44	8
Pagos de beneficios	(33)	(28)
Saldo final	236	191
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	608	566
Costo laboral	20	19
Costo financiero	34	33
Pérdida actuarial	86	9
Pagos de beneficios	(43)	(19)
Saldo final	705	608
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	499	520
Adquisición de Kaiser	27	—
Costo laboral	77	58
Costo financiero	31	28
Pérdida actuarial	31	—
Pagos de beneficios	(123)	(107)
Saldo final	542	499

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**F) Cambios en los Saldos de los Activos del Fondo:**

	2006	2005
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 2,197	Ps. 1,982
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	363	247
Aportaciones	208	150
Retiros	(156)	(182)
Saldo final	2,612	2,197
Servicios médicos:		
Saldo inicial	81	65
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	1	7
Aportaciones	62	28
Retiros	(43)	(19)
Saldo final	101	81

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 ejercicio, 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. 90	Ps. (119)
Costo del periodo	18	(4)

NOTA 18. 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 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.

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 2006, 2005 y 2004, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 862, Ps. 664 y Ps. 649, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 19. 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	2006	% Tasa de Interés	2005
Pesos mexicanos	7.6%	Ps. 406	4.4%	Ps. 47
Dólares americanos	5.9%	1,791	4.7%	5
Pesos argentinos	10.6%	527	9.4%	247
Bolívares venezolanos	9.6%	422	12.1%	463
Reales brasileños	13.9%	242	—	—
Yenes japoneses	2.9%	102	—	—
		Ps. 3,490		Ps. 762

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	2006	% Tasa de Interés	2005
Tasa de interés fija:				
Dólares Americanos:				
Bonos Yankee	7.3%	Ps. 3,233	7.9%	Ps. 5,576
Préstamos bancarios	5.3%	642	3.4%	263
Arrendamiento financiero		—	5.6%	118
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.7%	4,136	9.6%	4,304
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,561
Unidades de inversión (UDI)		—	8.7%	1,483
Tasa de interés variable:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	5.7%	2,660	4.8%	2,470
Arrendamiento financiero	8.7%	9	6.9%	53
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	7.6%	15,971	9.0%	10,602
Certificados bursátiles	8.2%	8,156	9.7%	8,486
Pesos Colombianos:				
Certificados bursátiles	9.3%	166	8.7%	401
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios	12.6%	218		—
Quetzales Guatemaltecos:				
Préstamos bancarios		—	6.5%	26
Deuda largo plazo		36,691		35,343
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(2,440)		(4,401)
		Ps. 34,251		Ps. 30,942

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Instrumentos Financieros Derivados de Cobertura	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2005
Swaps de tasa de interés variable a fijo:				
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios:		Ps. 11,835		Ps. 8,399
Tasa de interés pagada	9.8%		10.3%	
Tasa de interés recibida	7.4%		9.1%	
Certificados bursátiles:		8,156		8,486
Tasa de interés pagada	9.2%		9.2%	
Tasa de interés recibida	8.0%		9.7%	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:				
Préstamos bancarios de Dólares Americanos a Pesos Mexicanos:		—		1,561
Tasa de interés pagada			11.1%	
Tasa de interés recibida			4.8%	
Préstamos bancarios de Yenes Japoneses a Reales Brasileños:		102		—
Tasa de interés pagada	13.9%			
Tasa de interés recibida	2.9%			

(1) Tasa promedio ponderada.

Los vencimientos de los préstamos bancarios a largo plazo al 31 de diciembre de 2006, se integran de la siguiente manera:

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps.	2,440
2008		5,854
2009		5,436
2010		4,902
2011		4,138
2012 en adelante		13,921
	Ps.	36,691

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 20. 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.

	2006	2005
Valor en libros	Ps. 36,691	Ps. 35,343
Valor razonable	37,138	35,828

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**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.

El valor razonable se estima con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del ejercicio. 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 de Referencia	Valor Razonable Pasivo
2007	Ps.	4,250	Ps. (36)
2008		5,000	(87)
2009		2,405	(147)
2010		3,513	(260)
2011		2,413	(152)
2012		1,500	(155)
2013		2,000	(52)

Al 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, el efecto neto de los contratos vencidos se registró en la cuenta de gasto financiero y ascendió a Ps. 322, Ps. 28 y Ps. 158, respectivamente.

Una porción de ciertos contratos de swaps de tasa de interés no cumplen con los criterios de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta de pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de emisión de los estados financieros generaron una pérdida de Ps. 36. Al 31 de diciembre de 2005 no hay efecto en resultados por este tipo de contratos.

C) Forwards para Compra de Monedas Extranjeras:

La Compañía tiene contratos forwards para la compra de euros con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre pesos mexicanos y el euro para la adquisición de maquinaria. El valor razonable se estima con la cotización de los tipos de cambio del mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del ejercicio. Los cambios en el valor razonable se registran en las cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2006, el valor de referencia de estos contratos asciende a 2 millones de euros, el valor razonable es un activo de Ps. 2 y vencen en enero de 2007.

El efecto neto de los contratos vencidos por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, fueron pérdidas de Ps. 2, Ps. 9 y Ps. 18 las cuales se registraron en la cuenta de fluctuación cambiaria en el estado de resultados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

En relación con el financiamiento para la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza, la Compañía contrató una serie de forwards para la compra de dólares americanos, generando una pérdida cambiaria de Ps. 162 registrada en resultados por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2005. Estos contratos vencieron en 2005 junto con el pago del crédito puente.

Al 31 de diciembre de 2006, ciertos contratos forwards para compra de monedas extranjeras no cumplen con los criterios de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta 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. 1,144, vencen en 2007 y generaron una ganancia en el año 2006 de Ps. 41. Los contratos vencidos durante el año 2006, que no cumplieron con los criterios de cobertura, generaron una pérdida de Ps. 22 registrada en la valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2005 no hay efecto en resultados por este tipo de contratos.

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. 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 ejercicio. Los cambios en el valor razonable son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

Al 31 de diciembre de 2006, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un valor de referencia de Ps. 102 los cuales vencen en el 2007 y generaron un pasivo con valor razonable de Ps. 18.

El efecto neto de los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2006 y 2005 se registró en la cuenta de gasto financiero y ascendió a Ps. 70 y Ps. 130, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2006, ciertos contratos de swaps de tasa de interés y tipo de cambio no cumplen con los criterios de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta 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. 2,843, vencen en 2011 y generaron una pérdida en el año 2006 de Ps. 47. Los contratos vencidos durante el año 2006 y 2005 generaron pérdidas de Ps. 3 y de Ps. 226, respectivamente.

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 ejercicio. 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. 1,029, que generan un pasivo en el valor razonable de Ps. 75 y vencen durante el 2008 y 2010.

Al 31 de diciembre de 2006 y 2005, el resultado neto de los contratos vencidos fueron pérdidas en el valor razonable de Ps. 104 y Ps. 2, respectivamente, las cuales se registraron como parte de los resultados de operación impactando el costo de materia prima.

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 ejercicio. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 31 de diciembre de 2006 y 2005 el efecto neto de los derivados implícitos de estos contratos de arrendamiento en dólares americanos fueron activos a valor razonable de Ps. 67 y Ps. 124, respectivamente.

NOTA 21. INTERES MINORITARIO EN SUBSIDIARIAS CONSOLIDADAS.

	2006	2005
Coca-Cola FEMSA	Ps. 19,849	Ps. 20,412
FEMSA Cerveza	159	50
	Ps. 20,008	Ps. 20,462

NOTA 22. CAPITAL CONTABLE.

Al 31 de diciembre de 2006, el capital social de FEMSA está representado por 5,963,710,450 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y con 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, 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 2006, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

	Unidades "B"	Unidades "BD"	Total
Unidades	472,349,500	720,392,590	1,192,742,090
Acciones:			
Serie "B"	2,361,747,500	720,392,590	3,082,140,090
Serie "D"	—	2,881,570,360	2,881,570,360
Subserie "D-B"	—	1,440,785,180	1,440,785,180
Subserie "D-L"	—	1,440,785,180	1,440,785,180
Total acciones	2,361,747,500	3,601,962,950	5,963,710,450

El 25 de mayo de 2005, la Compañía concluyó una oferta pública, obteniendo Ps. 8,155 de recursos, los cuales se utilizaron para pagar los créditos puente relacionados a la recompra del 30% 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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 Histórico	Actualización	Saldo Actualizado
Capital social	Ps. 2,982	Ps. 2,172	Ps. 5,154
Prima en suscripción de acciones	13,269	6,543	19,812
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	29,178	1,810	30,988
Utilidad neta	6,465	157	6,622

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, 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. A partir de 2003, 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 2006, los saldos de CUFIN y de CUFINRE de FEMSA ascendieron a Ps. 30,501 y Ps. 1,114, respectivamente, y el saldo del pago diferido de impuestos es de Ps. 86.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 10 de marzo de 2006, se acordó distribuir dividendos de 0.147514 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "B" y 0.184393 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "D", pagados el 15 de junio de 2006. 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 8 de marzo de 2006, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 716, el cual se pagó en junio de 2006. El dividendo pagado al interés minoritario fue de Ps. 389.

NOTA 23. 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 ejercicio. Además se presenta la distribución de las utilidades de acuerdo al derecho de dividendos que tienen las distintas series de acciones.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

A continuación se presenta el cálculo del número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004:

	Millones de Acciones			
	Serie "B"		Serie "D"	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación a diciembre 31, 2004	2,737.74	2,739.17	2,559.57	2,561.00
Aumento en el capital social mayo 25, 2005	344.40	205.78	322.00	192.38
Acciones en circulación a diciembre 31, 2005	3,082.14	2,944.95	2,881.57	2,753.38
Acciones en circulación a diciembre 31, 2006	3,082.14	3,082.14	2,881.57	2,881.57
Derechos sobre el dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11%		53.89%	

NOTA 24. ENTORNO FISCAL.**A) ISR:**

El ISR 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 ISR aplicables en el año 2006 en los países en donde opera la Compañía y el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales, se mencionan a continuación:

	Tasa ISR	Vigencia de las Pérdidas Fiscales [Años]
México	29.0%	10
Guatemala	31.0%	N/A
Nicaragua	30.0%	3
Costa Rica	30.0%	3
Panamá	30.0%	5
Colombia	38.5%	5-8
Venezuela	34.0%	3
Brasil	34.0%	Indefinido
Argentina	35.0%	5

La tasa de ISR causada en México fue del 29%, 30% y 33% por los años de 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

El 1 de enero de 2005 entró en vigor la reforma fiscal para el ISR. Las principales modificaciones se presentan a continuación:

- La tasa impositiva se redujo de 30% en el 2005 al 29% para el 2006 y se reducirá a 28% en el 2007;
- Hasta el año de 2004, la deducción fiscal de los inventarios se hacía a través de las compras, independientemente del momento en el que estos pasaban a resultados como costo de ventas. A partir de 2005, la deducción fiscal de los inventarios se hará a través del costo de ventas, mientras que el saldo de inventario de cierre del año de 2004, se acumulará en un periodo de entre 4 y 12 años, con base en criterios específicos emitidos por la propia ley;
- El monto de PTU pagada, será deducible para efectos de ISR; y
- Las utilidades o pérdidas de las subsidiarias mexicanas, que hasta el año de 2004 para efectos de la consolidación fiscal se consolidaban al 60%, se consolidan al 100%.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 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 el 2006.

En Brasil las pérdidas fiscales no se actualizan y pueden ser aplicadas por un periodo indefinido sin que exceda 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 es recuperable 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.

C) PTU:

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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**D) ISR Diferido:**

Las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por ISR diferido son las siguientes:

ISR Diferido	2006	2005
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (104)	Ps. (145)
Inventarios	530	850
Pagos anticipados	126	118
Propiedad, planta y equipo	4,955	4,771
Inversión en acciones	(9)	(11)
Intangibles y otros activos	(784)	(750)
Obligaciones laborales	(477)	(512)
Impuesto al activo por recuperar	(48)	(83)
Pérdidas fiscales por amortizar	(3,342)	(1,165)
Reserva de pérdidas no recuperables	2,664	515
Instrumentos financieros derivados	(247)	(256)
Reserva para contingencias	(440)	(709)
Provisiones diferidas no deducibles	(729)	(440)
PTU diferida	(145)	(142)
Otras reservas	157	102
ISR diferido, neto	2,107	2,143
ISR diferido por recuperar	1,727	1,390
ISR diferido por pagar	Ps. 3,834	Ps. 3,533

Los cambios en el saldo de ISR diferido, neto, son los siguientes:

	2006	2005
Saldo inicial	Ps. 2,143	Ps. 2,802
Pérdida por posición monetaria	(27)	(14)
Provisión del ejercicio	34	(132)
Cambio en la tasa impositiva de ISR	(16)	(10)
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	10	(60)
Instrumentos financieros derivados	(10)	(256)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	(27)	(187)
Saldo final	Ps. 2,107	Ps. 2,143

No existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta y la utilidad fiscal gravable para PTU sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un beneficio o un pasivo, por lo que no se ha registrado provisión alguna por PTU diferida.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**E) Provisión del Año:**

	2006	2005	2004
ISR causado	Ps. 4,226	Ps. 4,428	Ps. 4,593
Impuesto al activo	52	14	74
ISR diferido	34	(132)	(407)
Cambio en la tasa impositiva de ISR	(16)	(10)	(647)
Beneficio por juicio fiscal	—	—	(1,410)
ISR e IMPAC	4,296	4,300	2,203
PTU	510	566	446
	Ps. 4,806	Ps. 4,866	Ps. 2,649

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
2007	Ps. 1	Ps. —
2008	1	—
2009	35	—
2010	60	8
2011	16	2
2012	35	12
2013	144	12
2014	233	22
2015	142	—
2016	—	—
Indefinidas (Brasil ver Nota 24 A)	9,265	—
	Ps. 9,932	Ps. 56

Debido a la incertidumbre en la realización de algunas pérdidas fiscales no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido Ps. 7,833. Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2006	2005
Saldo inicial	Ps. 515	Ps. 550
Adquisición Kaiser	2,490	—
Provisión del ejercicio	—	122
Cancelación de reserva	(325)	(128)
Actualización del saldo inicial	(16)	(29)
Saldo final	Ps. 2,664	Ps. 515

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**G) Conciliación Entre la Tasa de ISR en México y la Tasa Efectiva de ISR Consolidada:**

	2006	2005	2004
Tasa impositiva de ISR en México	29.0%	30.0%	33.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y el ajuste por inflación fiscal	(0.1)%	0.6%	(3.1)%
Gastos no deducibles	3.3%	1.9%	4.8%
Cambio en la deducción fiscal de inventarios	—	(2.1)%	—
Cambio en tasa de ISR en México	0.1%	—	(5.8)%
PTU	(1.0)%	(1.1)%	—
Ingresos no acumulables	(1.5)%	(0.1)%	—
Beneficio por juicio fiscal	—	—	(12.4)%
Otros	0.9%	2.8%	0.8%
Tasa efectiva de ISR consolidada	30.7%	32.0%	17.3%

NOTA 25. CONTINGENCIAS Y COMPROMISOS.**A) Contingencias Registradas en el Estado de Situación Financiera:**

La Compañía tiene registrados pasivos por contingencias por considerar que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de estas contingencias están registradas como resultado de la adquisición de territorios de Coca-Cola FEMSA en Latinoamérica y de Kaiser. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2006:

	Total
Fiscales	Ps. 1,549
Legales	219
Laborales	512
Total	Ps. 2,280

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. El monto estimado de estos juicios equivale a \$86 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 el 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 las demandas en contra de la Compañía fueron desechadas sin embargo, la decisión ha sido apelada.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**C) Contingencias Garantizadas:**

Por subsidiarias en Brasil, la Compañía ha sido requerida por las autoridades fiscales a garantizar contingencias fiscales en litigio por la cantidad de Ps. 1,415, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

D) Compromisos:

Al 31 de diciembre de 2006, 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 2006, se integran de la siguiente forma:

	Pesos Mexicanos	Dólares Americanos	Otros Monedas
2007	Ps. 1,037	Ps. 508	Ps. 71
2008	1,041	196	66
2009	1,031	95	67
2010	1,005	40	69
2011	951	6	18
2012	908	—	—
2013 en adelante	5,562	—	—
Total	Ps. 11,535	Ps. 845	Ps. 291

El gasto por rentas fue de Ps. 1,468, Ps. 1,619 y Ps. 1,217 por los años terminados el 31 de diciembre de 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

NOTA 26. INFORMACION POR SEGMENTOS.**A) Por Unidad de Negocio:**

	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros	Eliminaciones	Consolidado
2006						
Ingresos totales	Ps. 57,738	Ps. 35,599	Ps. 35,500	Ps. 7,678	Ps. (10,088)	Ps. 126,427
Ingresos intercompañías	696	3,598	12	5,782	(10,088)	—
Utilidad de operación	9,456	5,915	1,604	415	—	17,390
Depreciación ⁽¹⁾	2,393	1,684	415	107	—	4,599
Amortización	208	1,928	350	34	—	2,520
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	178	223	15	85	—	501
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	76	117	—	7	—	200
Gasto financiero	2,124	1,531	388	506	(509)	4,040
Producto financiero	315	219	51	631	(509)	707
ISR e IMPAC	2,318	1,423	347	208	—	4,296
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,615	4,212	1,873	188	—	8,888
Activos de largo plazo	63,952	45,765	7,626	7,614	(4,976)	119,981
Total activos	75,024	58,588	11,865	10,390	(10,477)	145,390

(1) Incluye rotura de botella.

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

(3) Incluye el costo del ejercicio relativo al plan de pensiones (ver Nota 17 D) y la participación en compañías asociadas.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

2005	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 53,997	Ps. 28,690	Ps. 29,898	Ps. 6,250	Ps. (7,199)	Ps. 111,636
Ingresos intercompañías	627	2,151	2	4,419	(7,199)	—
Utilidad de operación	9,218	5,590	1,310	285	—	16,403
Depreciación ⁽¹⁾	2,385	1,558	336	103	—	4,382
Amortización	168	1,813	290	15	—	2,286
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	160	156	7	66	—	389
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	79	—	2	—	81
Gasto financiero	2,591	1,264	367	733	(435)	4,520
Producto financiero	311	218	67	523	(435)	684
ISR e IMPAC	2,455	1,143	298	404	—	4,300
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,219	3,086	1,472	257	—	7,034
Activos de largo plazo	62,698	37,454	6,533	7,963	(5,438)	109,210
Total activos	71,034	46,625	10,082	11,823	(7,252)	132,312
2004						
Ingresos totales	Ps. 51,276	Ps. 26,848	Ps. 24,556	Ps. 5,610	Ps. (5,974)	Ps. 102,316
Ingresos intercompañías	295	1,735	2	3,942	(5,974)	—
Utilidad de operación	8,459	5,101	979	425	—	14,964
Depreciación ⁽¹⁾	2,177	1,604	232	112	—	4,125
Amortización	309	1,803	236	33	—	2,381
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	65	209	16	53	—	343
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	495	—	14	—	509
Gasto financiero	2,753	864	234	527	(302)	4,076
Producto financiero	317	169	55	374	(302)	613
ISR e IMPAC	920	860	256	167	—	2,203
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,162	3,409	1,772	165	—	7,508

(1) Incluye rotura de botella.

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

(3) Incluye el costo del ejercicio relativo al plan de pensiones (ver Nota 17 D) y la participación en compañías asociadas.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**B) Por Área Geográfica:**

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
2006				
México	Ps. 95,795	Ps. 7,524	Ps. 92,100	Ps. 110,888
Centro América ⁽¹⁾	4,145	73	5,297	6,214
Colombia	5,586	499	6,458	9,207
Venezuela	6,536	181	3,750	4,935
Brasil	11,340	402	10,997	15,711
Argentina	3,281	209	1,379	2,219
Eliminaciones	(256)	—	—	(3,784)
Consolidado	Ps. 126,427	Ps. 8,888	Ps. 119,981	Ps. 145,390

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
2005				
México	Ps. 87,281	Ps. 5,715	Ps. 87,778	Ps. 107,084
Centro América ⁽¹⁾	3,636	197	4,810	5,823
Colombia	5,238	368	6,427	9,106
Venezuela	5,875	412	3,953	4,935
Brasil	6,650	204	4,879	7,196
Argentina	3,090	138	1,363	1,955
Eliminaciones	(134)	—	—	(3,787)
Consolidado	Ps. 111,636	Ps. 7,034	Ps. 109,210	Ps. 132,312

	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo
2004		
México	Ps. 79,634	Ps. 6,532
Centro América ⁽¹⁾	3,736	173
Colombia	4,734	137
Venezuela	5,563	279
Brasil	5,865	324
Argentina	2,871	63
Eliminaciones	(87)	—
Consolidado	Ps. 102,316	Ps. 7,508

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 27. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

A) Normas de Información Financiera:

Durante el 2006, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. (“CINIF”) emitió las siguientes Normas de Información Financiera (“NIF”) con aplicación según se describe. La Compañía adoptará estos pronunciamientos a partir del 1 de enero de 2007 y no espera ningún impacto significativo en su posición financiera consolidada ni en su utilidad neta.

- **“Estado de Resultados”, NIF B-3**

Esta norma establece los criterios generales para la presentación y estructura del estado de resultados, los requisitos mínimos de su contenido así como las normas generales de revelación. En consistencia con el NIF A-5, Elementos Básicos de los Estados Financieros, NIF B-3 cambia la clasificación de ingresos, costos y gastos a ordinarios y no ordinarios. Los elementos ordinarios (inclusive pueden no ser frecuentes) se derivan de las actividades primarias y representan la principal fuente de ingresos de la entidad. Los elementos no-ordinarios se derivan de actividades diferentes a las relacionadas con los ingresos principales de la entidad. Por lo tanto, se elimina la clasificación de transacciones como especiales o extraordinarias, de acuerdo al anterior Boletín B-3. Como parte de la estructura del estado de resultados, los elementos ordinarios se presentan primero, como mínimo, se presenta la utilidad o pérdida antes de impuestos, utilidad o pérdida antes de operaciones discontinuas, en el caso de existir, y la utilidad o pérdida neta. La NIF B-3 no prohíbe la presentación de la utilidad de operación; en el caso de incluirse, la línea de otros gastos, productos, neto se presenta antes de la utilidad de operación. Los costos y gastos pueden ser clasificados por función, por naturaleza o por combinación de ambas. Cuando se clasifican por función, se puede incluir la presentación de la utilidad bruta. Adicionalmente, la NIF B-3 establece que la PTU debe presentarse como un gasto ordinario, dentro de otros gastos productos. Las partidas especiales mencionadas en algunas NIF particulares se deben presentar como otros ingresos o gastos, y las antes denominadas partidas extraordinarias, deben formar parte de las partidas no ordinarias. La NIF B-3 es efectiva a partir del 1 de enero de 2007.

- **“Eventos Subsecuentes”, NIF B-13**

Esta norma requiere que para (i) reestructuración de activos y pasivos y (ii) renuncia de los derechos del acreedor a demandar el pago en caso de que la entidad falle en obligaciones contractuales que ocurren en el periodo entre la fecha de los estados financieros y su emisión; se deben hacer revelaciones a las notas de los estados financieros que mientras el reconocimiento de estas operaciones se realiza en los estados financieros del periodo en el cual se realizan. Anteriormente estos eventos se reconocían en los estados financieros en lugar de hacer solo una revelación. La NIF A-7, Presentación y Revelación, es efectiva a partir del 1 de enero de 2006, y requiere entre otras cosas que se revele la fecha en que fueron autorizados los estados financieros para su emisión, así como quien los autoriza. La NIF B-13 establece que si los propietarios de la entidad u otros, tienen facultades para modificar los estados financieros, esta situación debe ser revelada. La aprobación subsiguiente de los estados financieros por los accionistas u otro grupo no debe cambiar el periodo subsiguiente, el cual termina con la emisión de éstos. La NIF B-13 es efectiva a partir del 1 de enero de 2007.

- **“Parte Relacionadas”, NIF C-13**

Esta norma amplía el concepto de “partes relacionadas” e incluye a) el negocio conjunto en el que participa la entidad informante; b) los familiares cercanos del personal gerencial o directivos clave; y c) cualquier fondo derivado de un plan de remuneraciones por obligaciones laborales. La NIF C-13 requiere las siguientes revelaciones: a) que los términos y condiciones de las contraprestaciones pagadas o recibidas en transacciones entre partes relacionadas sean equivalentes a las operaciones similares realizadas con otras partes independientes en la entidad informante, en caso de que sea diferente al de la controladora principal de la entidad económica a la que pertenece. Las notas a los estados financieros correspondientes a los años anteriores deben de revelar los nuevos lineamientos del NIF C-13. La NIF C-13 es efectiva a partir del 1 de enero de 2007.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- **“Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento”, NIF D-6**

Esta norma establece los criterios generales para la capitalización del resultado integral de financiamiento (“RIF”) que incluye una contabilización específica para financiamientos en moneda nacional y extranjera o una combinación de ambas. Algunas de estas normas incluyen: a) la capitalización del RIF directamente atribuible a la adquisición de activos calificables; b) si el financiamiento es moneda local y/o extranjera es utilizado para adquirir activos calificables, las ganancias obtenidas de las inversiones temporales; c) la ganancia o pérdida en la fluctuación cambiaria de financiamientos en moneda extranjera se debe de capitalizar considerando la valuación de sus instrumentos financieros de cobertura asociados a dichos financiamientos, en el caso de que los haya; d) una metodología para calcular el RIF capitalizable en relación a los fondos genéricos de financiamientos; e) en relación a terrenos, el RIF puede ser capitalizado si se lleva a cabo en ellos un proceso de financiamiento; y f) las condiciones que se deben de cumplir para capitalizar el RIF, así como las reglas que indiquen cuando el RIF ya no es capitalizable. La NIF D-6 es efectiva a partir del 1 de enero de 2007.

NOTA 28. EVENTOS RELEVANTES.

El 19 de diciembre de 2006, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company alcanzaron un acuerdo definitivo para adquirir Jugos del Valle, S.A.B de C.V. (“Jugos del Valle”) en una transacción valuada en US\$470 millones, incluyendo US\$90 millones de deuda neta al 31 de diciembre de 2006. Jugos del Valle produce y vende jugos de frutas, bebidas y otros productos de frutas. Teniendo como base México pero distribuyendo sus productos a los mercados internacionales, principalmente Brasil y Estados Unidos de América.

La transacción ha sido aprobada por los Consejos de Administración de ambas compañías. Esta transacción está sujeta a la aprobación de condiciones normales y del cumplimiento de otras condiciones de cierre.

[DIRECTORIO DE OFICINAS]

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

150 mts. Este de la Guardia Rural
Calle Blancos, Guadalupe
San José, Costa Rica
Tel.: (506) 247-2000
Fax: (506) 247-2061

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 8389-2144

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

[CONTACTOS PARA INFORMACION]

DIRECTOR JURIDICO

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

AUDITORES EXTERNOS

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Representante de Deloitte.
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
P.O. Box 11256
Church Street Station
New York, NY 10286-1258
Tel.: 1 (888) BNY-DDRS
(269-2377)
Tel.: 1 (610) 382-7835

e-mail: shareowner-svcs@bankofny.com

RELACION CON INVERSIONISTAS

Juan Fonseca Serratos
Emily Klingbeil
Tel.: (52) 81 8328-6167
Fax: (52) 81 8328-6080

e-mail: investor@femsa.com.mx

COMUNICACION CORPORATIVA

Jaime Toussaint Elosúa
Carolina Alvear Sevilla
Tel.: (52) 81 8328-6148
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

Este Reporte Anual de FEMSA 2006, puede contener declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y de sus subsidiarias, las cuales deben ser consideradas como estimaciones de buena fe. Estas declaraciones sobre expectativas reflejan opiniones de la administración basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e inciertos, los cuales podrían tener un impacto material sobre el desempeño real de la Compañía y de sus subsidiarias.



Este informe está impreso en papel reciclado

diseñado por curran & connors, inc. / www.curran-connors.com

FEMSA

Apartado Postal 2001, Monterrey, N.L., México, 64410

www.femsa.com investor@femsa.com.mx

