



**Comisión Nacional Bancaria y de Valores
Vicepresidencia de Supervisión Bursátil**

Insurgentes Sur 1971, Torre Sur,
Col. Guadalupe Inn
01020 México, D.F.

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.

General Anaya 601 Pte.
Col. Bella Vista
Monterrey, N.L. México 64410

Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las Emisoras de valores y otros participantes del mercado, correspondiente al ejercicio fiscal terminado el 31 de diciembre de 2009

De conformidad con dichas Disposiciones de Carácter General, el presente reporte anual es la versión en español del reporte anual presentado por FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. de C.V. ante la Comisión de Valores (*Securities and Exchange Commission*) de los Estados Unidos de América en la Forma 20-F (la “Forma 20-F”).

El capital social suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2009 se encuentra distribuido en:

2,161,177,770 Unidades BD, cada una compuesta por una (1) Acción Serie B, dos (2) Acciones Serie D-B y dos (2) Acciones Serie D-L, sin expresión de valor nominal (Unidades BD). Las 2,161,177,770 Unidades BD representan un total de 4,322,355,540 Acciones Serie DB, 4,322,355,540 Acciones Serie DL, y 2,161,177,770 Acciones Serie B.

1,417,048,500 Unidades B, cada una compuesta por cinco (5) Acciones Serie B, sin expresión de valor nominal. Las 1,417,048,500 Unidades B representan un total de 7,085,242,500 Acciones Serie B.

Las Unidades BD y las Unidades B cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. bajo las claves **FEMSA UBD** y **FEMSA UB**, respectivamente, y están inscritas en la Sección de Valores del Registro Nacional de Valores.

Las Unidades BD cotizan además, en forma de Recibos Depositarios Americanos (*American Depositary Receipts*) en *The New York Stock Exchange* (NYSE) bajo la clave de cotización FMX. La Compañía tiene autorizado un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 20,000,000,000 (veinte mil millones de pesos 00/100 M.N.) bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. 153/1654782/2007 del 4 de diciembre de 2007. Dicho programa fue actualizado con la Autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. 153/78953/2009 del 31 de Agosto de 2009. Bajo este Programa se han realizado tres emisiones: (i) Ps. 3,500,000,000 (tres mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra “FEMSA 07”; (ii) UDIs. 637,587,000 (seiscientos treinta y siete millones quinientos ochenta y siete mil), bajo clave de pizarra “FEMSA 07U” y (iii) Ps. 1,500,000,000 (un mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra “FEMSA 08”.

“La inscripción en el Registro Nacional de Valores no implica certificación sobre la bondad de los valores, la solvencia del emisor o sobre la exactitud o veracidad de la información contenida en el reporte, ni convalida los actos que, en su caso, hubieren sido realizados en contravención de las leyes”

El presente Reporte Anual es una traducción del Informe Anual que bajo la Forma 20-F la Compañía presenta ante las autoridades de valores de los Estados Unidos, y el orden del reporte no corresponde con el orden señalado por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a los Emisores de Valores y a Otros Participantes del Mercado de Valores (las “Disposiciones Generales para Emisoras o “Circular Única”). En consecuencia, y de acuerdo con el instructivo de preparación del reporte anual contenido en la Circular Única, a continuación se señala una tabla que indica los capítulos en donde se incorporan los requisitos señalados en la Circular Única

Índice del Reporte conforme a Circular Única	Correlación con este Reporte
1) INFORMACIÓN GENERAL	
a) Glosario de Términos y Definiciones	<u>Introducción.</u> Glosario de Referencias
b) Resumen Ejecutivo	<u>Punto 3. Información Clave.</u> Información Financiera Consolidada Seleccionada
c) Factores de Riesgo	<u>Punto 3. Información Clave.</u> Factores de Riesgo <u>Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado</u>
d) Otros Valores	<u>Addendum A.</u> Otros Valores Inscritos en el Riesgo Nacional de Valores
e) Cambios Significativos a los Derechos de Valores Inscritos en el Registro	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Antecedentes <u>Punto 9. La oferta y el listado.</u> Descripción de Valores
f) Destino de los fondos	No Aplica
g) Documentos de Carácter Público	<u>Addendum A.</u> Documentos de Carácter Público
2) LA EMISORA	
a) Historia y desarrollo de la emisora	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Resumen - Antecedentes - Estrategia de Negocios - Coca-Cola FEMSA - FEMSA Cerveza - FEMSA Comercio - Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo
b) Descripción del negocio	
i) Actividad principal	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Estrategia de Negocios -Coca-Cola FEMSA - FEMSA Comercio
ii) Canales de distribución	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Estrategia de Negocios - Coca-Cola FEMSA - FEMSA Cerveza - FEMSA Comercio
iii) Patentes, licencias, marcas y otros contratos	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Antecedentes <u>Punto 10. Información Adicional.</u> Principales Contratos <u>Addendum A.</u> Patentes, licencias, marcas y otros contratos
iv) Principales clientes	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Coca-Cola FEMSA - FEMSA Cerveza - FEMSA Comercio
v) Legislación aplicable y situación tributaria	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Asuntos Regulatorios - FEMSA Cerveza <u>Punto 10. Información Adicional.</u> Tratamiento Fiscal
vi) Recursos humanos	<u>Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados.</u> Empleados
vii) Desempeño ambiental	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Asuntos Regulatorios
viii) Información del mercado	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Coca-Cola FEMSA - FEMSA Cerveza - FEMSA Comercio
ix) Estructura corporativa	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Estructura Corporativa - Principales Subsidiarias
x) Descripción de los principales activos	<u>Punto 4. Información de la Compañía.</u> Descripción de Propiedad, Planta y Equipo
xi) Procesos judiciales, administrativos y arbitrales	<u>Punto 8. Información Financiera.</u> Procedimientos Legales
xii) Acciones representativas del capital	<u>Punto 9. La oferta y el listado.</u> Descripción de Valores <u>Addendum A.</u> Acciones Representativas del Capital Social
xiii) Dividendo	<u>Punto 3. Información Clave.</u> Dividendos

3) INFORMACION FINANCIERA

- a) Información financiera seleccionada Punto 3. Información Clave. Información Financiera Consolidada Seleccionada
Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres
Punto 8. Información Financiera. Información Financiera Consolidada
- b) Información financiera por línea de negocio, zona geográfica y ventas de exportación Punto 4. Información de la Compañía. Estrategia de Negocios - Coca-Cola FEMSA - FEMSA Cerveza - FEMSA Comercio
Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Resultados de Operación
- c) Informe de créditos relevantes Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Liquidez y Recursos de Capital
Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado. Riesgos por Tasas de Interés
- d) Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera de la emisora
 - i) Resultados de la operación Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes - Resultados de Operación
Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado. Riesgos por Tipo de Cambio
 - ii) Situación financiera, liquidez y recursos de capital Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Liquidez y Recursos de Capital - Obligaciones Contractuales - Resumen Deuda - Contingencias
 - iii) Control interno Punto 15. Controles y Procedimientos.
- e) Estimaciones, provisiones o reservas contables críticas Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Estimaciones y Políticas Contables Críticas

4) ADMINISTRACION

- a) Auditores externos Punto 16c. Principales Honorarios y Servicios de Auditores
Addendum A. Auditores Externos
- b) Operaciones con personas relacionadas y conflictos de interés Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas. Operaciones con Partes Relacionadas
- c) Administradores y accionistas Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados.
Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas. Principales Accionistas-Operaciones con Partes Relacionadas
- d) Estatutos sociales y otros convenios Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados. Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos
Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas. Fideicomiso de Voto
Punto 9. La Oferta y el Listado. Descripción de Valores.
Punto 10. Información Adicional. Estatutos

5) MERCADO DE CAPITALES

- a) Estructura accionaria Punto 9. La Oferta y Listado. Descripción de Valores
- b) Comportamiento de la acción en el mercado de valores Punto 9. La Oferta y Listado. Mercados de Cotización - Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores - Precios Históricos
- c) Formador de Mercado No Aplica

6) PERSONAS RESPONSABLES

Personas Responsables

7) ANEXOS

Punto 19. Anexos

**TRADUCCIÓN NO OFICIAL AL ESPAÑOL DEL INFORME ANUAL PRESENTADO ANTE
LA COMISIÓN DE VALORES DE LOS ESTADOS UNIDOS***

COMISIÓN NACIONAL DE VALORES
DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA
Washington, D.C. 20549

FORMA 20-F

REPORTE ANUAL DE DE CONFORMIDAD A LA SECCIÓN 13
DE LA LEY DE INTERCAMBIO DE VALORES DE 1934
Para el ejercicio fiscal concluido el 31 de diciembre de 2009
Número de expediente de la Comisión 333-08752

Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.

(Nombre exacto del registrante como se especifica en su acta constitutiva)

Estados Unidos Mexicanos
(Jurisdicción de constitución de la organización)

General Anaya No. 601 Pte.
Colonia Bella Vista
Monterrey, NL 64410 México
(Domicilio de sus principales oficinas ejecutivas)

Juan F. Fonseca
General Anaya No. 601 Pte.
Colonia Bella Vista
Monterrey, NL 64410 México
(52-818) 328-6167
investor@femsa.com.mx

Valores registrados o que están por registrarse de acuerdo a la Sección 12(b) de la Ley:

<u>Título de cada clase</u>	<u>Nombre de cada Mercado de Valores en que se está registrado</u>
Acciones Depositarias Americanas, cada una representa 10 unidades BD, y cada Unidad BD consistiendo en una acción serie B, dos acciones serie D-B y dos acciones serie D-L, sin valor nominal.	New York Stock Exchange

Valores registrados o que están por registrarse de acuerdo a la Sección 12 (g) de la Ley:

Ninguno

Valores por los cuales existe una obligación de reportar de acuerdo con la Sección 15(d) de la Ley:

Ninguno

Indique el número de acciones en circulación de cada clase del capital de la emisora al cierre del periodo cubierto por el reporte anual:

2,161,177,770	Unidades BD, cada una consiste en una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L, sin expresión de valor nominal. Las Unidades BD representan un total de 2,161,177,770 Acciones Serie B, 4,322,355,540 Acciones Serie D-B y 4,322,355,540 Acciones Serie D-L.
1,417,048,500	Unidades B, cada una consiste en 5 acciones Serie B sin expresión de valor nominal. Las Unidades B representa un total 7,085,242,500 Acciones Series B.

Indique con una marca si el registrante es una emisora reconocida, según se define en la Regla 405 de la Ley de Valores

Si No

Si este reporte es un reporte anual o de transición, indique con una marca si el registrante no está obligado a presentar reportes de acuerdo a la Sección 13 o 15(d) de la Ley de Intercambio de Valores

Si No

Indicar con una marca si el registrante ha presentado electrónicamente y publicado en su sitio de Internet corporativo, en su caso, cada Archivo Interactivo requerido a ser presentado y publicado de conformidad con la Regla 405 de la Regulación S-T (§232.405 de este capítulo) durante los 12 meses precedentes (o por dicho periodo más corto que la emisora haya sido requerida a presentar y publicar dichos archivos). N/A

Si No

Indicar con una marca si el registrante: (1) ha presentado todo los reportes necesarios para archivarse en la Sección 13 o 15(d) de la Ley de Intercambio de Valores de 1934 durante los 12 meses anteriores (o durante el periodo inferior en el que se haya pedido al registrante presentar tales reportes) y (2) ha estado sujeto a dichos requisitos de presentación durante los 90 días anteriores,

Si No

Indique con una marca si el registrante es un "large accelerated filer", un "accelerated filer" o un "non-accelerated filer". Ver definición de "accelerated filer" y "large accelerated filer" en la Regla 12b-2 de la Ley de Intercambio de Valores (Seleccione una):

Large Accelerated filer Accelerated filer Non-accelerated filer

Indique con una marca qué base contable del registrante fue utilizada para preparar los estados financieros incluidos en este expediente:

U.S. GAAP IFRS Otra

Si la repuesta de la pregunta anterior es "Otra", marcar qué partida de los estados financieros ha decidido seguir el registrante.

Partida 17 Partida 18

Si este es un reporte anual, marcar si el registrante es una compañía "shell" (según se define en la regla 12b-2 de la Ley de Valores).

Si No

* La presente traducción no oficial no contiene ciertas secciones por no ser requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras, mismas que están identificadas en el texto del presente documento.

TABLA DE CONTENIDO

		Página
INTRODUCCIÓN	1	
	Glosario de Referencias	1
	Conversiones de Moneda y Estimaciones.....	1
	Declaraciones sobre Acontecimientos Futuros	1
PUNTOS 1–2.	NO APLICABLE.....	2
PUNTO 3.	INFORMACIÓN CLAVE	2
	Información Financiera Consolidada Seleccionada	2
	Dividendos.....	5
	Información sobre Tipo de Cambio	6
	Factores de Riesgo.....	7
PUNTO 4.	INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA.....	16
	La Compañía.....	16
	Resumen	16
	Antecedentes.....	16
	Estructura Corporativa.....	19
	Principales Subsidiarias	21
	Estrategia de Negocios.....	21
	Coca-Cola FEMSA	21
	FEMSA Cerveza.....	37
	FEMSA Comercio	47
	Otros Negocios	52
	Descripción de Propiedad, Planta y Equipo.....	52
	Seguros	54
	Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo.....	54
	Asuntos Regulatorios.....	55
PUNTO 4A.	COMENTARIOS DE LA COMISIÓN DE MERCADO DE VALORES DE ESTADOS UNIDOS NO RESUELTOS	60
PUNTO 5.	RESULTADOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS Y PERSPECTIVAS.....	60
	Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres	60
	Eventos Recientes.....	61
	Apalancamiento Operativo	63
	Estimaciones y Políticas Contables Críticas	63
	Nuevos Pronunciamientos Contables.....	67
	Resultados de Operación	69
	Liquidez y Recursos de Capital	80
	Conciliación U.S. GAAP.....	87
PUNTO 6.	CONSEJEROS, EJECUTIVOS Y EMPLEADOS	88
	Consejeros	88
	Ejecutivos	95
	Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos	97
	Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA.....	98
	Pólizas de Seguro.....	98
	Acciones Propiedad de la Administración	98
	Prácticas del Consejo de Administración.....	99
	Empleados	100
PUNTO 7.	PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS.....	101
	Principales Accionistas	101

	Operaciones con Partes Relacionadas.....	101
	Fideicomiso de Voto.....	101
	Interés de Miembros de la Administración en Ciertas Transacciones	102
	Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company	103
PUNTO 8.	INFORMACIÓN FINANCIERA	104
	Información Financiera Consolidada.....	104
	Política de Dividendos	104
	Procedimientos Legales	104
	Cambios Significativos.....	106
PUNTO 9.	LA OFERTA Y LISTADO.....	106
	Descripción de Valores.....	106
	Mercados de Cotización.....	107
	Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores.....	107
	Precios Históricos	108
PUNTO 10.	INFORMACIÓN ADICIONAL	110
	Estatutos.....	110
	Tratamiento Fiscal	116
	Contratos Principales	119
	Documentos Disponibles al Público	125
PUNTO 11.	DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DEL MERCADO.....	125
	Riesgos Derivados por Tasas de Interés	125
	Riesgos Derivados por Tipo de Cambio	128
	Riesgos Derivados del Capital.....	130
	Riesgos Derivados por el Precio de las Materias Primas	130
PUNTO 12.	DESCRIPCIÓN DE VALORES DIFERENTES A VALORES REPRESENTATIVOS DE CAPITAL	130
PUNTO 12A.	TÍTULOS DE DEUDA.....	130
PUNTO 12B.	GARANTÍAS Y DERECHOS.....	130
PUNTO 12C.	OTROS VALORES	131
PUNTO 12D.	ACCIONES DEPOSITARIAS AMERICANAS	131
PUNTOS 13-14.	NO APLICABLE.....	131
PUNTO 15.	CONTROLES Y PROCEDIMIENTOS.....	131
PUNTO 16A.	EXPERTO FINANCIERO DEL COMITÉ DE AUDITORÍA	132
PUNTO 16B.	CÓDIGO DE ÉTICA	132
PUNTO 16C.	PRINCIPALES HONORARIOS Y SERVICIOS DE AUDITORES	133
PUNTO 16D.	NO APLICABLE.....	133
PUNTO 16E.	COMPRAS DE INSTRUMENTOS DE CAPITAL POR EL EMISOR Y COMPRADORES AFILIADOS	133
PUNTO 16F.	NO APLICABLE.....	134
PUNTO 16G.	GOBIERNO CORPORATIVO.....	134
PUNTO 17.	NO APLICABLE.....	135
PUNTO 18.	ESTADOS FINANCIEROS	135
PUNTO 19.	ANEXOS	136

INTRODUCCIÓN

Este informe anual contiene información significativamente consistente con la información presentada en los estados financieros auditados y es libre de aserciones erróneas de hecho significativas que no sean inconsistencias materiales con la información en los estados financieros auditados.

Glosario de Referencias

Los términos “FEMSA”, “nuestra Compañía”, “nosotros” y “nuestro(a)(os)(as)” se emplean en este informe anual para referirse a Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y, excepto que el contexto lo indique de otra forma, nuestras subsidiarias en forma consolidada. Nos referimos a nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. como “Coca-Cola FEMSA” y a nuestra subsidiaria FEMSA Comercio, S.A. de C.V. como “FEMSA Comercio”.

El término “S.A.B.” significa sociedad anónima bursátil, el cual se utiliza para referirse a una compañía listada públicamente, según las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores en México y a la cual nos referimos como Ley del Mercado de Valores.

Los términos “U.S. dólar”, “U.S.\$”, “dólares” o “\$” se refieren a la moneda de curso legal de los Estados Unidos de América. Los términos “pesos mexicanos”, “pesos” o “Ps.” se refieren a la moneda de curso legal de los Estados Unidos Mexicanos.

Conversiones de Moneda y Estimaciones

Este informe anual contiene conversiones de ciertas cantidades de pesos mexicanos a dólares americanos a tasas especificadas solamente para conveniencia del lector. Estas conversiones no deben interpretarse como declaraciones en cuanto a que los montos en pesos mexicanos realmente representan los montos en dólares o a que se podrían convertir a dólares a la tasa indicada. A menos que se indique lo contrario, tales cantidades de dólares han sido convertidas de pesos mexicanos a un tipo de cambio de Ps. 13.0576 por \$1 dólar, tipo de cambio a la compra al mediodía del 31 de diciembre de 2009 publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York. Al 30 de abril de 2010, el tipo de cambio fue de Ps. 12.2281 por \$1 dólar. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio” para información sobre tipo de cambio desde el 1° de enero de 2005.

En la medida que se contengan estimaciones basadas en datos internos, creemos que éstas son confiables. Los montos mostrados en este informe han sido redondeados, y por lo tanto, los totales pueden no ser equivalentes a la suma de los números presentados.

La información de crecimiento per cápita y los datos de población, fueron calculados en base a estadísticas preparadas por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México (“INEGI”), el Banco de la Reserva Federal de Nueva York (*Federal Reserve Bank*), el Consejo de la Reserva Federal de los Estados Unidos de América (*U.S. Federal Reserve Board*), el Banco de México, entidades locales en cada país y sobre estimaciones nuestras.

Declaraciones sobre Acontecimientos Futuros

Este informe anual contiene palabras tales como “creer”, “esperar” y “anticipar” y expresiones similares que identifican expectativas. El uso de estos términos refleja nuestras opiniones acerca de acontecimientos futuros y desempeño financiero. Los resultados reales pueden diferir materialmente de aquellas expectativas para el futuro como resultado de diversos factores que pueden estar fuera de nuestro control, incluidos pero no limitados a los efectos por cambios en nuestra relación con y entre nuestras compañías afiliadas, movimientos en precios de materias primas, competencia, cambios significativos en las condiciones económicas o políticas en México, o en otros países, o modificaciones del entorno regulatorio. En consecuencia, recomendamos a los lectores que no depositen una confianza indebida en estas expectativas. En todo caso, estas expectativas se refieren únicamente al momento en que fueron emitidas, y no asumimos obligación alguna de actualizar o revisar cualquiera de ellas, ya sea como resultado de nueva información, acontecimientos futuros u otra causa.

PUNTOS 1–2. NO APLICABLE

PUNTO 3. INFORMACIÓN CLAVE

Información Financiera Consolidada Seleccionada

Este informe anual incluye en el “Punto 18”, nuestro estado de situación financiera consolidado auditado al 31 de diciembre de 2009 y 2008, los estados consolidados de resultados y variaciones en las cuentas de capital contable por los años terminados el 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007; los estados consolidados de flujo de efectivo por los años terminados al 31 de diciembre de 2009 y 2008 y los estados consolidados de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre del 2007. Nuestros estados financieros consolidados auditados fueron preparados de acuerdo con las Normas de Información Financiera aplicables en México (“NIF mexicanas”), las cuales difieren en algunos aspectos significativos de los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América, o PCGA Americanos (“U.S. GAAP”).

En las Notas 26 y 27⁽¹⁾ de nuestros estados financieros consolidados se incluye una descripción de las principales diferencias entre las NIF mexicanas y los U.S. GAAP que afectan a la Compañía, una conciliación a U.S. GAAP de la utilidad neta y del capital contable, así como un estado de situación financiera, un estado de resultados y de la utilidad integral y un flujo de efectivo presentados bajo U.S. GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo NIF mexicanas, así como también para el estado consolidado de cambios en el capital contable por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008. En la conciliación de U.S. GAAP, presentamos a nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA, a quien consolidamos bajo NIF mexicanas, y bajo U.S. GAAP se presenta bajo el método de participación, esto debido a los derechos de participación sustantivos que tiene The Coca-Cola Company como accionista minoritario en Coca-Cola FEMSA.

Los efectos de inflación contabilizados bajo NIF mexicanas, no se han revertido en la conciliación de U.S. GAAP. Ver Nota 26 de nuestros estados financieros consolidados auditados.⁽¹⁾

A partir del 1 de enero de 2008, de acuerdo a cambios en la NIF B-10 bajo las NIF Mexicanas, descontinuamos el uso de contabilidad inflacionaria para nuestras subsidiarias que operan en países “no inflacionarios” en donde la inflación acumulada de los últimos tres años fue menor a 26%. Nuestras subsidiarias en México, Guatemala, Panamá, Colombia y Brasil operan en entornos económicos no inflacionarios, por lo tanto, los resultados de 2009 y 2008 reflejan los efectos de inflación únicamente durante 2007. Nuestras subsidiarias en Nicaragua, Costa Rica, Venezuela y Argentina operan en entornos económicos, donde la inflación acumulada durante este mismo periodo de tres años fue igual o mayor a 26%, y por consiguiente continuamos utilizando contabilidad inflacionaria durante 2009 y 2008. Para efectos comparativos, los números previos al 2008 se reexpresaron en pesos mexicanos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2007 tomando en cuenta la inflación local para cada país y referenciados al índice de precios al consumidor. Las monedas locales se convirtieron a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio oficial publicado por el banco central local de cada país. Ver Nota 3 a Nuestros Estados Financieros Consolidados.

La siguiente tabla muestra cierta información financiera seleccionada de nuestra compañía. Esta información debe leerse en conjunto con, y está referenciada en su totalidad a los estados financieros consolidados auditados, incluyendo las notas a los mismos. Véase “Punto 18. Estados Financieros”. La información financiera seleccionada se presenta sobre una base consolidada y no necesariamente indica nuestra posición financiera o el resultado de nuestras operaciones en, o para una fecha o periodos futuros. Algunas cifras por los años anteriores al 2009 han sido reclasificadas para efectos comparativos con el 2009. Ver Nota 2 a Nuestros Estados Financieros Consolidados.

⁽¹⁾Las Notas 26 y 27 aquí referidas, relativas a U.S. GAAP, no están contenidas en los estados financieros de este reporte anual debido a que no son requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras

**Información Financiera Consolidada Seleccionada
por los años terminados el 31 de diciembre del:**

	2009 ⁽¹⁾	2009	2008	2007	2006	2005
--	---------------------	------	------	------	------	------

(en millones de dólares y millones de pesos mexicanos excepto los porcentajes, los datos por acción y el número promedio ponderado de acciones en circulación)

Datos del Estado de Resultados:

NIF Mexicanas:

Ingresos totales.....	\$ 15,090	Ps. 197,033	Ps. 168,022	Ps. 147,556	Ps. 136,120	Ps. 119,462
Utilidad de operación ⁽²⁾	2,069	27,012	22,684	19,736	18,637	17,601
Impuestos a la utilidad ⁽³⁾	299	3,908	4,207	4,950	4,608	4,620
Utilidad neta consolidada.....	1,155	15,082	9,278	11,936	9,860	9,073
Utilidad neta de participación mayoritaria.....	759	9,908	6,708	8,511	7,127	5,951
Utilidad neta de participación minoritaria.....	396	5,174	2,570	3,425	2,733	3,122
Utilidad neta de participación mayoritaria por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B.....	0.04	0.49	0.33	0.42	0.36	0.31
Serie D.....	0.05	0.62	0.42	0.53	0.44	0.39
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B.....		9,246.4	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9
Serie D.....		8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1
Distribución de utilidades por acción:						
Serie B.....		46.11%	46.11%	46.11%	46.11%	46.11%
Serie D.....		53.89%	53.89%	53.89%	53.89%	53.89%

U.S. GAAP:

Ingresos totales.....	\$7,881	Ps.102,902	Ps. 91,650	Ps. 83,362	Ps. 75,704	Ps. 63,031
Utilidad de operación.....	663	8,661	7,881	7,667	7,821	6,911
Participación en ingresos de Coca- Cola FEMSA ⁽⁵⁾	346	4,516	2,994	3,635	2,420	2,205
Utilidad neta.....	818	10,685	6,599	8,589	6,804	6,059
Menos: Utilidad neta de participación minoritaria.....	(60)	(783)	253	(32)	169	—
Utilidad neta de participación mayoritaria.....	758	9,902	6,852	8,557	6,973	6,059
Utilidad neta de participación mayoritaria por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B.....	0.04	0.49	0.34	0.43	0.35	0.32
Serie D.....	0.05	0.62	0.43	0.53	0.43	0.40
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B.....		9,246.4	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9
Serie D.....		8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1

**Información Financiera Consolidada Seleccionada
por los años terminados el 31 de diciembre del:**

	2009 ⁽¹⁾	2009	2008	2007	2006	2005
--	---------------------	------	------	------	------	------

(en millones de dólares y millones de pesos mexicanos excepto los datos por acción, el número promedio ponderado de acciones en circulación y porcentajes)

Datos del Balance General:

NIF Mexicanas:

Total activos.....	\$ 16,166	Ps. 211,091	Ps. 187,345	Ps. 168,187	Ps. 156,215	Ps. 139,823
Pasivo circulante	3,505	45,767	44,094	33,517	28,060	22,510
Deuda largo plazo y notas por pagar ⁽⁶⁾	2,666	34,810	32,210	30,665	35,673	32,129
Otros pasivos largo plazo.....	1,125	14,685	14,146	14,352	14,274	10,786
Capital social	410	5,348	5,348	5,348	5,348	5,348
Total capital contable.....	8,870	115,829	96,895	89,653	78,208	74,398
Participación mayoritaria.....	6,251	81,637	68,821	64,578	56,654	52,400
Participación minoritaria.....	2,619	34,192	28,074	25,075	21,554	21,998

U.S. GAAP:

Total activos.....	\$ 12,100	Ps. 158,000	Ps. 139,219	Ps. 127,167	Ps. 116,392	Ps. 98,869
Pasivo circulante	1,803	23,539	23,654	18,579	14,814	10,090
Deuda largo plazo ⁽⁶⁾	1,847	24,119	19,557	16,569	18,749	15,177
Otros pasivos largo plazo.....	835	10,900	9,966	8,715	8,738	4,996
Participación minoritaria.....	98	1,274	505	698	166	52
Participación mayoritaria.....	7,518	98,168	85,537	82,606	73,925	68,554
Capital social	410	5,348	5,348	5,348	5,348	5,348
Capital contable ⁽⁷⁾	7,616	99,442	86,042	83,304	74,091	68,606

Otra información:

NIF Mexicanas:

Depreciación ⁽⁸⁾	\$ 482	Ps. 6,295	Ps. 5,508	Ps. 4,930	Ps. 4,954	Ps. 4,682
Inversiones en activo fijo ⁽⁹⁾	1,009	13,178	14,234	11,257	9,422	7,508
Margen de operación ⁽¹⁰⁾	13.7%	13.7%	13.5%	13.4%	13.7%	14.7%

U.S. GAAP:

Depreciación ⁽⁸⁾	\$ 213	Ps. 2,786	Ps. 2,439	\$ 2,114	Ps. 2,080	Ps. 2,079
Margen de operación ⁽¹⁰⁾	8.4%	8.4%	8.6%	9.2%	10.3%	11.0%

⁽¹⁾ Conversión a dólares a un tipo de cambio de \$13.0576 pesos mexicanos por \$1.00 dólar, sólo para conveniencia del lector.

⁽²⁾ A partir de 2008, las NIF mexicanas NIF D-3 ("Beneficios a los empleados") requieren presentar los gastos financieros por pasivos laborales como parte del financiamiento integral antes registrado dentro de la utilidad de operación. En consecuencia, la información para años anteriores se reclasificó para efectos comparativos.

⁽³⁾ Para 2009 y 2008 se incluye impuesto sobre la renta. 2007, 2006 y 2005 incluyen impuesto sobre la renta e impuesto al activo. A partir del 2007 se requirió presentar la participación de los trabajadores en las utilidades en el rubro de "otros gastos", de acuerdo a la Interpretación de las Normas de Información Financiera No.4, Presentación en el Estado de Resultados de la Participación de los Trabajadores en la Utilidad. La información de años anteriores ha sido modificada para efectos de comparación.

⁽⁴⁾ La información sobre utilidad neta de participación mayoritaria por acción ha sido modificada retroactivamente para reflejar nuestro stock split de 3:1 efectivo a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽⁵⁾ Coca-Cola FEMSA no consolida para propósitos de U.S. GAAP y es registrado bajo método de participación, como se menciona en la Nota 26 a) de nuestros estados financieros consolidados auditados.⁽²⁾

⁽⁶⁾ Incluye deuda a largo plazo menos la porción circulante de la deuda a largo plazo.

⁽⁷⁾ En 2009 la ASC 810-10-65 entró en vigor requiriendo incluir la participación minoritaria como parte del total del capital social. Esta norma ha sido aplicada retroactivamente para efectos comparativos

⁽⁸⁾ Incluye rotura de botellas.

⁽⁹⁾ La inversión en activo fijo incluye inversiones en propiedad, planta y equipo, intangibles y otros activos.

⁽¹⁰⁾ El margen de operación se calcula dividiendo la utilidad de operación entre los ingresos totales.

⁽²⁾ La Nota 26 aquí referida, relativa a U.S. GAAP, no está contenida en los estados financieros de este reporte anual debido a que no es requerida por las Disposiciones Generales para Emisoras

Dividendos

Históricamente hemos pagado dividendos por Unidad BD (incluyendo las que están en forma de ADSs), aproximadamente igual o mayor a 1% del valor de mercado en la fecha de declaración del dividendo, sujeto a los cambios de los resultados de nuestra posición operativa y financiera, incluidos aquellos debidos a acontecimientos económicos extraordinarios y a los factores de riesgo descritos en “Factores de Riesgo” que afectan nuestra situación financiera y liquidez. Estos factores podrían afectar o no la declaración de dividendos y el monto de éstos. No esperamos estar sujetos a ninguna restricción contractual en nuestra capacidad de pagar dividendos, aunque algunas de nuestras subsidiarias podrían enfrentar dichas restricciones. Debido a que somos una compañía controladora sin operaciones significativas propias, tendremos ganancias y efectivo para pagar dividendos solamente en la medida en que recibamos dividendos de nuestras subsidiarias. Por lo tanto, no podemos garantizar que pagaremos dividendos ni el monto de cualquier dividendo.

La tabla a continuación indica el monto nominal de dividendos declarados por acción en cada año, en pesos mexicanos y en dólares y sus respectivas fechas de pago en los ejercicios fiscales del 2005 al 2009:

Fecha en que se pagó el dividendo	Ejercicio para el cual se declaró el dividendo	Monto total del dividendo declarado	Dividendo por Acción Serie B ⁽¹⁾	Dividendo por Acción de Serie B ⁽¹⁾	Dividendo por Acción Serie D ⁽¹⁾	Dividendo por Acción Serie D ⁽¹⁾
15 de junio de 2006	2005	Ps. 986,000,000	Ps. 0.0492	\$ 0.0043	Ps. 0.0615	\$ 0.0054
15 de mayo de 2007.....	2006	Ps. 1,485,000,000	Ps. 0.0741	\$ 0.0069	Ps. 0.0926	\$ 0.0086
8 de mayo de 2008.....	2007	Ps. 1,620,000,000	Ps. 0.0807	\$ 0.0076	Ps. 0.1009	\$ 0.0095
4 de mayo de 2009 y 3 de noviembre de 2009 ⁽²⁾	2008	Ps. 1,620,000,000	Ps. 0.0807	\$0.0061	Ps. 0.1009	\$0.0076
4 de mayo de 2009.....			Ps. 0.0404	\$0.0030	Ps. 0.0505	\$ 0.0038
3 de noviembre de 2009.....			Ps. 0.0404	\$0.0030	Ps. 0.0505	\$ 0.0038
4 de mayo de 2010 y 3 de noviembre de 2010 ⁽³⁾	2009	Ps.2,600,000,000	Ps. 0.1296	N/A	Ps. 0.1621	N/A
4 de mayo de 2010.....			Ps. 0.0648	\$0.0053	Ps. 0.0810	\$0.0066
3 de noviembre de 2010.....			Ps. 0.0648	N/A ⁽⁴⁾	Ps. 0.0810	N/A ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ El monto de dividendo por serie ha sido ajustado para reflejar el stock split de 3:1 efectivo a partir del 25 de mayo de 2007 para efectos de comparabilidad, dividiendo para el 2005, 2006 y 2007, 9,246,420,270 Acciones de la Serie B y 8,644,711,080 Acciones de la Serie D, las cuales en cada caso representan el número de acciones circulantes a la fecha de la declaración del dividendo ajustado retroactivamente para reflejar el stock split de 3:1.

⁽²⁾ El pago de dividendo para 2008 se dividió en dos pagos iguales. El primer pago se realizó el 4 de mayo de 2009, con fecha de registro del 30 de abril de 2009, y el segundo pago fue efectuado el 3 de noviembre del 2009, con fecha de registro del 30 de octubre de 2009.

⁽³⁾ El pago de dividendo para 2009 se dividió en dos pagos iguales. El primer pago se realizó el 4 de mayo de 2010, con fecha de registro del 3 de mayo de 2010, y el segundo pago se efectuará el 3 de noviembre del 2010, con fecha de registro del 2 de noviembre de 2010.

⁽⁴⁾ El monto en dólares correspondiente al segundo pago de dividendo del 2008 se pagará basándose en el tipo de cambio de la fecha de registro, 2 de noviembre de 2010.

El consejo de administración presenta los estados financieros de nuestra Compañía para el ejercicio anterior, junto con un informe del consejo de administración, ante la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas o AGO. Una vez los tenedores de las Acciones de Serie B hayan aprobado los estados financieros, ellos determinan la distribución de nuestras utilidades netas del año anterior. La ley mexicana requiere que por lo menos 5% de las utilidades netas se destinen a una reserva legal, que no puede ser dispuesta, hasta que el monto de la reserva legal sea igual a 20% de nuestro capital social. Posteriormente, los tenedores de las Acciones Serie B podrán determinar y distribuir cierto porcentaje de las utilidades netas a cualquier reserva general o especial, incluyendo una reserva para compras de nuestras acciones en el mercado abierto. El remanente de las utilidades netas está disponible para distribución en la forma de dividendos para nuestros accionistas. Solamente se pueden pagar dividendos si las ganancias netas son suficientes para compensar pérdidas de años fiscales anteriores.

Nuestros estatutos establecen que los dividendos se distribuirán entre las acciones en circulación e integradas en su totalidad al momento de declarar el dividendo de manera tal que cada Acción de las Series D-B y D-L reciba 125% del dividendo distribuido con respecto a cada Acción Serie B. Los tenedores de las Acciones de las Series D-B y D-L tienen derecho a esta prima de dividendo en relación con todos los dividendos pagados por nosotros que no se relacionen con la liquidación de nuestra Compañía.

Sujeto a ciertas excepciones contenidas en el acuerdo de depósito de ADS del 11 de mayo de 2007 celebrado entre FEMSA, The Bank of New York, como Depositario de ADS, y los tenedores y beneficiarios ocasionales de nuestras Acciones Depositarias Americanas o ADSs, documentadas por Recibos Depositarios Americanos o ADRs, todo dividendo distribuido a los tenedores de ADS se pagará al Depositario de ADS en pesos mexicanos, y el Depositario de ADS lo convertirá en dólares.

Como resultado, restricciones en la conversión de pesos en divisas extranjeras y las variaciones en el tipo de cambio pueden afectar la capacidad de los tenedores de ADSs para recibir dólares y el monto en dólares recibido por tenedores de nuestros ADSs.

Información sobre Tipo de Cambio

La siguiente tabla presenta, para los periodos indicados, el tipo de cambio alto, bajo, promedio y fin de periodo al tipo de cambio a la compra de mediodía publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York para las transferencias electrónicas en pesos mexicanos por dólar. El Banco de la Reserva Federal de Nueva York discontinuó la publicación de tipos de cambio el 31 de diciembre del 2008, por lo tanto, a partir del 1° de enero de 2009 está basada en tipos de cambio publicados por el Consejo de la Reserva Federal de Estados Unidos (U.S Federal Reserve Board) en su publicación semanal H.10 de tipos de cambio. Los tipos de cambio no han sido re-expresados en unidades de moneda constantes y representan valores nominales históricos.

Al periodo terminado el 31 de diciembre

	Tipo de Cambio			
	Alto	Bajo	Promedio ⁽¹⁾	Fin de Periodo
2005	11.41	10.41	10.89	10.63
2006	11.46	10.43	10.91	10.80
2007	11.27	10.67	10.93	10.92
2008	13.94	9.92	11.21	13.83
2009	15.41	12.63	13.50	13.06

⁽¹⁾ Tipo de cambio promedio al último día de cada mes.

	Tipo de Cambio		
	Alto	Bajo	Fin de Periodo
2008:			
Primer Trimestre	Ps.10.97	Ps.10.63	Ps.10.63
Segundo Trimestre	10.60	10.27	10.30
Tercer Trimestre	10.97	9.92	10.97
Cuarto Trimestre	13.94	10.97	13.83
2009:			
Primer Trimestre	Ps.15.41	Ps.13.33	Ps.14.21
Segundo Trimestre	13.89	12.89	13.17
Tercer Trimestre	13.80	12.82	13.48
Cuarto Trimestre	13.67	12.63	13.06
Diciembre	13.08	12.63	13.06
2010:			
Enero	Ps.13.03	Ps.12.65	Ps.13.03
Febrero	13.19	12.76	12.76
Marzo	12.74	12.30	12.30
Primer Trimestre	13.19	12.30	12.30
Abril	12.41	12.16	12.23
Mayo	13.14	12.27	12.86
Junio ⁽¹⁾	12.92	12.54	12.54

⁽¹⁾ Información del 1° al 18 de junio de 2010.

Factores de Riesgo

Riesgos Relacionados con Nuestra Compañía

Coca-Cola FEMSA

El negocio de Coca-Cola FEMSA depende de su relación con The Coca-Cola Company, los cambios en esta relación pueden afectar adversamente los resultados de operación y posición financiera.

En 2009, aproximadamente el 99% del volumen de ventas de Coca-Cola FEMSA fue producto de las ventas de bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye bebidas marca registrada *Coca-Cola* a través de contratos de embotellador estándar en algunos territorios de México y Latinoamérica, a los cuales nos referiremos como territorios de Coca-Cola FEMSA. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Territorios Coca-Cola FEMSA”. A través de los derechos otorgados por medio de los contratos de embotellador y como uno de los principales accionistas, The Coca-Cola Company tiene el derecho de participar en el proceso utilizado para la toma de decisiones importantes del negocio de Coca-Cola FEMSA.

The Coca-Cola Company establece de manera unilateral los precios para su concentrado. Asimismo, de conformidad con sus contratos de embotellador, a Coca-Cola FEMSA se le prohíbe embotellar o distribuir cualquier otra bebida sin la autorización o consentimiento de *The Coca-Cola Company* y no puede transferir los derechos como embotellador para ninguno de sus territorios, sin el consentimiento de *The Coca-Cola Company*. El 10 de marzo de 2010, FEMSA anunció que sus subsidiarias firmaron un acuerdo con las subsidiarias de The Coca-Cola Company para modificar el convenio de accionistas de Coca-Cola FEMSA. El objetivo principal de este acuerdo es establecer que el nombramiento y compensación del director general y los ejecutivos que le reportan, así como las decisiones relacionadas con la operación ordinaria de Coca-Cola FEMSA requieren solo del voto afirmativo de la mayoría simple del consejo de administración. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—La Compañía—Resumen”. The Coca-Cola Company puede solicitar que se demuestre la capacidad financiera de Coca-Cola FEMSA para cumplir con sus negocios. The Coca-Cola Company también contribuye de manera importante al gasto de comercialización de Coca-Cola FEMSA, aunque no está obligado a contribuir en una cantidad en particular. Por lo cual, The Coca-Cola Company podría descontinuar o reducir estas contribuciones en cualquier momento.

Coca-Cola FEMSA depende de The Coca-Cola Company para la renovación de los contratos de embotellador. En México, Coca-Cola FEMSA tiene cuatro contratos de embotellador; los contratos de dos de sus territorios vencen en junio de 2013 y los contratos de sus otros dos territorios vencen en mayo de 2015. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA con *The Coca-Cola Company* para otros de sus territorios vencerán en los siguientes países: Argentina en septiembre de 2014; Brasil en abril de 2014; Colombia en junio de 2014; Venezuela en agosto de 2016; Guatemala en marzo de 2015; Costa Rica en septiembre de 2017; Nicaragua en mayo de 2016, y Panamá en noviembre de 2014. Todos los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA se prorrogan automáticamente por un término de diez años, sujeto al derecho de cualquiera de las partes de dar aviso sobre su deseo de no prorrogar algún contrato en particular. Del mismo modo, en caso de un incumplimiento material de estos contratos pueden darse por terminados. La terminación impediría a Coca-Cola FEMSA comercializar bebidas marca registrada *Coca-Cola* en el territorio afectado y tendría una repercusión adversa sobre su negocio, condición financiera, resultados de operación y proyecciones.

The Coca-Cola Company influye de manera importante en el comportamiento del negocio de Coca-Cola FEMSA, lo cual puede resultar en acciones contrarias a los intereses del resto de los accionistas de Coca-Cola FEMSA.

The Coca-Cola Company ejerce una influencia significativa en la dirección del negocio de Coca-Cola FEMSA. Actualmente, The Coca-Cola Company es tenedora de manera indirecta el 31.6% de las acciones del capital en circulación, representando el 37.0% del capital con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA. The Coca-Cola Company está autorizada para designar cuatro de sus 18 consejeros y el voto de al menos dos de ellos es requerido para la aprobación de ciertas acciones del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA. El 1 de febrero de 2010, nosotros y The Coca-Cola Company, firmamos una segunda modificaron al convenio de accionistas que ratifica nuestro poder para dirigir las políticas financieras y de operación de Coca-Cola FEMSA con el fin de ejercer control sobre sus operaciones en el giro ordinario de sus negocios. En consecuencia, nosotros tenemos derecho a nombrar 11 de los 18 consejeros de Coca-Cola FEMSA y a todos los directivos. The Coca-Cola Company, tiene el poder de determinar el resultado de ciertos derechos de protección, tales como fusiones, adquisiciones o la venta de cualquier línea de negocio que esté sujeta a la aprobación del consejo de administración y de los accionistas de Coca-Cola FEMSA. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos Principales—Coca-Cola FEMSA”. Los intereses de The Coca-Cola Company podrían diferir de los intereses de los otros accionistas de Coca-Cola FEMSA y podrían hacer que Coca-Cola FEMSA emprenda acciones contrarias a los intereses del resto de sus accionistas.

Coca-Cola FEMSA tiene transacciones significativas con afiliadas, especialmente con The Coca-Cola Company, las cuales podrían generar conflictos de interés potenciales y podrían resultar en términos menos favorables para Coca-Cola FEMSA.

Coca-Cola FEMSA participa en transacciones con subsidiarias de The Coca-Cola Company, incluyendo acuerdos conjuntos de mercadotecnia y diferentes acuerdos de embotellador. Adicionalmente, Coca-Cola FEMSA ha firmado acuerdos de mercadotecnia cooperativa con The Coca-Cola Company y FEMSA. Dichas transacciones podrían crear conflicto de intereses potenciales que podrían resultar en términos menos favorables para Coca-Cola FEMSA de los que podrían obtenerse de un tercero no afiliado.

La competencia podría afectar de manera adversa el desempeño financiero de Coca-Cola FEMSA.

La industria de bebidas en los territorios en donde opera Coca-Cola FEMSA es altamente competitiva. Coca-Cola FEMSA se enfrenta a la competencia de otros embotelladores de refrescos como productos de Pepsi y productores de bebidas de precio bajo o “marcas B”. También compite en diversas categorías de bebidas, distintas de refrescos, incluyendo agua, bebidas a base de jugo y bebidas deportivas. A pesar de que las condiciones competitivas son diferentes en cada uno de sus territorios, Coca-Cola FEMSA compite principalmente en términos de precio, empaque, promociones de venta para el consumidor, servicio al cliente e innovación de productos. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Competencia.”. No existe certeza alguna de que Coca-Cola FEMSA podrá evitar la disminución de precios como resultado de la presión ejercida por la competencia. La disminución de precios, los cambios realizados como respuesta a los competidores y los cambios en las preferencias del consumidor podrían tener un efecto negativo sobre su desempeño financiero.

Los cambios en la preferencia del consumidor podrían reducir la demanda de algunos productos de Coca-Cola FEMSA

La industria de bebidas no-alcohólicas está evolucionando rápidamente como resultado de, entre otras cosas, cambios en las preferencias del consumidor. Específicamente los consumidores están preocupándose cada vez más sobre temas ambientales y de la salud. Preocupaciones sobre la utilización del plástico y su impacto ambiental, podría reducir el consumo de productos de Coca-Cola FEMSA vendidos en botellas de plástico o resultar en impuestos adicionales que podrían afectar negativamente la demanda de consumo. Adicionalmente, investigadores, personas que abogan por la salud y guías dietéticas están promoviendo entre los consumidores a reducir su consumo de ciertas bebidas endulzadas con azúcar y jarabe de alta fructosa, que podría reducir la demanda de ciertos productos de Coca-Cola FEMSA. Una reducción en la demanda del consumo podría afectar adversamente el resultado de las operaciones de Coca-Cola FEMSA.

La escasez de agua o alguna incapacidad de mantener las concesiones existentes podría afectar adversamente el negocio de Coca-Cola FEMSA.

El agua es un componente de gran importancia en la elaboración de todos los productos de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA obtiene agua de diferentes fuentes en sus territorios, incluyendo manantiales, pozos, ríos y compañías de aguas municipales y estatales ya sea mediante contratos para el suministro de agua o a través de concesiones otorgadas por los gobiernos de varios de nuestros territorios. La mayor parte del agua utilizada en la producción de bebidas la obtiene mediante concesiones para explotar pozos, que son generalmente otorgadas con base en estudios de suministro de agua subterránea existente y proyectada. Las concesiones o contratos actuales para el suministro de agua de Coca-Cola FEMSA podrían darse por terminadas por parte de las autoridades gubernamentales bajo ciertas circunstancias y su renovación depende de la obtención de las autorizaciones necesarias por parte de las autoridades municipales y/o federales en materia de agua. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Asuntos Regulatorios”. En algunos de sus otros territorios, el suministro de agua actual podría no ser suficiente para satisfacer las futuras necesidades de producción y el suministro de agua disponible podría verse afectado por escasez o cambios en los reglamentos gubernamentales.

No es posible asegurar que habrá suficiente agua disponible para satisfacer las futuras necesidades de producción de Coca-Cola FEMSA o que el suministro será suficiente para satisfacer sus necesidades de abastecimiento de agua.

El aumento en el precio de las materias primas aumentaría el costo de ventas y tendría un efecto negativo sobre los resultados de operación de Coca-Cola FEMSA.

La materia prima más importante para Coca-Cola FEMSA es el concentrado que adquiere de compañías afiliadas a The Coca-Cola Company, materiales de empaque y endulzantes. Los precios del concentrado son determinados por The Coca-Cola Company como un porcentaje del promedio ponderado del precio de menudeo en moneda local, en términos netos después de los impuestos aplicables. En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente los precios de

concentrado para refrescos en un periodo de tres años en México, lo cual comenzó en el 2007 y en Brasil en el 2006. Estos incrementos fueron completamente implementados en Brasil en 2008 y en México en el 2009. Los precios de las materias primas restantes se contratan según los precios de mercado y su disponibilidad local así como la imposición de aranceles de importación y restricción a las mismas y la fluctuación en los tipos de cambio. Coca-Cola FEMSA también está sujeta a satisfacer todas sus necesidades a través de proveedores aprobados por The Coca-Cola Company lo que limita el número de proveedores con los que cuenta. Los precios de venta se denominan en la divisa local de cada país en la que Coca-Cola FEMSA opera, mientras que los precios de algunos materiales incluídos aquellos utilizados en el embotellamiento de sus productos (principalmente resina, lingotes de plástico, botellas de plástico terminadas, latas de aluminio y jarabe de alta fructuosa) se pagan en o determinan su precio con referencia al dólar. Estos precios podrían encarecerse en caso de que el dólar estadounidense sufriera una revaluación frente a la divisa de cualquiera de los países en los que Coca-Cola FEMSA opera, como sucedió en el 2009. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Materias Primas”.

Después del concentrado, el material de empaque y los edulcorantes constituyen la porción más grande del costo de materia prima para Coca-Cola FEMSA. El costo de materia prima de empaque más significativo de Coca-Cola FEMSA, es resultado de la compra de resina y preformas de plástico utilizadas para producir botellas de plástico y de botellas de plástico terminadas, cuyos precios están relacionados con los precios del petróleo y el suministro mundial de resina. El promedio de los precios en dólares americanos que Coca-Cola FEMSA paga por la resina y lingotes de plástico disminuyeron significativamente en 2009 y 2008 en comparación con 2007, aunque Coca-Cola FEMSA no se benefició por dicho decremento de precios debido a la devaluación del peso mexicano frente al dólar estadounidense en 2009. Estos precios podrían incrementar en el futuro. Los precios del azúcar en todos los países en los que opera Coca-Cola FEMSA, a excepción de Brasil, están sujetos a regulaciones locales y otras barreras de entrada al mercado, por lo que paga una mayor cantidad comparada con los precios del mercado internacional del azúcar. El precio global del azúcar fue volátil durante el 2009, debido principalmente al déficit de producción en India, uno de los mayores productores mundiales de azúcar. El precio promedio de los endulzantes durante 2009 fue superior en comparación con 2008 en todos los países en los que operamos. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Materias Primas”..

No podemos garantizar que los precios de las materias primas de Coca-Cola FEMSA no tendrán incrementos adicionales en el futuro. El aumento en el precio de las materias primas incrementaría su costo de ventas y tendría un efecto adverso sobre sus finanzas.

En Venezuela, el abastecimiento de azúcar se vio afectado en 2009. No podemos asegurar que Coca-Cola FEMSA será capaz de cubrir sus requerimientos de azúcar a largo plazo si las condiciones de abastecimiento de azúcar en Venezuela no mejoran. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Materias Primas”.

Los impuestos podrían afectar adversamente el negocio de Coca-Cola FEMSA.

Los países en los que opera Coca-Cola FEMSA podrían adoptar nuevas leyes sobre impuestos o modificar las existentes para incrementar impuestos aplicables a su negocio. Por ejemplo, en México, una reforma fiscal integral entró en vigor el 1 de enero del 2010, por la cual habrá un aumento temporal en el impuesto sobre la renta del 28% al 30% desde 2010 hasta 2012, que será aplicable a Coca-Cola FEMSA. Este aumento estará seguido por una reducción al 29% para el año 2013 y una reducción posterior en el 2014 para regresar a la tasa inicial de 28%. Asimismo, el monto al Impuesto al Valor Agregado (IVA) aumentó para 2010 del 15% al 16%. Este incremento puede afectar la demanda y consumo de productos de Coca-Cola FEMSA y en consecuencia, el desempeño de sus finanzas.

Los productos Coca-Cola FEMSA están de igual manera sujetos a diversos impuestos en la mayoría de los países en los que opera. Algunos países en Centroamérica, Argentina y Brasil también gravan los refrescos. No podemos garantizar que alguna de las autoridades gubernamentales en los países donde opera Coca-Cola FEMSA no impondrá nuevos impuestos o aumentará en un futuro los impuestos existentes en los productos de Coca-Cola FEMSA.

La imposición de nuevos impuestos o aumentos en los existentes impuestos sobre los productos de Coca-Cola FEMSA podrían tener un efecto adverso relevante en nuestro negocio, condición financiera, proyecciones y resultados de operación.

Los cambios en materia regulatoria podrían afectar adversamente el negocio de Coca-Cola FEMSA.

Coca-Cola FEMSA está sujeta a las leyes aplicables en cada uno de los territorios en los que opera. Las áreas principales en las que están sujetos a la legislación aplicable son: medio ambiente, materia laboral, fiscal, salud y ley antimonopolio. La regulación también pueden afectar la capacidad de Coca-Cola FEMSA para fijar precios en sus productos. La adopción de nuevas leyes, o marcos regulatorios o una interpretación o medidas de efectividad más estrictas de las mismas en los países en los que opera Coca-Cola FEMSA podría aumentar sus costos de operación o imponer restricciones a sus

operaciones, lo cual podría afectar adversamente su condición financiera, negocio y resultado de operación. En particular, las normas en materia de medio ambiente se están volviendo más estrictas en muchos de los países en los que Coca-Cola FEMSA opera y está en el proceso de dar cumplimiento a estos estándares; sin embargo, no podemos asegurar que Coca-Cola FEMSA estará en posibilidad de cumplir con los tiempos previstos por las autoridades respectivas. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Asuntos Regulatorios—Asuntos Ambientales”.. Cambios adicionales en las actuales regulaciones podrían resultar en un incremento en los costos de cumplimiento de sus obligaciones, lo cual podría tener un efecto adverso sobre los resultados de operación futuros o sobre la situación financiera de Coca-Cola FEMSA.

Históricamente en muchos de los países en los que opera Coca-Cola FEMSA se ha impuesto la restricción voluntaria de precios o el control de precios reglamentario. Actualmente, está sujeta a un control de precios en Argentina. La imposición de estas restricciones voluntarias de precios en otros territorios podría tener un efecto negativo sobre sus resultados de operación y posición financiera. No podemos asegurar que las autoridades gubernamentales de los países donde opera Coca-Cola FEMSA no impondrán un control de precios reglamentario o que necesitarán adoptar restricciones voluntarias para precios en el futuro.

En diciembre de 2009, el gobierno venezolano emitió un decreto que exige una reducción al menos del 20% en el consumo de energía para las empresas industriales que tienen un consumo superior a dos megawatts/hora, así como la presentación de un plan de reducción de uso de energía. Algunas de las plantas embotelladoras de Coca-Cola FEMSA en Venezuela fuera de Caracas, están en dicho supuesto y se sometieron un plan que incluye la compra de generadores para sus plantas. En enero de 2010, el gobierno de Venezuela implementó cortes de energía y otras medidas para todas las industrias en Caracas cuyo consumo de energía es superior a 35 kilowatts/hora. Todas las plantas embotelladoras y centros de distribución, así como las oficinas administrativas de Coca-Cola FEMSA en Caracas se encuentran en dicho supuesto.

En enero de 2010, el gobierno venezolano reformó la Ley para la Defensa y Acceso a las Personas a los Bienes y Servicios. Cualquier violación de una compañía que produce, distribuye y vende bienes y servicios podría acarrearle multas, penas o la confiscación de los activos utilizados para producir, distribuir o vender estos bienes, sin compensación alguna. A pesar de que consideramos que Coca-Cola FEMSA cumple con esta ley, la legislación para la protección de los consumidores en Venezuela está sujeta a continuas revisiones y reformas, las cuales podrían tener un impacto adverso sobre Coca-Cola FEMSA.

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA han sido sujetas a investigaciones y procesos por parte de autoridades de competencia y procesos relacionados con supuestas prácticas anticompetitivas. Coca-Cola FEMSA también ha sido sujeta a investigaciones y procesos en temas ambientales y laborales. Véase “Punto 8 Información Financiera—Procedimientos Legales”. No podemos asegurar que estas investigaciones y procesos futuros no podrán tener un efecto adverso sobre los resultados de operación o sobre la condición financiera de Coca-Cola FEMSA.

Condiciones económicas y políticas en otros países latinoamericanos en los que opera Coca-Cola FEMSA podrían afectar de manera adversa sus negocio.

Además de México, nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA tiene operaciones en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. Las ventas y la utilidad de operación fuera de México incrementaron en un porcentaje de las ventas de Coca-Cola FEMSA y utilidad de operación totales del 42.8% y 29.5% en 2005, respectivamente, al 64.2% y 56.8% en 2009, respectivamente. Esperamos que esta tendencia continúe en el futuro. Como consecuencia, los resultados futuros de Coca-Cola FEMSA seguirán viéndose afectados por las condiciones económicas y políticas de los países fuera de México, donde tiene operaciones.

La demanda de consumo, preferencias, precios reales y los costos de materias primas están fuertemente influenciados por condiciones macroeconómicas y políticas en los otros países donde Coca-Cola FEMSA opera. Estas condiciones varían por cada país y pueden no estar correlacionadas con las condiciones de las operaciones mexicanas. Por ejemplo, Brasil y Colombia tienen una historia de volatilidad económica e inestabilidad política. En Venezuela, Coca-Cola FEMSA enfrenta riesgo cambiario, así como escasez y restricciones para importar materias primas. El deterioro de las condiciones económicas y políticas en cualquiera de estos países podría tener un efecto adverso en la posición financiera y resultados de operación de Coca-Cola FEMSA.

La depreciación de las monedas locales de los países en donde Coca-Cola FEMSA opera en relación con el dólar de los Estados Unidos de América puede incrementar sus costos de operación. Coca-Cola FEMSA también ha operado bajo controles cambiarios en Venezuela desde 2003, lo que altera su capacidad para enviar dividendos al extranjero o hacer pagos en divisas distintas a la moneda local y que puede incrementar el precio real de las materias primas y servicios adquiridos en moneda local. En enero de 2010, el gobierno de Venezuela anunció una devaluación de su tipo de cambio oficial y el establecimiento de un sistema múltiple de tipo de cambio: (1) 2.60 bolívares por dólar estadounidense para categorías de alta

prioridad, (2) 4.30 bolívares por dólar estadounidense para categorías no prioritarias y (3) el reconocimiento de la existencia de otros tipos de cambio que el gobierno deberá determinar. Coca-Cola FEMSA cree que esta devaluación tendrá un impacto adverso en sus resultados financieros por el aumento de sus costos operativos y la reducción del importe registrado en sus estados financieros en pesos mexicanos por sus operaciones de Venezuela, como resultado de la aplicación de las reglas contables de conversión bajo las NIF mexicanas. El tipo de cambio que se utilizará para expresar los estados financieros a partir de enero 2010 será de 4.30 bolívares por dólar estadounidense. Al 31 de diciembre de 2009, los estados financieros eran reportados en pesos mexicanos usando un tipo de cambio de 2.15 bolívares por dólar estadounidense. Como resultado de esta devaluación, el balance general de nuestras subsidiarias venezolanas reflejará una reducción en el capital contable de aproximadamente Ps. 3,700 millones, a partir de enero de 2010.

Una futura devaluación o la imposición de controles cambiarios de divisas en cualquiera de los países en los que Coca-Cola FEMSA tiene operaciones tendrían un efecto adverso sobre su posición financiera y resultados de operación.

No podemos asegurar que los acontecimientos políticos o sociales en cualquiera de los países en los que Coca-Cola FEMSA tiene operaciones, sobre los cuales no tiene control, no tendrán un efecto adverso en la situación económica y en el negocio, condición financiera o resultados de operación de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA Comercio

La competencia de otros minoristas en México podría afectar negativamente el negocio de nuestra Compañía.

El sector de venta al menudeo de México es altamente competitivo. FEMSA participa en el sector de la venta al menudeo principalmente a través de FEMSA Comercio. Las tiendas de conveniencia OXXO de FEMSA Comercio enfrentan competencia a nivel regional por parte de las cadenas de tiendas 7-Eleven, Super Extra, la cual pertenece y es administrada por Grupo Modelo, nuestro principal competidor en el mercado de cerveza nacional, Super City, AM/PM y Circle-K. Las tiendas OXXO también enfrentan la competencia de diversas cadenas pequeñas de minoristas independientes en toda la República Mexicana. En el futuro, las tiendas OXXO pueden enfrentar competencia adicional de otros detallistas que actualmente no participan en el sector de tiendas de conveniencia en México, así como de posibles nuevos competidores en este sector. Una mayor competencia puede limitar la disponibilidad de espacio comercial para FEMSA Comercio y podría requerir una modificación en la oferta de productos y la estrategia de precios. Adicionalmente, los consumidores podrían llegar a preferir productos alternativos o formatos de tiendas ofrecidos por los competidores. Como consecuencia de esto, los resultados de operación y la situación financiera de FEMSA Comercio podrían verse afectados adversamente por un aumento de la competencia.

Las ventas de las tiendas OXXO podrán verse afectadas negativamente por los cambios en las condiciones económicas en México.

Las tiendas de conveniencia a menudo venden ciertos productos a un precio más alto. El mercado de tiendas de conveniencia es muy sensible a las condiciones económicas, debido a que una disminución en la actividad económica viene a menudo acompañada por una baja en el poder de compra del consumidor, lo que a su vez trae como resultado una baja en el consumo de las principales categorías de productos de FEMSA Comercio. En periodos de menor actividad económica, las tiendas OXXO pueden experimentar una reducción en el tráfico por tienda y en el monto vendido a cada cliente, lo que podría traer como resultado un descenso en los resultados de operaciones de FEMSA Comercio.

FEMSA Comercio podría no mantener su ritmo histórico de crecimiento.

FEMSA Comercio incrementó el número de tiendas OXXO a un ritmo promedio anual de 15.4% durante el periodo de 2005 al 2009. En este periodo, la rápida expansión ha impulsado un crecimiento en ventas y en la utilidad de operación de FEMSA Comercio. Conforme aumenta la base existente de tiendas, es probable que el ritmo de crecimiento de las tiendas OXXO, medido en porcentaje, tienda a disminuir. Adicionalmente, conforme aumenta la penetración en el número de tiendas de conveniencia en México, tenderá a disminuir el número de ubicaciones viables para establecer un OXXO; además estas nuevas ubicaciones podrían ser menos favorables en términos de ventas-mismas-tiendas, "ticket" promedio y tráfico por tienda. Como consecuencia, los resultados operativos y la situación financiera futura de FEMSA Comercio podrían no ser consistentes con periodos anteriores y se podría caracterizar por menores tasas de crecimiento en cuanto a ingresos totales y utilidad de operación. En Colombia, FEMSA Comercio podría no mantener las mismas tasas históricas de crecimiento como las presentadas en México.

Riesgos Relacionados con Nuestra Participación Accionaria en Heineken

De conformidad con los requerimientos establecidos en el presente informe anual, cualquier información financiera y operativa presentada en relación con FEMSA Cerveza es para los períodos terminados el 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, cuando teníamos el control sobre este segmento. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes”. Los factores de riesgo a continuación reflejan el cierre de la transacción con Heineken el 30 de Abril de 2010.

FEMSA no controlará las decisiones de Heineken.

El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción por la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken y a la cual nos referimos como la transacción Heineken. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes”.

Como consecuencia de la transacción con Heineken, FEMSA participará en el Consejo de Heineken Holding y en el Consejo de Supervisión de Heineken. Sin embargo, FEMSA no podrá ser accionista controlador o mayoritario de Heineken y tampoco controlará las decisiones del Consejo de Heineken Holding o en el Consejo de Supervisión de Heineken. Por consiguiente, las decisiones tomadas por la mayoría o el grupo de control de Heineken o el Consejo de Heineken Holding o el Consejo de Supervisión de Heineken podrían no ser consistentes con los intereses de los accionistas de FEMSA o incluso adversas al interés de los accionistas de FEMSA. Adicionalmente, FEMSA no divulgará información o decisiones no públicas tomadas por Heineken.

Heineken está presente en varios mercados a nivel global.

En relación con la industria de la cerveza, FEMSA está presente en varios mercados a nivel global. Como resultado de la transacción con Heineken, los accionistas de FEMSA se encuentran indirectamente expuestos a las circunstancias políticas, económicas y sociales que afecten a los mercados en los que Heineken está presente las cuales podrían tener un efecto adverso sobre el valor de la participación de FEMSA en Heineken, y, en consecuencia, sobre el valor de las acciones de FEMSA.

Fortalecimiento del peso Mexicano.

FEMSA intercambió una inversión en las acciones de una compañía Mexicana, en donde la moneda de operación es la misma que la de la entidad consolidada para invertir en acciones en una compañía Holandesa cuya moneda de operación es el Euro (€). Por lo tanto, en el caso de una apreciación del peso mexicano frente al Euro, el valor razonable de la inversión en acciones de FEMSA se vería afectado negativamente.

Por otra parte, el flujo de efectivo que se espera recibir en forma de dividendos de Heineken será en Euros, y por lo tanto, en el caso que exista una apreciación del peso Mexicano frente al Euro, la cantidad de flujo de efectivo estimada se verá afectada negativamente una vez que los dividendos sean convertidos a pesos (moneda de operación de FEMSA).

Heineken es una empresa pública listada en la bolsa.

Heineken es una empresa cuyas acciones cotizan públicamente y que está sujeta a las fluctuaciones del mercado. Una reducción en el precio de las acciones de Heineken podría traducirse en una reducción del valor económico de la participación de FEMSA en Heineken.

Riesgos Relacionados con Nuestros Principales Accionistas y Nuestra Estructura de Capital

La mayoría de nuestras acciones con derecho a voto están en manos de un Fideicomiso de Voto, el cual controla efectivamente la administración de nuestra Compañía, y cuyos intereses pueden diferir de los intereses de otros accionistas.

Al 30 de abril de 2010, un fideicomiso de voto, cuyos participantes son integrantes de siete familias, era propietario del 38.69% de nuestro capital social y del 74.86% de nuestro capital con derecho de voto, que consiste en las Acciones de Serie B. Por consiguiente, el fideicomiso de voto tiene el poder de elegir la mayoría de los miembros de nuestro consejo de administración y de desempeñar un papel significativo de control sobre el resultado de prácticamente todos los asuntos que deben decidir nuestro consejo de administración o nuestros accionistas. Los intereses del fideicomiso de voto pueden diferir de los intereses de nuestros accionistas. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas” y “Punto 10. Información Adicional—Estatutos—Derechos de Voto y Ciertos Derechos de las Minorías”.

Los tenedores de Acciones de las Series D-B y D-L tienen derechos de voto limitados.

Los tenedores de Acciones de las Series D-B y D-L tienen derechos de voto limitados y sólo pueden votar sobre temas específicos, tales como ciertos cambios en nuestra estructura corporativa, disolución o liquidación de la compañía, fusión con una compañía con distinto propósito corporativo, fusión en carácter de fusionada, un cambio de nacionalidad, la cancelación del registro de las Acciones de las Series D-B y D-L y algún otro asunto que expresamente requiera aprobación de los tenedores, de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores. En consecuencia a estos derechos de voto limitados, estos tenedores de las Acciones de las Series D-B- y D-L no podrán influir en nuestro negocio u operaciones. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—Principales Accionistas” y “Punto 10. Información Adicional—Estatutos—Derechos de Voto y Ciertos Derechos de las Minorías”.

Es posible que los tenedores de ADSs no puedan votar en nuestras asambleas de accionistas.

Nuestras acciones se cotizan en *The New York Stock Exchange*, en forma de ADSs. No podemos garantizar que los tenedores de nuestras acciones en la forma de ADSs reciban notificaciones de parte nuestro depositario de ADSs sobre las asambleas de accionistas con suficiente anticipación para permitirles entregar a tiempo sus instrucciones de voto al depositario de ADSs. En el caso en que dichas instrucciones no sean recibidas respecto a las acciones subyacentes de los ADS, el depositario de ADSs, sujeto a ciertas limitaciones, otorgará un poder a una persona designada por nosotros con respecto a estas acciones. En el caso en que este poder no sea cedido, el depositario de ADSs votará de acuerdo a las instrucciones de voto recibidas por la mayoría de las acciones de cada clase.

Es posible que los tenedores de Unidades BD en los Estados Unidos y los tenedores de ADSs no puedan participar de ninguna oferta futura de derechos preferenciales y por lo tanto podrán estar sujetos a la dilución de su interés accionario.

Bajo las leyes mexicanas, si nosotros emitimos nuevas acciones por efectivo como parte de un aumento de capital, exceptuando una oferta pública de nuevas acciones o acciones en tesorería, generalmente se nos exige conceder a nuestros accionistas el derecho de preferencia de compra de una cantidad suficiente de acciones para mantener su porcentaje de propiedad existente. Los derechos de compra de acciones en estas circunstancias se conocen como derechos de preferencia. Es posible que no se nos permita legalmente ofrecer a los tenedores de acciones de la Compañía o de ADSs ubicados en los Estados Unidos derechos de preferencia en aumentos de capital futuros a menos que (1) presentemos una declaración de registro ante la *Securities and Exchange Commission* (“SEC”) con respecto a la emisión futura de acciones, o (2) el ofrecimiento califique para una exención de los requisitos de registro de la Ley de Valores de los Estados Unidos de 1933 (*U.S. Securities Act of 1933*, o la “Ley de Valores”). En el momento de cualquier aumento de capital futuro, evaluaremos los costos y obligaciones potenciales asociados con la presentación de una declaración de registro ante la SEC, así como los beneficios de los derechos preferenciales para los tenedores de nuestras acciones en la forma de ADSs en los Estados Unidos y cualesquiera otros factores que consideremos importantes para decidir si presentar o no una declaración de registro.

Podremos decidir no presentar una declaración de registro ante la SEC para permitir a los tenedores de nuestras acciones o de ADSs ubicados en los Estados Unidos para participar en un ofrecimiento de derechos de preferencia. Además, conforme a la ley mexicana vigente, los derechos de preferencia no pueden ser vendidos por parte del depositario de ADSs y los fondos producto de dicha venta no pueden ser distribuidos a los tenedores de nuestras acciones en la forma de ADSs. Como resultado de eso, el interés accionario de los tenedores de nuestras acciones en la forma de ADSs se diluiría de forma proporcional. Véase “Punto 10. Información Adicional—Estatutos—Derechos de Preferencia”.

Las protecciones que se ofrecen a los accionistas minoritarios en México difieren de las que se ofrecen a los accionistas minoritarios en los Estados Unidos.

En virtud de las leyes mexicanas, las protecciones que se ofrecen a los accionistas minoritarios difieren, y pueden ser menores, de las que se ofrecen a los accionistas minoritarios en los Estados Unidos. Las leyes mexicanas no proveen acciones en favor de los accionistas en relación con violaciones a los deberes fiduciarios. No existe un procedimiento para litigios colectivos como en los Estados Unidos y son diferentes los requisitos de procedimiento para entablar litigios de accionistas en contra de los consejeros para beneficio de las compañías. Por lo tanto, podría resultarles más complicado a los accionistas minoritarios ejercer sus derechos ante nosotros, nuestros consejeros o accionistas controladores que lo que les resultaría a los accionistas minoritarios de una empresa estadounidense.

Los inversionistas podrían experimentar dificultades para exigirnos responsabilidad civil a nosotros o a nuestros consejeros, directivos o personas de control.

FEMSA está constituida bajo las leyes de México, y la mayoría de los consejeros, directivos y personas de control residen fuera de los Estados Unidos. Además, la totalidad o una parte sustancial de nuestros activos y sus respectivos activos se encuentran ubicados fuera de los Estados Unidos. En consecuencia, podría resultarles difícil a los inversionistas efectuar notificaciones de proceso dentro de los Estados Unidos a dichas personas o exigir el cumplimiento de sentencias en su contra, incluyendo toda acción basada en responsabilidades civiles en virtud de las leyes federales en materia de valores de los Estados Unidos. Existen dudas respecto de la exigibilidad del cumplimiento de las obligaciones de dichas personas en México, ya sea en acciones originales o en acciones para exigir el cumplimiento de sentencias dictadas por tribunales estadounidenses, basado únicamente en las leyes federales en materia de valores de los Estados Unidos.

Los acontecimientos en otros países podrán afectar negativamente el mercado para nuestros valores.

El valor de mercado de los valores de las compañías mexicanas se ve influenciado, en distintos grados, por condiciones económicas y del mercado de valores de otros países de mercados emergentes. Aunque las condiciones económicas son diferentes en cada país, la reacción de los inversionistas ante los acontecimientos en un país podrían afectar los valores de los emisores en otros países, inclusive México. No podemos garantizar que los hechos que sucedan en otros lugares, especialmente en los mercados emergentes, no afectarán de manera adversa el valor de mercado de nuestros valores.

La falta de pago o la imposibilidad de nuestras subsidiarias de pagarnos los dividendos u otras distribuciones podrán tener un efecto negativo y afectar nuestra capacidad de pago de dividendos a los tenedores de ADS.

FEMSA es una compañía tenedora de acciones. Por lo tanto, el flujo de efectivo de FEMSA deriva principalmente de los dividendos, intereses y otras distribuciones que las subsidiarias efectúan a FEMSA. En la actualidad, las subsidiarias de FEMSA no tienen obligaciones contractuales que les exijan pagar dividendos a FEMSA. Adicionalmente, las deudas y otras obligaciones contractuales de nuestras subsidiarias pueden imponer en el futuro restricciones en la capacidad de pago de dividendos u otros pagos a FEMSA de las subsidiarias, lo que a su vez podrá afectar negativamente la capacidad de pago de dividendos de FEMSA a los accionistas y la capacidad de cumplir con sus obligaciones. Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA no tenía restricción alguna en su capacidad para pagar dividendos. Debido al intercambio del 100% de nuestro negocio en FEMSA Cerveza por una participación del 20% en el Grupo Heineken, la posición de FEMSA como accionista no controlador en Heineken implica no poder exigir el pago de dividendos relacionados con las acciones de Heineken.

Riesgos relacionados con México y con los Otros Países en los Cuales Operamos

Las condiciones económicas adversas en México podrán afectar negativamente nuestra situación financiera y resultados operativos.

Somos una sociedad mexicana, y nuestras operaciones mexicanas son el territorio geográfico más importante en lo individual. Como resultado del intercambio del 100% de nuestro negocio en FEMSA Cerveza por una participación del 20% en Grupo Heineken, los accionistas de FEMSA podrían experimentar un menor grado de exposición a las condiciones económicas en México y un mayor grado de exposición indirecta a las circunstancias políticas, económicas y sociales que afecten a los mercados en los que Heineken está presente. Para el año finalizado el 31 de diciembre de 2009, el 64% de nuestros ingresos totales consolidados se atribuyeron a México. La economía mexicana actualmente está experimentando un descenso como resultado del impacto de la crisis financiera global en muchas de las economías emergentes que inició en la segunda mitad del 2008. Sin embargo, en el primer trimestre del 2010, el producto interno bruto mexicano o PIB incrementó aproximadamente 4.3% en términos anualizados versus el mismo periodo en 2009 debido a una mejora en los sectores comerciales y de manufactura de la economía marcando el inicio de la recuperación económica desde la recesión en 2008. La economía mexicana sigue estando fuertemente influenciada por la economía de Estados Unidos, por lo tanto, cualquier deterioro adicional en las condiciones económicas o retrasos en la recuperación económica de Estados Unidos podría complicar la recuperación de México. En el pasado, México ha experimentado periodos prolongados de debilidad y deterioros en las condiciones económicas que han tenido un impacto negativo en nuestros resultados de operación. Debido a la continua desaceleración económica global en 2009 y posiblemente en 2010, la cual también afectó a la economía mexicana, no podemos garantizar que dichas condiciones no tendrán un efecto adverso material en los resultados operativos y nuestra situación financiera.

Nuestro negocio podría ser afectado significativamente por las condiciones generales de la economía mexicana o por la tasa de inflación en México, las tasas de interés en México y los tipos de cambio o control de cambios del peso mexicano. Bajas en la tasa de crecimiento de la economía mexicana, periodos de decrecimiento y/o crecimientos en inflación o las tasas de interés podrían resultar en una baja en la demanda de nuestros productos, menor precio real de nuestros productos o un

cambio hacia productos de menor margen. Debido a que un gran porcentaje de nuestros costos y gastos son fijos, no podríamos reducir costos y gastos en caso de ocurrir cualquiera de esos sucesos, y nuestros márgenes de utilidad podrían sufrir como resultado.

Adicionalmente, un incremento en tasas de interés en México podría incrementar nuestro costo en financiamientos denominados en pesos mexicanos con tasas de interés variables, que constituyó 53.8% del total de nuestra deuda al 31 de diciembre de 2009 (incluyendo el efecto de swaps de tasa de interés), y podrían tener un efecto adverso en nuestra posición financiera y en los resultados de operación. Durante el 2009, debido a las restricciones en el mercado internacional crediticio y a la limitada disponibilidad de créditos en los mercados internacionales, así como también cambios en la mezcla de monedas en nuestra deuda, nuestra tasa de interés promedio ponderado disminuyó 1.6 puntos base.

La depreciación del peso mexicano con relación al dólar americano podría afectar negativamente nuestra situación financiera y los resultados de nuestras operaciones.

La depreciación del peso relativa al dólar incrementa el costo de una porción de materias primas que adquirimos, cuyo precio es pagado o determinado en referencia al dólar, y de nuestras obligaciones de deuda denominada en dólares, de tal modo podría tener un efecto negativo en nuestra situación financiera y los resultados netos de las operaciones. Una severa devaluación o depreciación del peso mexicano podría resultar en una interrupción en los mercados de tipos de cambio internacionales y podría limitar nuestra habilidad para transferir o convertir pesos mexicanos a dólares y a otras monedas con el propósito de hacer pagos programados de intereses y capital de nuestro endeudamiento y obligaciones en dólares americanos en otras monedas. Aunque el peso mexicano se ha comportado estable frente al dólar hasta mediados del 2008, durante el cuarto trimestre de 2008 el peso se ha depreciado aproximadamente un 27% en comparación con el cuarto trimestre de 2007. Durante 2009, el peso mexicano experimentó una recuperación de aproximadamente 6% en comparación con 2008 y en el primerr trimestre del 2010, el peso mexicano se ha revaluado alrededor del 6% en comparación con el cuarto trimestre de 2009.

Aún cuando el gobierno mexicano no restringe actualmente, y desde 1982 no ha restringido, el derecho o habilidad de personas mexicanas o extranjeras o entidades a convertir pesos mexicanos en dólares americanos o transferir otras monedas fuera de México, el gobierno podría instituir políticas restrictivas en el tipo de cambio en el futuro como lo ha hecho en oportunidades anteriores. Las fluctuaciones monetarias podrían tener un efecto negativo en nuestra situación financiera, los resultados de operación y los flujos de caja en ejercicios futuros.

En periodos en los que los mercados financieros han estado volátiles como lo han sido últimamente, nuestros resultados de operación podrían verse sustancialmente afectados por variaciones en los tipos de cambio, los precios de los insumos y en menor medida en las tasas de interés. Estos efectos incluyen fluctuación cambiaria en activos y pasivos denominados en dólares americanos, pérdidas o ganancias por valuación de instrumentos financieros, precio en insumos, así como cambios en producto y gasto financieros. Estos efectos pueden ser mucho más volátiles que nuestro desempeño operativo y nuestra generación de flujo operativo.

Los acontecimientos políticos en México podrían afectar negativamente nuestras operaciones.

Eventos en la política mexicana podrían afectar considerablemente nuestras operaciones. Las elecciones presidenciales en México se llevan a cabo cada seis años, y la elección más reciente se llevó a cabo en julio del 2006. Las elecciones del senado también se llevaron a cabo en julio del 2006, y aún cuando el Partido Acción Nacional ganó una pluralidad de asientos en el Congreso Mexicano en dicha elección, ningún partido logró con éxito asegurar la mayoría. En 2009 se llevaron a cabo las elecciones para escoger a los miembros de la Cámara de Diputados, y aunque el Partido Revolucionario Institucional ganó una pluralidad de asientos, ningún partido logró con éxito asegurar la mayoría. La falta de una mayoría por un solo partido es probable que continúe aun después de las elecciones locales, estatales y del congreso del 2009. Esta situación podría resultar en una paralización del gobierno e incertidumbre política. No podemos ofrecer alguna garantía de que el desarrollo político en México, sobre los cuales no tenemos control, no tendrán un efecto adverso en nuestro negocio, condición financiera o resultado de operaciones.

La inseguridad en México podría incrementar y afectar negativamente nuestros resultados.

La presencia e incremento de los niveles de violencia entre los cárteles de la droga, y entre éstos y las fuerzas armadas al aplicar la ley pueden representar un riesgo para nuestro negocio. Durante el 2009, tanto la delincuencia organizada como los incidentes violentos mostraron un incremento, concentrándose relativamente tanto a lo largo de la frontera norte de México, así como en otros estados mexicanos como Sinaloa y Michoacán. El presidente de México, Felipe Calderón, ha tratado de combatir a los cárteles de la droga rompiendo el equilibrio de poder entre ellos. El objetivo principal de la delincuencia organizada es el tráfico de drogas y tiene como meta el suministrar y sacar provecho de la demanda continua en

los Estados Unidos. Esta situación podría afectar nuestros negocios ya que los hábitos y patrones de consumo se ajustan de acuerdo a la percepción e inseguridad real mientras las personas se abstienen de salir y gradualmente cambian sus hábitos de consumo en el establecimiento a consumo fuera del establecimiento al comprar comida y bebidas en algunos de sus eventos sociales. La inseguridad podría aumentar y en consecuencia, nuestros resultados operativos y financieros podrían verse negativamente afectados.

La depreciación de las monedas locales en otros países de Latinoamérica en los que operamos puede afectar negativamente nuestra situación financiera.

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA en territorios fuera de México incrementaron a una tasa mayor a la de los territorios mexicanos en 2009. Esta tasa mayor del crecimiento de ingresos totales podría resultar en una mayor contribución de los resultados de operación para estos territorios, pero como resultado podría también exponernos a grandes riesgos en estos territorios. La devaluación de la moneda local con respecto al dólar, en nuestros territorios fuera de México, podría incrementar nuestros costos operativos en esos países, y una depreciación con respecto al peso mexicano podría afectar negativamente nuestros resultados de las operaciones en esos países. En años recientes el valor de las monedas en los países en donde operamos se ha comportado relativamente estable. Futuras devaluaciones en las monedas o la imposición de controles de cambios en cualquiera de estos países, incluyendo México, podría tener un impacto negativo en nuestros resultados financieros y de operación.

PUNTO 4. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

La Compañía

Resumen

Somos una compañía mexicana con sede en Monterrey, N.L., México, y nuestro origen data desde 1890. Nuestra Compañía se constituyó el 30 de mayo de 1936 con una duración de 99 años. Nuestra denominación es Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V., y en el ámbito comercial frecuentemente nos referimos a nosotros mismos como FEMSA. Nuestras oficinas principales están ubicadas en General Anaya N° 601 Pte., Colonia Bella Vista, Monterrey, N.L. 64410, México. Nuestro número de teléfono en este domicilio es (81) 8328-6000 y nuestra página de Internet es www.femsa.com. Estamos constituidos como una sociedad anónima bursátil de capital variable (“S.A.B. de C.V.”) de conformidad con las leyes de México.

Llevamos a cabo nuestras operaciones a través de las siguientes sociedades sobre las cuales somos propietarios en forma directa o indirecta, de todo o la mayoría del capital social (de cada una nos referimos como una “compañía subtenedora principal”):

- Coca-Cola FEMSA, dedicada a la producción, distribución y comercialización de refrescos y
- FEMSA Comercio, que opera tiendas de conveniencia.

El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes” y “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales”. De conformidad con los requerimientos establecidos en el presente informe anual, cualquier información financiera y operativa presentada en relación con FEMSA Cerveza es para los períodos terminados el 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, cuando teníamos el control sobre este segmento.

Antecedentes

FEMSA tiene su origen en el establecimiento de la primera cervecería mexicana, Cervecería Cuauhtémoc, S.A., a la cual nos referiremos como Cuauhtémoc, la cual fue fundada en 1890 por cuatro prominentes industriales de Monterrey: Francisco G. Sada, José A. Muguerza, Isaac Garza y José M. Schneider. Descendientes de ciertos fundadores de Cuauhtémoc son los que actualmente controlan nuestra Compañía.

La integración estratégica de nuestra Compañía data desde 1936, cuando nuestras operaciones de empaque se establecieron para abastecer de corcholatas a la cervecería. Durante este periodo, estas operaciones formaron parte de lo que se conoció como el Grupo Monterrey, que también incluyó participaciones en la banca, acero y otras operaciones de empaque.

En 1974, el Grupo Monterrey se dividió en dos ramas de descendientes de las familias fundadoras de Cuauhtémoc. El acero y otras operaciones de empaque constituyeron la base para la creación de Corporación Siderúrgica, S.A. (que después se convirtió en Alfa, S.A.B. de C.V.), controlado por la familia Garza Sada, y las operaciones de bebidas y bancarias se consolidaron bajo la denominación social de FEMSA, controlada por la familia Garza Lagüera. Las acciones de FEMSA cotizaron por primera vez en la Bolsa Mexicana de Valores el 19 de septiembre de 1978. Entre 1977 y 1981, diversificamos nuestras operaciones mediante adquisiciones en las industrias de refrescos y de agua mineral, la creación de las primeras tiendas de conveniencia bajo el nombre comercial OXXO y otras inversiones en las industrias hotelera, de la construcción, de autopartes, alimenticia y pesquera, las cuales posteriormente fueron consideradas como operaciones no estratégicas y fueron subsecuentemente escindidas.

En agosto de 1982, el gobierno mexicano suspendió el pago de sus obligaciones de deuda externa y nacionalizó el sistema bancario mexicano. En 1985, ciertos accionistas mayoritarios de FEMSA adquirieron una participación mayoritaria en Cervecería Moctezuma, S.A. a la cual nos referimos como “Moctezuma”, que en aquél entonces era la tercera cervecería más importante de México, y en compañías afiliadas en la industria del empaque. Subsecuentemente, FEMSA realizó una extensa reestructuración corporativa y financiera que finalizó en diciembre de 1988, y por consiguiente los activos de FEMSA fueron combinados en una sola entidad corporativa que se convirtió en Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V., a la cual nos referiremos como Emprex.

En octubre de 1991, algunos de nuestros accionistas mayoritarios adquirieron una participación mayoritaria en Bancomer, S.A., al cual nos referiremos como Bancomer. La inversión en Bancomer se realizó dentro del contexto de la reprivatización del sistema bancario por parte del Gobierno mexicano, que lo había nacionalizado en 1982. Los accionistas de Emprex, incluyendo FEMSA, financiaron en forma parcial la adquisición de Bancomer mediante una suscripción indirecta de las acciones del Grupo Financiero Bancomer, S.A. de C.V., actualmente Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A. de C.V., al cual nos referiremos como BBVA Bancomer, la compañía controladora de servicios financieros mexicana que se constituyó con el objeto de poseer una participación mayoritaria en Bancomer. En febrero de 1992, FEMSA ofreció a los accionistas de Emprex la oportunidad de intercambiar las acciones de BBVA Bancomer a las cuales dichos accionistas tenían derecho, por acciones de Emprex que eran de propiedad de FEMSA. En agosto de 1996, las acciones de BBVA Bancomer que recibió FEMSA en el intercambio con los accionistas de Emprex, fueron distribuidas como dividendo a los accionistas de FEMSA.

Al terminar estas operaciones, iniciamos una serie de operaciones estratégicas destinadas a fortalecer las posiciones competitivas de nuestras subsidiarias operativas. Estas operaciones incluyeron la venta de una participación estratégica del 30% en Coca-Cola FEMSA a una subsidiaria propiedad de The Coca-Cola Company y la subsiguiente oferta pública de acciones de Coca-Cola FEMSA, ambas en 1993, y la venta de una participación estratégica del 22% en FEMSA Cerveza a Labatt Brewing Company Limited, a la cual nos referimos como Labatt, en 1994. Labatt, fue más tarde adquirida por InBev, S.A. o InBev (conocida en el momento de la adquisición de Labatt como Interbrew N.V./S.A. o Interbrew y actualmente referida como A-B InBev), posteriormente aumentó su participación en FEMSA Cerveza al 30%.

En 1998, finalizamos una reorganización que:

- simplificó nuestra estructura de capital, al convertir nuestro capital social en circulación antes de la reorganización en Unidades BD y Unidades B; y
- unificó a los accionistas de FEMSA y a los accionistas anteriores de Emprex al mismo nivel corporativo, mediante una oferta de intercambio que se consumó el 11 de mayo de 1998.

Como parte de la reorganización, FEMSA registró ADSs en *The New York Stock Exchange* que representaban Unidades BD, y listamos las Unidades BD y sus Unidades B en la Bolsa Mexicana de Valores.

En mayo del 2003, nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA expandió sus operaciones a través de Latinoamérica adquiriendo el 100% de Panamco México, S.A. de C.V. a la cual nos referiremos como Panamco, entonces la más grande embotelladora de refrescos de Latinoamérica en términos de volumen de ventas en el 2002. A través de la adquisición de Panamco, Coca-Cola FEMSA empezó con la producción y distribución de la marca de bebidas de *Coca-Cola* en territorios adicionales en México, Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil, así como el embotellado de agua, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. The Coca-Cola Company y sus subsidiarias recibieron Acciones Serie D a cambio de su participación en el capital de Panamco de aproximadamente el 25%.

El 31 de agosto de 2004, consumamos una serie de operaciones con InBev, Labatt y ciertas de sus afiliadas para rescindir los acuerdos existentes entre FEMSA Cerveza y Labatt. Como resultado de estas operaciones, FEMSA adquirió el 100% de FEMSA Cerveza, y se rescindieron acuerdos previos existentes entre afiliadas de FEMSA e InBev con respecto al gobierno corporativo, el traspaso de la propiedad y otros asuntos relativos a FEMSA Cerveza.

El 1° de junio de 2005, finalizamos una oferta de nuevas acciones por 80.5 millones de Unidades BD (incluyendo Unidades BD en la forma de ADS que cotizan en la Bolsa de Nueva York) y 52.78 millones de Unidades B, con lo cual se obtuvieron recursos por \$700 millones de dólares, netos de comisiones. FEMSA utilizó estos recursos para pagar deuda relacionada con la compra del 30% de FEMSA Cerveza a Labatt (InBev) y otras de sus afiliadas.

El 13 de enero de 2006, FEMSA Cerveza, a través de una de sus subsidiarias, adquirió de Molson Coors Brewing Company, o Molson Coors, el 68% de las acciones de la empresa cervecera brasileña Kaiser por \$68 millones de dólares. Molson Coors retuvo un 15% de Kaiser, mientras que Heineken N.V. se mantuvo sin cambio con el 17% restante. En diciembre del 2006, Molson Coors completó su salida de Kaiser ejerciendo su opción para vender su 15% de participación restante a FEMSA Cerveza. El 22 de diciembre de 2006, FEMSA Cerveza hizo un incremento de capital en Kaiser por \$200 millones de dólares. Al mismo tiempo, Heineken N.V. decidió no participar en el incremento de capital, por lo cual su interés en el capital de las acciones de Kaiser se diluyó de 17% a 0.17% y FEMSA Cerveza por lo tanto incrementó su participación a 99.83% en el capital social de Kaiser, sin embargo, en agosto de 2007 FEMSA Cerveza y Heineken N.V. cerraron un acuerdo de compra de capital en donde Heineken N.V. adquirió las acciones necesarias para recuperar el 17% de participación en Kaiser. Como resultado de las transacciones anteriores, FEMSA Cerveza obtuvo el 83% de la participación de Kaiser y Heineken N.V. obtuvo una participación del 17% .

El 3 de noviembre de 2006, adquirimos 148,000,000 Acciones Serie D de Coca-Cola FEMSA, de ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, representando el 8.02% del capital total de Coca-Cola FEMSA. Adquirimos estas acciones a un precio por acción de \$2.888 dólares, arrojando un monto total de \$427.4 millones de dólares, de acuerdo con un memorándum de entendimiento con The Coca-Cola Company. Al 18 de junio de 2010, FEMSA indirectamente es propietaria del 53.7% del capital de Coca-Cola FEMSA (63.0% de su capital accionario con derecho total de voto) y The Coca-Cola Company indirectamente es propietaria del 31.6% del capital de las acciones de Coca-Cola FEMSA (37% de su capital accionario con derecho total de voto). El 14.7% restante consiste en Acciones Serie L con derecho limitado de voto, las cuales se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y en el NYSE en forma de Acciones Depositarias Americanas (“ADSs”) bajo el símbolo de KOF.

En marzo del 2007, en la AGO de nuestra compañía, nuestros accionistas aprobaron la subdivisión (split) en razón de tres a uno en todas las acciones en circulación de FEMSA, aplicando también en nuestros American Depositary Shares (ADSs). La subdivisión proporcional no afecta la estructura accionaria de FEMSA. Las nuevas unidades resultantes del split fueron canjeadas por la Bolsa Mexicana de Valores el 28 de mayo de 2007 a los accionistas registrados al 25 de mayo de 2007, y los nuevos ADSs fueron canjeados por la Bolsa de Valores de Nueva York (New York Stock Exchange) el 30 de mayo de 2007 a los accionistas registrados al 25 de mayo de 2007.

El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. o Administración S.A.P.I., una compañía mexicana directa o indirectamente propiedad de Coca-Cola FEMSA y de The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones representando el 100% de las acciones del capital social de Jugos del Valle por \$370 millones de dólares en efectivo, y asumiendo pasivos por \$86 millones de dólares. El 30 de junio de 2008, Administración S.A.P.I. y Jugos del Valle se fusionaron, convirtiéndose Jugos del Valle en la compañía fusionante. Posterior a la adquisición inicial de Jugos del Valle, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de su participación en Administración S.A.P.I. a otros embotelladores de Coca-Cola en México. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, Coca-Cola FEMSA cuenta con una participación registrada de 19.8% del capital social de Jugos del Valle. En diciembre de 2008, la entidad fusionante Jugos del Valle en Brasil vendió sus operaciones a The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y otros embotelladores de las marcas de Coca-Cola en Brasil. Estas operaciones de bebidas no carbonatadas fueron integradas dentro de una alianza estratégica con The Coca-Cola Company en Brasil. A través de las alianzas estratégicas entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, distribuimos la línea de jugos de Jugos del Valle y hemos comenzado a desarrollar y distribuir nuevos productos.

El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de enmendar nuestros estatutos para preservar la estructura accionaria en unidades que tenemos desde mayo de 1998 y para mantener la estructura existente posterior al 11 de mayo de 2008. Nuestros estatutos anteriormente determinaban que el 11 de mayo de 2008 nuestras acciones Serie D-B podrían convertirse en acciones Serie B; y que nuestras acciones Serie D-L podrían convertirse en acciones Serie L con derecho de voto limitado. Adicionalmente nuestros estatutos indicaban que el 11 de mayo de 2008 nuestra estructura actual de unidades podría dejar de existir y que cada unidad B podría desvincularse en 5 acciones Serie B, mientras que cada Unidad BD podría desvincularse en tres acciones Serie B y dos acciones Serie L, de nueva emisión. De acuerdo a las aprobaciones de nuestros accionistas del 22 de abril de 2008, la conversión automática de nuestras acciones y nuestra estructura basada en unidades ya no existe, y de no haber ninguna acción por parte de nuestros accionistas, nuestra estructura accionaria continuará siendo formada por acciones Serie B, las cuales deben representar por lo menos el 51% de nuestro capital total accionario y de acciones Serie D-B y Serie D-L, las cuales en conjunto pueden representar hasta el 49% de nuestro capital total accionario. Nuestra estructura de Unidades, de no haber acción alguna por parte de los accionistas, continuará consistiendo en Unidades B, las cuales vinculan cinco acciones Serie B y Unidades BD, las cuales están formadas

por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Véase “Punto 9. La Oferta y Listado—Descripción de Valores”.

En mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA completó la adquisición de REMIL en Brasil por \$364.1 millones de dólares neto de efectivo, asumiendo pasivos por \$196.9 millones de dólares. En relación con la adquisición, Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles con vida indefinida por \$224.7 millones de dólares.

El 11 de enero de 2010, FEMSA anunció que su Consejo de Administración aprobó unánimemente un acuerdo definitivo bajo el cual FEMSA intercambiaría sus operaciones de FEMSA Cerveza por una participación económica del 20% en Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo. Los principales términos de los documentos de la transacción Heineken se encuentran resumidos más adelante. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales”.

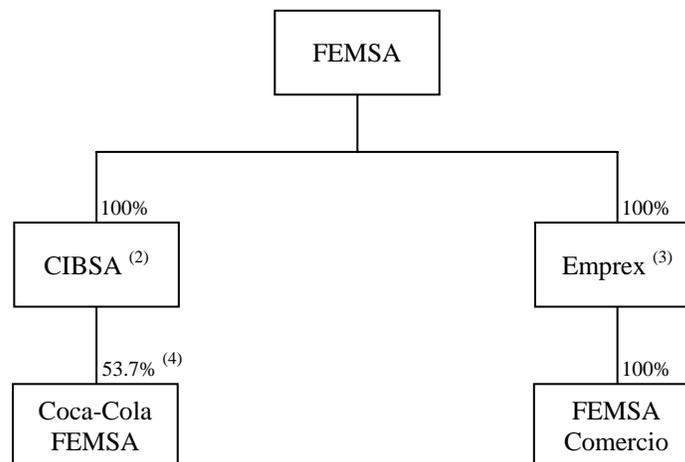
El 10 de marzo de 2010, FEMSA anunció que sus subsidiarias firmaron un acuerdo con las subsidiarias de The Coca-Cola Company para modificar el convenio de accionistas de Coca-Cola FEMSA. El objetivo principal de este acuerdo es establecer que el nombramiento y compensación del director general y los ejecutivos que le reportan, así como las decisiones relacionadas con la operación ordinaria de Coca-Cola FEMSA requieren solo del voto afirmativo de la mayoría simple del consejo de administración. Las decisiones que por su naturaleza son extraordinarias (como lo serían la adquisición de empresas o combinaciones por un monto superior a los US\$100 millones, entre otras) continuarán requiriendo del voto de la mayoría de los consejeros, incluyendo el voto afirmativo de dos de los consejeros nombrados por The Coca-Cola Company. Esta enmienda fue aprobada el 14 de abril de 2010 en la asamblea extraordinaria de accionistas de Coca-Cola FEMSA y se encuentra reflejada en sus estatutos. Esta enmienda fue firmada sin transferencia de contraprestación alguna. El porcentaje de voto de participación en nuestra subsidiaria, Coca-Cola FEMSA, sigue siendo la misma después de la firma de este acuerdo.

El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken. Los principales términos de los documentos de la transacción Heineken se encuentran resumidos más adelante. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales”.

Estructura Corporativa

Nuestras actividades comerciales se realizan a través de nuestras Principales Sociedades Subtenedoras, como se muestra en el siguiente diagrama y tabla.

**Principales Compañías Subtenedoras⁽¹⁾—Estructura Corporativa
Al 30 de abril de 2010**



⁽¹⁾ El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken.

⁽²⁾ Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V., a la cual nos referimos como CIBSA.

⁽³⁾ Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V.

⁽⁴⁾ Porcentaje del capital social, que equivale al 63.0% de las acciones con derecho a voto.

La siguiente tabla es una perspectiva general de nuestras operaciones por segmento reportado y por región geográfica conforme a las Normas de Información Financiera:

Resumen de Operaciones por Segmento

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2009
y % de crecimiento vs año anterior⁽¹⁾:

	Coca-Cola FEMSA		FEMSA Cerveza		FEMSA Comercio	
	(expresados en millones de pesos, excepto los empleados)					
Ingresos totales.....	Ps.102,767	23.9%	Ps. 46,336	9.3%	Ps. 53,549	13.6%
Utilidad de operación	15,835	15.6	5,894	9.3	4,45	44.8
Activos totales	110,661	13.0	72,029	6.2	19,693	14.6
Empleados	67,426	3.7	24,741 ⁽²⁾	(4.9)	23,473	7.7

Resumen de Ingresos Totales por Segmento⁽¹⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
	(expresados en millones de pesos)		
Coca-Cola FEMSA	102,767	Ps. 82,976	Ps. 69,251
FEMSA Cerveza	46,336	42,385	39,566
FEMSA Comercio	53,549	47,146	42,103
Otros	12,302	9,401	8,124
Ingresos totales consolidados..	197,033	Ps. 168,022	Ps. 147,556

Resumen de Ingresos Totales por Región Geográfica⁽³⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
	(expresados en millones de pesos)		
México⁽⁴⁾	Ps. 126,872	Ps. 114,640	Ps. 106,136
Latincentro⁽⁵⁾	16,211	12,853	11,901
Venezuela	22,448	15,217	9,792
Mercosur⁽⁶⁾	32,362	25,755	20,127
Ingresos totales consolidados..	197,033	Ps. 168,022	Ps. 147,556

⁽¹⁾ La suma de los datos financieros de cada uno de nuestros segmentos y los porcentajes respectivos difieren de nuestra información financiera consolidada debido a transacciones realizadas entre compañías, las que se eliminan en la consolidación, y ciertos activos y actividades de FEMSA, incluyendo áreas corporativas.

⁽²⁾ Incluye empleados de distribuidores terceros.

⁽³⁾ La suma de los datos financieros para cada región geográfica difiere de la información financiera consolidada de la Compañía, debido a las transacciones entre compañías, que se eliminan en la consolidación.

⁽⁴⁾ Incluye ventas de exportación

⁽⁵⁾ Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Colombia.

⁽⁶⁾ Incluye Brasil y Argentina.

Principales Subsidiarias

La siguiente tabla presenta nuestras subsidiarias significativas al 30 de abril de 2010:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	México	53.7%
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.	México	53.7%
Coca-Cola FEMSA de Venezuela, S.A. (antes Panamco Venezuela, S.A. de C.V.)	Venezuela	53.7%
Spal Industria Brasileira de Bebidas, S.A.	Brasil	52.5%
FEMSA Comercio	México	100.0%

⁽¹⁾ Porcentaje del capital social. FEMSA posee el 63.0% del capital social con derecho a voto.

Estrategia de Negocios

Somos una compañía enfocada en el consumidor que busca combinar una ejecución de clase mundial con marcas líderes. Nuestro negocio de refrescos, Coca-Cola FEMSA, es el embotellador más grande en Latinoamérica y el segundo a nivel mundial de productos *Coca-Cola*, medido en términos de volúmenes de venta en el 2009. Nuestra cadena de tiendas de conveniencia OXXO, es la más grande de México con un total de 7,492 tiendas al 31 de marzo de 2010, siendo un importante impulsor de crecimiento independiente para FEMSA.

Reconocemos la importancia de acercarnos a nuestros consumidores finales, interpretando sus necesidades y siendo capaces de ofrecerles el producto adecuado para la ocasión adecuada con una óptima propuesta de valor. Para lograr lo anterior, nos esforzamos en el desarrollo del valor de marca, expandiendo nuestra gran capacidad de distribución, y mejorando continua de la eficiencia de nuestras operaciones, siendo nuestro propósito el alcanzar nuestro máximo potencial. Seguimos mejorando nuestros sistemas de recolección y procesamiento de información, con el objeto de conocer mejor y entender los deseos y las necesidades de nuestros consumidores, y estamos mejorando nuestra capacidad de ejecución en la producción y distribución al aprovechar más eficientemente nuestra base de activos.

Consideramos que las capacidades que hemos desarrollado en nuestros negocios pueden ser replicadas en otros territorios geográficos. Este principio ha sido fundamental para conducir nuestros esfuerzos de consolidación que culminaron con el acuerdo de compra de Panamco por parte de Coca-Cola FEMSA el 6 de mayo de 2003. La plataforma continental que surge de esta combinación—cubriendo una vasta expansión territorial en México y Centroamérica, incluyendo algunas de las áreas metropolitanas más pobladas de Latinoamérica—ha brindado oportunidades para continuar creando valor mediante una mejor capacidad de ejecución y el uso de las mejores herramientas de promoción. En la medida que incrementamos nuestra capacidad para operar y tener éxito en otras regiones geográficas mediante una mejor comprensión de las tendencias y necesidades del consumidor local, podremos utilizar estas capacidades para impulsar la expansión de OXXO a nivel internacional.

Nuestros objetivos finales son alcanzar crecimiento sostenible de los ingresos, mejorar la rentabilidad del negocio e incrementar el rendimiento sobre el capital invertido en cada una de nuestras unidades de negocio. Creemos que el logro de estos objetivos continuará creando valor sostenible para nuestros accionistas.

Coca-Cola FEMSA

Resumen

Coca-Cola FEMSA es el embotellador más grande de bebidas marca *Coca-Cola* en Latinoamérica y el segundo más grande a nivel mundial, en función al volumen de ventas en 2009. Coca-Cola FEMSA opera en los siguientes territorios:

- México – una parte substancial del centro de México (incluyendo la Ciudad de México y los estados de Michoacán y Guanajuato) y el sureste de México (incluyendo la región del Golfo).
- Centroamérica – Guatemala (la Ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país) y Panamá (todo el país).

- Colombia – la mayor parte del país.
- Venezuela – todo el país.
- Argentina – Buenos Aires y sus alrededores.
- Brasil – el área de São Paulo, Campinas, Santos, el estado de Mato Grosso do Sul, el estado de Minas Gerais y parte del estado de Goiás.

Coca-Cola FEMSA fue constituida el 30 de octubre de 1991 como una sociedad anónima de capital variable de acuerdo a las leyes de México con una vigencia de 99 años. El 5 de diciembre de 2006, de conformidad con las modificaciones a la Ley del Mercado de Valores Mexicana, Coca-Cola FEMSA fue convertida en una sociedad anónima bursátil de capital variable. Las oficinas principales de Coca-Cola FEMSA están ubicadas en Guillermo González Camarena N° 600, Col. Centro de Ciudad Santa Fé, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F., 01210, México. Su número telefónico en este domicilio es (55) 5081-5100 y su página de Internet es www.coca-colafemsa.com.

La siguiente tabla muestra información acerca de las operaciones de Coca-Cola FEMSA por segmento para el 2009:

Operaciones por Segmento
Por el año terminado el 31 de diciembre de 2009⁽¹⁾

	Ingresos Totales	Porcentaje de los Ingresos Totales	Utilidad de Operación	Porcentaje de la Utilidad de Operación
México	36,785	36%	6,849	43%
Latincentro ⁽²⁾	15,993	15%	2,937	19%
Venezuela.....	22,430	22%	1,815	11%
Mercosur ⁽³⁾	27,559	27%	4,234	27%
Consolidado	102,767	100%	15,835	100%

⁽¹⁾ Expresados en millones de pesos mexicanos, exceptuando los montos de porcentajes.

⁽²⁾ Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Colombia.

⁽³⁾ Incluye Brasil y Argentina.

Historia Corporativa

En 1979, una de nuestras subsidiarias, adquirió algunas embotelladoras de refrescos que actualmente forman parte de Coca-Cola FEMSA. En ese momento, las embotelladoras adquiridas tenían 13 centros de distribución que operaban 701 rutas de distribución y su capacidad de producción era de 83 millones de cajas físicas. En 1991, transferimos las acciones de embotelladoras a FEMSA Refrescos, S.A. de C.V., la compañía predecesora a Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V.

En junio de 1993 una subsidiaria de The Coca-Cola Company suscribió 30% del capital social de Coca-Cola FEMSA representado en Acciones Serie D, por \$195 millones. En septiembre de 1993, FEMSA vendió Acciones Serie L al público las cuales representaron el 19% del capital social de Coca-Cola FEMSA, y Coca-Cola FEMSA listó dichas acciones en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en el mercado de valores de Nueva York (“*New York Stock Exchange*”). En una serie de transacciones entre 1994 y 1997, Coca-Cola FEMSA adquirió territorios en Argentina y territorios adicionales en el sur de México.

En mayo de 2003, Coca-Cola FEMSA adquirió Panamco y empezó a producir y distribuir productos de la marca *Coca-Cola* en territorios adicionales en el centro de México y la región del Golfo de México, y en Centroamérica (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y Panamá), Colombia, Venezuela y Brasil, además de agua embotellada, cerveza y otras bebidas en algunos de estos territorios. Como resultado de la adquisición, The Coca-Cola Company incrementó su participación en el capital social de Coca-Cola FEMSA, pasando de 30% a 39.6%.

Durante agosto de 2004, Coca-Cola FEMSA llevó a cabo una oferta de derechos para permitirle a los tenedores existentes de Acciones Serie L y ADS adquirir nuevas acciones emitidas de la Serie L, en la forma de Acciones Serie L y ADSs, respectivamente, al mismo precio por acción al cual nosotros mismos y The Coca-Cola Company suscribimos respecto a la adquisición de Panamco. El 8 de marzo de 2006, los accionistas de Coca-Cola FEMSA aprobaron la no cancelación de 98,684,857 Acciones Serie L (equivalentes a aproximadamente 9.87 millones de ADSs, o más de una tercera parte de las Acciones Serie L en circulación) que no fueron suscritas en la oferta de derechos, las cuales están disponibles para ser emitidas a un precio de emisión no menor a \$2.216 dólares por acción o su equivalente en moneda mexicana.

El 3 de noviembre de 2006, a través de una subsidiaria adquirimos 148,000,000 Acciones Serie D de Coca-Cola FEMSA, de ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, lo cual representa el 9.4% de las acciones con derecho a voto en circulación y el 8.0% del capital total en circulación, a un precio por acción de \$2.888 dólares, arrojando un monto total de \$427.4 millones de dólares. Con esta adquisición, nuestra participación en el capital de Coca-Cola FEMSA se incrementó a 53.7%. En virtud de los estatutos de la sociedad de Coca-Cola FEMSA, las acciones adquiridas fueron convertidas de la Serie D a la Serie A.

El 8 de noviembre de 2007, una compañía propiedad directa o indirectamente Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, adquirió el 100% de las acciones representativas del capital social de la empresa Jugos del Valle. Véase “Información de la Compañía—Antecedentes”.

En diciembre de 2008, Jugos del Valle vendió sus operaciones en Brasil, Holdinbrás, Ltd a una subsidiaria de The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y otros embotelladores de la marca registrada de Coca-Cola en Brasil. Estas operaciones se integraron al negocio de Sucos Mais, una alianza estratégica con The Coca-Cola Company en Brasil en la cual Coca-Cola FEMSA tiene una participación del 32.47%.

El 30 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA celebró una transacción con The Coca-Cola Company para adquirir la totalidad de su territorio localizado en el Estado de Minas Gerais (REMIL) en Brasil, Durante el segundo trimestre de 2008, Coca-Cola FEMSA cerró esta transacción por \$364.1 millones de dólares. A partir del 1º de junio de 2008, Coca-Cola FEMSA consolida los resultados de REMIL en sus estados financieros.

En diciembre de 2007 y mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA vendió la mayoría de sus marcas propias a The Coca-Cola Company por un monto total de \$64 millones de dólares. Ambas transacciones se condujeron en condiciones de mercado. Estas marcas ahora están siendo licenciadas a Coca-Cola FEMSA por The Coca-Cola Company de conformidad con los contratos de embotellador vigentes.

En julio del 2008 Coca-Cola FEMSA adquirió el negocio de agua embotellada de garrafón Agua de los Angeles S.A. de C.V. (*Agua De Los Angeles*) en el Valle de México de Grupo Embotellador CIMS, S.A. de C.V., un embotellador del sistema Coca-Cola en México por \$18.3 millones de dólares. Las marcas siguen siendo propiedad de The Coca-Cola Company. Subsequentemente, Coca-Cola FEMSA se fusionó con Agua de los Ángeles en su negocio de agua de garrafón bajo la marca *Ciel*.

En febrero de 2009 Coca-Cola FEMSA completó la transacción con Bavaria, una subsidiaria de SABMiller, para adquirir de manera conjunta con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada Brisa (incluyendo la marca *Brisa*). El precio de compra de \$92 millones de dólares se compartió por igual entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company. Tras un período de transición, en junio de 2009, Coca-Cola FEMSA comenzó a vender y distribuir el portafolio de productos *Brisa* en Colombia.

En mayo de 2009, Coca-Cola FEMSA llegó a un acuerdo para desarrollar junto con The Coca-Cola Company, los productos de marca registrada Crystal en Brasil.

Al 18 de junio de 2010, nosotros éramos indirectamente propietarios de las Acciones Serie A, equivalentes al 53.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA (63.0% del capital social con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA). Al 18 de junio de 2010, The Coca-Cola Company era dueña indirectamente de las Acciones Serie D, equivalente al 31.6% del capital social de Coca-Cola FEMSA (37.0% del capital social con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA). Las Acciones Serie L con derecho a voto limitado, las cuales cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en NYSE, representan el 14.7% restante del capital social de Coca-Cola FEMSA.

Estrategia de Negocios

Coca-Cola FEMSA es el embotellador más grande de bebidas marca *Coca-Cola* en Latinoamérica en términos del volumen total de ventas en el 2009, con operaciones en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Argentina y Brasil. Las oficinas corporativas de Coca-Cola FEMSA se encuentran en la Ciudad de México pero ha establecido oficinas divisionales en tres regiones tal y como se muestra a continuación:

- México con oficinas en la Ciudad de México;
- Latincentro (cubriendo Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia y Venezuela) con oficinas en San José, Costa Rica; y
- Mercosur (cubriendo los territorios de Argentina y Brasil) con oficinas en São Paulo, Brasil.

Coca-Cola FEMSA busca brindar a nuestros accionistas un atractivo rendimiento sobre su inversión incrementando nuestra rentabilidad. Los factores clave para alcanzar mayores ingresos y rentabilidad consisten en: 1) la implementación de estrategias de multisegmentación en nuestros mercados más grandes para atacar distintos grupos divididos por ocasión de consumo, intensidad competitiva y nivel socioeconómico; 2) la implementación de estrategias bien planeadas de producto, empaque y precios a través de los diversos canales de distribución; 3) impulsar la innovación de productos en nuestras distintas categorías; y 4) alcanzar mejoras operativas a lo largo de las operaciones de Coca-Cola FEMSA. Para lograrlo, Coca-Cola FEMSA continúa enfocando sus esfuerzos en las siguientes iniciativas:

- trabajando con The Coca-Cola Company para desarrollar un modelo de negocios para continuar explorando y participando en nuevas líneas de bebidas, ampliando las líneas de productos actuales, y comercializando eficazmente sus productos;
- desarrollando y expandiendo su portafolio de bebidas no carbonatadas de forma orgánica a través de estrategias de adquisición en conjunto con The Coca-Cola Company;
- expandiendo su estrategia de agua embotellada en conjunto con The Coca-Cola Company, a través de innovación y adquisiciones selectivas para maximizar su rendimiento a través del mercado en sus territorios;
- fortaleciendo sus capacidades de venta e implementando estrategias de go-to-market, incluyendo su sistema de pre-venta, venta convencional y rutas híbridas para acercarse a sus clientes y ayudarlos a satisfacer las necesidades de bebidas de los consumidores;
- implementando estrategias de empaque diseñadas para aumentar la demanda del consumidor por sus productos y construyendo una sólida base retornable para la marca *Coca-Cola* de manera selectiva;
- replicando sus mejores prácticas a través de toda la cadena de valor;
- racionalizando y adaptando su estructura organizacional y de activos para colocarse en una mejor posición y así responder ante un entorno competitivo en constante cambio;
- comprometiéndose a construir un equipo multicultural de colaboración en todos los niveles; y
- ampliando su territorio geográfico a través del crecimiento orgánico y adquisiciones estratégicas.

Coca-Cola FEMSA busca aumentar el consumo per cápita de sus productos en los territorios en los que opera. Para tal fin, sus equipos de mercadotecnia constantemente desarrollan estrategias de venta adaptadas a las diferentes características de sus diversos territorios y canales de distribución. Coca-Cola FEMSA continúa desarrollando su cartera de productos para satisfacer mejor la demanda del mercado y mantener su rentabilidad en general. Para estimular y responder la demanda del consumidor, continúa introduciendo nuevos productos y nuevas presentaciones. Véase “—Mezcla de Producto y Empaque”. También busca aumentar la colocación de refrigeradores, incluyendo anuncios promocionales en tiendas al menudeo para exhibir y promover sus productos. Además y debido a que Coca-Cola FEMSA considera su relación con The Coca-Cola Company como parte integral de su negocio, utiliza sistemas y estrategias de información de mercado desarrolladas con The Coca-Cola Company para mejorar sus negocios y estrategias de comercialización. Véase “—Mercadotecnia—Mercadotecnia en canales”.

Coca-Cola FEMSA en cada una de sus instalaciones, busca aumentar la productividad por medio de infraestructura y reingeniería de procesos para la mejor utilización de los activos. Su programa de inversiones en activos fijos incluye inversiones en instalaciones de producción y distribución, botellas, cajas, refrigeradores y sistemas de información. Coca-Cola FEMSA cree que este programa le permitirá mantener su capacidad y flexibilidad para innovar y responder a la demanda del consumidor de bebidas no alcohólicas.

Finalmente, Coca-Cola FEMSA se enfoca en la administración de la calidad como elemento fundamental para su estrategia de crecimiento y se mantienen comprometidos con el impulso al desarrollo de la gestión de calidad a todos los niveles. Tanto nuestra Compañía como The Coca-Cola Company compartimos con Coca-Cola FEMSA experiencia gerencial. Para mejorar estas habilidades, Coca-Cola FEMSA ofrece programas de capacitación gerencial, diseñados para fortalecer las habilidades de sus ejecutivos a través de foros en donde se pueden intercambiar experiencias, conocimiento y talento entre un creciente número de ejecutivos multinacionales de sus territorios tanto nuevos como ya existentes.

Territorios de Coca-Cola FEMSA

El siguiente mapa muestra los territorios de Coca-Cola FEMSA, indicando en cada caso la población a quien ofrecen sus productos, el número de detallistas de sus productos y el consumo per cápita de sus refrescos:



La información sobre el consumo per cápita por territorio se determina dividiendo el volumen de ventas por territorio (en botellas, garrafones, latas, polvos y contenedores *fountain*) entre el número aproximado de población dentro de dicho territorio y se expresa con base en el número de porciones de ocho onzas de consumo per cápita anualmente. Al evaluar el desarrollo de ventas locales y determinar el potencial del producto en los territorios de Coca-Cola FEMSA, The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA tomaron en consideración, entre otros factores, el consumo per cápita de refrescos.

Productos Coca-Cola FEMSA

Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye bebidas marca *Coca-Cola*, sus propias marcas y marcas licenciadas por FEMSA. Las bebidas marca *Coca-Cola* incluyen refrescos (colas y refrescos de sabores), agua embotellada y bebidas no carbonatadas (incluyendo bebidas de jugo, té listos para beber e isotónicos). En diciembre de 2007 y Mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA vendió la mayoría de sus marcas propias a The Coca-Cola Company. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y Coca-Cola Company”:

Colas:	México	Latinoamérica⁽¹⁾	Venezuela	Mercosur⁽²⁾
<i>Coca-Cola</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola light</i>	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola Zero</i>	✓	✓	✓	✓
Refrescos de Sabores:	México	Latinoamérica⁽¹⁾	Venezuela	Mercosur⁽²⁾
<i>Aquarius Fresh</i>				✓
<i>Chinotto</i>			✓	
<i>Crush</i>		✓		✓
<i>Fanta</i>	✓	✓		✓
<i>Fresca</i>	✓	✓		
<i>Frescolita</i>		✓	✓	
<i>Hit</i>			✓	
<i>Kuat</i>				✓
<i>Lift</i>	✓	✓		
<i>Mundet⁽³⁾</i>	✓			
<i>Quatro</i>		✓		✓
<i>Simba</i>				✓
<i>Sprite</i>	✓	✓		✓
Agua:	México	Latinoamérica⁽¹⁾	Venezuela	Mercosur⁽²⁾
<i>Alpina</i>		✓		
<i>Brisa</i>		✓		
<i>Ciel</i>	✓			
<i>Crystal</i>				✓
<i>Kin</i>				✓
<i>Manantial</i>		✓		
<i>Nevada</i>			✓	
<i>Santa Clara⁽⁴⁾</i>		✓		✓
Otras Categorías:	México	Latinoamérica⁽¹⁾	Venezuela	Mercosur⁽²⁾
<i>Aquarius</i>				✓
<i>Dasani⁽⁵⁾</i>		✓		✓
<i>Hi-C⁽⁶⁾</i>		✓		
<i>Jugos del Valle⁽⁶⁾</i>	✓	✓		✓
<i>Nestea</i>	✓	✓	✓	
<i>Powerade⁽⁷⁾</i>	✓	✓	✓	✓

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

(3) Marcas franquiciadas por FEMSA.

(4) Marcas propias.

(5) Agua saborizada. En Argentina también es agua sin gas.

(6) Bebida de jugo. Incluye ValleFrut en México y Fresh en Colombia.

(7) Isotónico.

Resumen de Ventas

Coca-Cola FEMSA mide el volumen de ventas total en cajas unidad. Una caja unidad se refiere a 192 onzas de producto terminado (24 porciones de 8 onzas) y, cuando se aplica a fuentes de soda, se refiere al volumen de jarabe, polvos y concentrado que se necesita para producir 192 onzas de bebida como producto terminado. La siguiente tabla muestra volúmenes de venta históricos de Coca-Cola FEMSA para cada uno de sus territorios.

	Volumen de Ventas		
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
	(millones de cajas unidad)		
México	1,227.2	1,149.0	1,110.4
Latincentro			
Centroamérica ⁽¹⁾	135.8	132.6	128.1
Colombia ⁽²⁾	232.2	197.9	197.8
Venezuela.....	225.2	206.7	209.0
Mercosur			
Argentina	184.1	186.0	179.4
Brasil ⁽³⁾	424.1	370.6	296.1
Volumen Total.....	<u>2,428.6</u>	<u>2,242.8</u>	<u>2,120.8</u>

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

⁽²⁾ Al 1 de junio de 2009, incluye ventas de el negocio de agua embotellada *Brisa*.

⁽³⁾ Excluye volumen de ventas de cerveza e incluye el volumen de ventas de REMIL a partir de 1 de Junio de 2008.

Mezcla de Producto y Empaque

De las más de 100 marcas de bebidas y líneas de extensión vendidas y distribuidas por Coca-Cola FEMSA la más importante, es *Coca-Cola* junto con sus extensiones de línea, *Coca-Cola Light*, *Coca-Cola Zero* y *Coca-Cola Light caffeine free*, representaron el 61.4% del total del volumen de ventas en el 2009. Las siguientes marcas más grandes en orden consecutivo de Coca-Cola FEMSA son, *Ciel* (marca de agua en México), *Fanta* (y sus extensiones de línea), *Sprite* (y sus extensiones de línea), *ValleFrut* y *Hit* representando 10.5%, 5.8%, 2.6%, 1.5% y 1.3%, respectivamente, del volumen total de ventas en el 2009. Coca-Cola FEMSA utiliza el término extensiones para referirse a los diferentes sabores que ofrecen sus marcas. Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye bebidas marca *Coca-Cola* en cada uno de sus territorios en contenedores autorizados por The Coca-Cola Company, que consisten en una variedad de presentaciones retornables y no-retornables en botellas de vidrio, latas y botellas de plástico fabricadas con tereftalato de polietileno, al cual se refiere como PET.

Coca-Cola FEMSA utiliza el término “presentación” para hacer referencia a la unidad de empaque en el cual vende sus productos. El tamaño de las presentaciones de las bebidas de la marca *Coca-Cola* van desde 6.5 onzas tamaño individual a tamaño familiar de 3 litros. Para todos los productos con excepción del agua embotellada, Coca-Cola FEMSA considera como tamaños familiares a aquellos que son mayores o iguales a 1.0 litro. En general, las presentaciones individuales tienen un precio mayor por caja unidad, comparado con los tamaños familiares. Coca-Cola FEMSA ofrece presentaciones retornables y no-retornables que le permiten ofrecer diferentes combinaciones de conveniencia y precio para implantar estrategias de administración de ingresos y dirigirse a canales de distribución y segmentos de población específicos en sus territorios. Además, vende algunos jarabes de bebida marca *Coca-Cola* en contenedores designados para uso de fuente de sodas a los que nos referimos como contenedores *fountain*. Coca-Cola FEMSA también vende productos de agua embotellada en garrafón, que se refiere a presentaciones en tamaños iguales o mayores a 5 litros y cuyo precio por caja unidad es menor que el de sus otros productos.

Las características de los territorios de Coca-Cola FEMSA son muy diversas. La región central de México y los territorios de Coca-Cola FEMSA en Argentina tienen una alta densidad de población y tienen competencia de un gran número de marcas de refrescos, comparado con el resto de nuestros territorios. Brasil tiene una alta densidad de población pero tiene menor consumo per cápita de refrescos comparado con México. Algunas partes del sur de México, Centroamérica y Colombia son áreas grandes y montañosas con baja densidad de población, bajo ingreso per cápita y bajo consumo per cápita de refrescos. En Venezuela, Coca-Cola FEMSA enfrenta interrupciones ocasionales en sus operaciones, incluyendo las interrupciones en el suministro energético. En 2009, aun cuando aumentó su volumen de refrescos, el consumo per cápita de productos Coca-Cola FEMSA permaneció estable debido a dichas interrupciones operativas de corto plazo.

A continuación analizamos mezcla de producto y empaque por segmento de Coca-Cola FEMSA. La información sobre el volumen que se presenta corresponde a los años 2009 2008 y 2007.

México

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA consiste en bebidas marca *Coca-Cola* y desde el 2001 ha incluido las bebidas de la marca *Mundet* licenciadas para FEMSA en algunos de sus territorios en México. En 2007, como parte de sus esfuerzos de revitalizar la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una extensión de línea de la marca *Coca-Cola*. El consumo per cápita de refrescos de Coca-Cola FEMSA en sus territorios mexicanos durante el 2009 fue de 436 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas histórico y la mezcla en México.

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	1,227.2	1,149.0	1,110.4
% Crecimiento	6.8%	3.5%	3.7%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	73.4%	75.4%	78.3%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	21.5%	21.6%	20.7
Bebidas no carbonatadas.....	5.1%	3.0%	1.0
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de agua embotellada.

Las presentaciones de refresco más populares de Coca-Cola FEMSA, fueron la botella de plástico retornable de 2.5 litros, la botella de plástico no retornable de 0.6 litros (la botella de plástico de 20oz también popular en los Estados Unidos) y la botella de plástico no retornable de 2.5 litros que en conjunto representaron 56.7% del volumen total de ventas de refrescos en México en el 2009. En 2009, las presentaciones familiares representaron 66.9% del volumen total de ventas de refrescos en México, creciendo 7.7% en comparación con 2008. La estrategia comercial de Coca-Cola FEMSA pretende promover el consumo en presentaciones personales y mantener los volúmenes de ventas de las presentaciones familiares. En 2009, el volumen de refresco de Coca-Cola FEMSA tuvo un decremento como porcentaje del volumen total de ventas de 75% en 2008 a 73.4% en 2009, debido principalmente a la introducción de la línea de productos de Jugos del Valle.

El volumen total de ventas alcanzó 1,227.2 millones de cajas unidad en el 2009, un incremento de 6.8% comparado con 1,149.0 millones de cajas unidad en el 2008. La categoría de bebidas no carbonatadas representó aproximadamente 37% del incremento en el volumen total durante el año. El incremento del volumen de bebidas no carbonatadas fue impulsado principalmente por la introducción de la línea de productos de Jugos del Valle, especialmente *Valle-Frut*.

Latincentro (Colombia y Centroamérica)

Las ventas de los productos de Coca-Cola FEMSA en Latincentro consisten principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2009, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Colombia y Centroamérica fue de 92 y 146 porciones de ocho onzas, respectivamente.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica en Latincentro:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	368.0	330.5	325.9
% Crecimiento	11.3%	1.4%	4.7%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	79.3%	87.9%	88.5%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	13.0%	7.7%	8.3%
Bebidas no carbonatadas	7.7%	4.4%	3.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de agua embotellada.

En 2009, las presentaciones tamaño familiar como porcentaje del volumen total de ventas de refrescos representaron el 56.7% en Centroamérica y 58.3% en Colombia. En 2008, como parte de sus esfuerzos para revitalizar la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una extensión de línea de la marca *Coca-Cola* en Colombia. La adquisición de Brisa en 2009 ayudó a Coca-Cola FEMSA a convertirse en un líder basado en volumen de ventas en el mercado de agua en Colombia..

El volumen total de ventas alcanzó 368.0 millones de cajas unidad en el 2009, un incremento de 11.3% comparado con 330.5 millones en el 2008. El volumen de ventas de agua, incluyendo agua embotellada, representó aproximadamente el 60% en el volumen total del año, impulsado principalmente por el negocio de agua embotellada *Brisa* en Colombia. Las bebidas no carbonatadas representaron la mayoría del balance, impulsado principalmente por la introducción de la línea de productos de Jugos del Valle. Véase “Información de la Compañía-Antecedentes”.

Venezuela

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Venezuela consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2009, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Venezuela fue de 174 porciones de ocho onzas.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica en Venezuela:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	225.2	206.7	209.0
% Crecimiento	9.0%	(1.1)%	14.5%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	91.7%	91.3%	90.4%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	5.7%	5.8%	5.7
Bebidas no carbonatadas	2.6%	2.9%	3.9
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de agua embotellada.

Durante el 2009, Coca-Cola FEMSA continuó enfrentando dificultades operativas recurrentes que no les permitieron producir y distribuir cantidades de producto suficientes para satisfacer la demanda del mercado. Coca-Cola FEMSA implementó una estrategia de racionalización en su portafolio de productos para minimizar el impacto de estas dificultades

que dieron como resultado un incremento en ventas en 2009 en comparación con el 2008. El volumen de ventas en refrescos de Coca-Cola FEMSA creció 9.4% impulsado principalmente por los refrescos de sabor..

En 2009, las presentaciones familiares representaron el 77.2% del volumen total de ventas de refrescos en Venezuela. El volumen total de ventas fue de 225.2 millones de cajas unidad en el 2009, un incremento de 9.0% comparado con 206.7 millones en 2008.

Mercosur (Brasil y Argentina)

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Mercosur consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola* y las marcas de cerveza de *Kaiser*, las cuales Coca-Cola FEMSA vende y distribuye en nombre de FEMSA Cerveza. En 2009, el consumo per cápita de bebidas carbonatadas en Brasil y Argentina fue de 214 y 359 porciones de ocho onzas, respectivamente.

La siguiente tabla muestra el volumen de ventas y la mezcla histórica en Mercosur sin incluir cerveza:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	608.2	556.6	475.5
% Crecimiento	9.3%	17.1%	9.6%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	92.0%	93.3%	93.5%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	4.1	4.2	4.5
Bebidas no carbonatadas	3.9	2.5	2.0
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de agua embotellada.

A partir de junio de 2008 Coca-Cola FEMSA integró la franquicia de embotellamiento de REMIL en el Estado de Minas Gerais a la operación existente de Brasil. REMIL contribuyó con 44.2 millones de cajas unidad de bebidas al volumen de ventas de Coca-Cola FEMSA durante los cinco primeros meses de 2009. La categoría de refrescos representó aproximadamente el 95% de este volumen. En 2008, como parte de su esfuerzo por impulsar otras categorías en Argentina, Coca-Cola FEMSA lanzó Aquarius, agua saborizada.

El volumen total de ventas fue de 608.2 millones de cajas unidad en 2009, un incremento de 9.3% comparado con 556.6 millones en 2008. Excluyendo la aportación de REMIL, el volumen total de ventas creció 1.3%. El crecimiento en otras categorías impulsado por las ventas de Aquarius en Argentina aportó la mayor parte del crecimiento durante el año. En 2009, los empaques retornables representaron el 28.5% del volumen total de ventas en Argentina y 12.4% en Brasil. En 2009, las presentaciones familiares representaron el 70.8% y 85.5% del volumen total de ventas de refrescos en Brasil y Argentina, respectivamente.

Coca-Cola FEMSA compra principalmente sus envases de vidrio a SIVESA, una subsidiaria totalmente propiedad de FEMSA Cerveza. Los montos totales de compras a SIVESA fueron Ps. 355.1 millones, Ps. 408.5 millones y Ps. 331.9 en 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

Coca-Cola FEMSA vende y distribuye las marcas de cerveza de *Kaiser* en sus territorios en Brasil. En enero del 2006, FEMSA Cerveza adquirió una participación mayoritaria en Cervejarias Kaiser. Desde entonces, Coca-Cola FEMSA ha distribuido el portafolio de cervezas de Kaiser en los territorios de Coca-Cola FEMSA en Brasil, de forma consistente con los acuerdos establecidos entre Coca-Cola FEMSA y Cervejarias Kaiser, previo al 2004. A partir de inicios del segundo trimestre de 2005, Coca-Cola FEMSA no consolida la cerveza que distribuye en Brasil en su volumen de ventas reportado. El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción por la cual FEMSA aceptó el intercambio del 100% de sus operaciones de cerveza por una participación del 20% del Grupo Heineken. Coca-Cola FEMSA ha acordado con Cervejarias Kaiser el continuar distribuyendo y vendiendo el portafolio de Kaiser en los territorios brasileños de Coca-Cola FEMSA por un lapso de 20 años, en conformidad con el acuerdo firmado en 2006.

Adquisición reciente

En febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA adquirió en conjunto con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada *Brisa* en Colombia, antes propiedad de Bavaria, una subsidiaria de SABMiller. Coca-Cola FEMSA adquirió los activos de producción y los derechos de distribución en este territorio y The Coca-Cola Company la marca *Brisa*. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company participaron en partes iguales en el pago de precio de compra de \$92 millones de dólares. Posterior al periodo de transición, en junio de 2009, Coca-Cola FEMSA empezó a vender y distribuir el portafolio de *Brisa* en Colombia.

Estacionalidad

La venta de los productos de Coca-Cola FEMSA está relacionada con las estaciones del año ya que nuestros niveles de venta generalmente aumentan durante los meses de verano en cada país y durante la temporada de vacaciones navideñas. En México, Centroamérica, Colombia y Venezuela generalmente Coca-Cola FEMSA alcanza los niveles más altos de venta durante los meses de verano entre abril y septiembre así como durante las vacaciones de la temporada de navidad en diciembre. En Argentina y Brasil, sus mayores niveles de ventas tienen lugar durante los meses de verano de octubre a marzo y las vacaciones de la temporada de navidad en diciembre.

Mercadotecnia

Coca-Cola FEMSA, en conjunto con The Coca-Cola Company ha desarrollado una estrategia de mercadotecnia para promover la venta y el consumo de sus productos. Coca-Cola FEMSA se basa en gran medida en la publicidad, promociones de venta y programas de apoyo al detallista enfocados en las preferencias particulares de sus consumidores de refrescos. Los gastos totales de mercadotecnia en el 2009 de Coca-Cola FEMSA, neto de las contribuciones de The Coca-Cola Company, fueron de Ps. 3,278 millones. En 2009, The Coca-Cola Company contribuyó con un adicional de Ps. 1,945 millones, incluyendo la contribución para enfriadores, botellas y envases. A través del uso de tecnología de información avanzada, Coca-Cola FEMSA ha recopilado información sobre el consumidor que le permite ajustar sus estrategias de mercadotecnia para llegar a los diversos tipos de clientes en cada uno de sus territorios y para satisfacer necesidades específicas de los diversos mercados en los que participa.

Programas de apoyo a detallistas

Los programas de atención incluyen el ofrecer materiales de exhibición en punto de venta, promociones de ventas al consumidor como concursos, promociones y muestras de producto gratis.

Refrigeradores

La distribución de refrigeradores comerciales entre los detallistas es importante para aumentar la visibilidad y el consumo de los productos de Coca-Cola FEMSA y para asegurar que se vendan a la temperatura adecuada.

Publicidad

Coca-Cola FEMSA utiliza la mayoría de los principales medios de comunicación como medio de publicidad. Dirige sus esfuerzos publicitarios al aumento del reconocimiento de la marca por parte de los consumidores y mejorar su relación con los clientes. Las afiliadas locales de The Coca-Cola Company diseñan y proponen las campañas publicitarias nacionales con la colaboración de Coca-Cola FEMSA a nivel local o regional.

Mercadotecnia en canales

Para ofrecer una mercadotecnia más dinámica y especializada de sus productos, Coca-Cola FEMSA tiene como estrategia clasificar sus mercados y desarrollar esfuerzos dirigidos a cada segmento de consumo o canal de distribución. Los canales principales son pequeños detallistas, consumo “*on-premise*” como es el caso de bares y restaurantes, supermercados y distribución de terceros. La presencia en estos canales implica un análisis integral y detallado de los patrones de compra y las preferencias de varios grupos de consumidores de bebidas carbonatadas en cada uno de los diferentes tipos de ubicación o canales de distribución. Como respuesta a este análisis, Coca-Cola FEMSA ajusta sus estrategias de producto, precio, empaque y distribución para satisfacer las necesidades particulares y explotar el potencial de cada uno de los canales.

Coca-Cola FEMSA considera que la implantación de su estrategia de mercadotecnia por canal también le permite responder a las iniciativas de la competencia con respuestas específicas por canal en lugar de responder con estrategias para el mercado en general. Los sistemas de información de administración de Coca-Cola FEMSA facilitan sus actividades de

mercadotecnia por canal. Coca-Cola FEMSA ha realizado una inversión considerable en la creación de estos sistemas, incluyendo computadoras portátiles que permiten la recopilación de información sobre el producto, el consumidor y la entrega para la mayoría de sus rutas de venta en sus territorios.

Multisegmentación

Coca-Cola FEMSA ha estado implementando una estrategia de multisegmentación en la mayoría de sus mercados. Esta estrategia consiste en la implementación de diferentes portafolios de producto/precio/empaque por grupos de mercado o clusters. Estos grupos de mercado son definidos en base a la ocasión de consumo, intensidad competitiva y nivel socioeconómico, y no únicamente por tipo de canal de distribución.

Distribución del Producto

La siguiente tabla muestra el número de los centros de distribución de Coca-Cola FEMSA y el número de detallistas a quienes les venden sus productos:

Resumen de Distribución de Productos Al 31 de diciembre de 2009

	<u>México</u>	<u>Latincentro⁽²⁾</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Mercosur⁽³⁾</u>
Centros de distribución	84	60	33	33
Detallistas (en miles) ⁽¹⁾	620,255	475,119	211,749	269,888

⁽¹⁾ Datos estimados.

⁽²⁾ Incluye Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Colombia.

⁽³⁾ Incluye Brasil y Argentina.

Coca-Cola FEMSA continuamente evalúa su modelo de distribución para adecuarlo con la dinámica local del mercado. Coca-Cola FEMSA constantemente analiza el rumbo que lleva en el mercado, reconociendo las diferentes necesidades de servicio de los clientes, con la finalidad de buscar un modelo más eficiente de distribución. Como parte de esta estrategia, Coca-Cola FEMSA ejecuta una variedad de nuevos modelos de distribución a través de sus territorios, buscando mejoras en su red de distribución.

Coca-Cola FEMSA utiliza principalmente dos métodos de ventas dependiendo de las condiciones geográficas del mercado: (1) el sistema de reparto tradicional o convencional, en el cual la persona a cargo de la entrega realiza ventas inmediatas del inventario disponible en el camión de reparto, y (2) el sistema de pre-venta, el cual separa las funciones de venta de la de entrega y permite al personal de venta vender los productos antes de la entrega y que los camiones se carguen con la mezcla de productos que los detallistas requieren y desean por lo que aumenta la eficiencia en la distribución. Coca-Cola FEMSA también utiliza en algunos de sus territorios un sistema de distribución híbrido, donde el camión guarda tanto producto disponible para la venta inmediata como producto previamente ordenado a través del sistema de pre-venta. Como parte del sistema de pre-venta, el personal de ventas también ofrece servicios de comercialización durante las visitas al detallista, lo que en opinión de Coca-Cola FEMSA fortalece la presentación de sus productos en el punto de venta. Coca-Cola FEMSA considera que las visitas de servicio a los detallistas y la frecuencia de las entregas son esenciales para una venta y distribución eficaz de sus productos. En ciertas áreas, también se realizan ventas de sus productos a través de mayoristas terceros. La mayor parte de las ventas de Coca-Cola FEMSA son en efectivo.

Los centros de distribución de Coca-Cola FEMSA van de grandes instalaciones de almacenamiento y centros de recarga a pequeños centros de depósito. Además de la flotilla de camiones, Coca-Cola FEMSA distribuye sus productos en ciertas localidades a través de una flotilla de camiones eléctricos y carretillas para cumplir con reglamentos locales tanto ambientales como de tráfico. En algunos de sus territorios, Coca-Cola FEMSA contrata a terceros para el transporte de su producto terminado de las plantas embotelladoras a los centros de distribución.

México

Coca-Cola FEMSA contrata a una de nuestras subsidiarias para la transportación del producto terminado de sus instalaciones de producción a sus centros de distribución. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas”. De los centros de distribución Coca-Cola FEMSA lleva entonces el producto terminado a los detallistas por medio de su propia flotilla de camiones.

En México Coca-Cola FEMSA vende la mayoría de sus bebidas a pequeños detallistas en donde los clientes se llevan las bebidas a casa o a otro lugar para luego consumirlas. Coca-Cola FEMSA también vende sus productos en el segmento de consumo “*on-premise*”, supermercados y otras localidades. “*On-premise*” consiste en ventas en puestos sobre las aceras, restaurantes, bares y varios tipos de máquinas dispensadoras así como ventas a través de programas “punto de venta” en salas de concierto, auditorios y teatros.

Brasil

En Brasil Coca-Cola FEMSA vendió aproximadamente el 23% del volumen total de ventas en 2009 a través de supermercados. También en Brasil, la entrega de sus productos terminados a detallistas es llevada a cabo a través de terceros. En zonas designadas en Brasil, los distribuidores terceros compran sus productos a descuento sobre el precio mayorista y los revenden a detallistas.

Territorios fuera de México y Brasil

Coca-Cola FEMSA distribuye sus productos terminados a los detallistas a través de una combinación de flota propia de camiones y distribuidores terceros. En la mayoría de sus territorios, una parte importante del volumen total de ventas de Coca-Cola FEMSA se vende a través de detallistas menores, con poca penetración de los supermercados .

Competencia

A pesar de que nosotros consideramos que los productos de Coca-Cola FEMSA gozan de un mayor reconocimiento y mayor lealtad del consumidor que sus principales competidores, los mercados en los territorios en los que opera son altamente competitivos. Los principales competidores de Coca-Cola FEMSA son embotelladores locales de Pepsi, marcas de bebidas de otros embotelladores y distribuidores de marcas de refrescos nacionales y regionales. Coca-Cola FEMSA se enfrenta al aumento de la competencia en muchos de sus territorios, de productores de bebidas de bajo precio a los que comúnmente nos referimos como “marcas B”. Un número de sus competidores en Centroamérica, Venezuela, Brasil y Argentina ofrecen refrescos, bebidas no carbonatadas, agua y cerveza, lo cual les permite alcanzar eficiencias en la distribución.

Recientemente, las estrategias de descuento de precios y de empaque, se han aunado a promociones de venta para el consumidor, servicio al cliente y los incentivos en especie al detallista, como los principales medios de competencia entre embotelladores. Coca-Cola FEMSA compite buscando ofrecer productos a un precio atractivo en los distintos segmentos en sus mercados y construyendo lealtad entre los consumidores con el valor de su marca. Coca-Cola FEMSA considera que la introducción de nuevos productos y nuevas presentaciones ha sido una técnica competitiva significativa que les permite aumentar la demanda por sus productos, ofrecer diferentes opciones a los consumidores y crear nuevas oportunidades de consumo. Véase “—Resumen de Ventas”.

México

Los principales competidores de Coca-Cola FEMSA en México son embotelladores de productos Pepsi, cuyos territorios coinciden pero no son tan extensos como los de Coca-Cola FEMSA. En la región central de México compite con una subsidiaria de PepsiCo, Pepsi Beverage Company, el mayor embotellador de Pepsi en el mundo; y en la región central y sureste de México con el embotellador Pepsi, Grupo Embotelladores Unidos, S.A.B. de C.V. Nuestro principal competidor en la categoría de jugos en México es Grupo Jumex, el productor más grande del país. En la categoría de agua, *Bonafont*, una marca de agua de Grupo Danone, es nuestro principal competidor. Del mismo modo, Coca-Cola FEMSA compite con Cadbury Schweppes en el segmento de refrescos y con otras marcas nacionales y regionales en sus territorios mexicanos, así como también con productores de bajo precio como *Big Cola* y Consorcio AGA, S.A. de C.V., que ofrecen presentaciones familiares de bebidas carbonatadas y no carbonatadas..

Latinoamérica (Colombia y Centroamérica)

El principal competidor de Coca-Cola FEMSA en Colombia es Postobón, un embotellador muy bien establecido que vende refrescos de sabores, muchos de los cuales cuentan con una amplia preferencia de consumo como el sabor de *manzana Postobón*, la cual es el segundo sabor más popular en la industria de los refrescos en términos del volumen total de ventas. Postobon también vende productos Pepsi. Postobón es un productor integrado de manera vertical, los propietarios manejan importantes intereses comerciales en Colombia. Coca-Cola FEMSA también enfrenta competencia de productores de bajo costo como los productores de *Big Cola*, que ofrece principalmente presentaciones familiares en la categoría de refrescos y bebidas no carbonatadas.

En los países que incluye la región de Centroamérica de Coca-Cola FEMSA, los principales competidores son embotelladores de Pepsi y *Big Cola*. En Guatemala y Nicaragua compite con una alianza estratégica entre AmBev y The Central American Bottler Corporation. En Costa Rica su principal competidor es Florida Bebidas, S.A., una subsidiaria de Florida Ice and Farm Co. S.A. En Panamá su competidor principal es Cervecería Nacional, S.A. Coca-Cola FEMSA también enfrenta la competencia por parte de productores de bajo precio que ofrecen presentaciones familiares en algunos países de Centroamérica.

Venezuela

En Venezuela el principal competidor de Coca-Cola FEMSA es Pepsi-Cola Venezuela, C.A., una alianza estratégica entre PepsiCo y Empresas Polar, S.A., el principal distribuidor de cerveza en el país. Coca-Cola FEMSA también compite con los productores de *Big Cola* en algunas partes del país.

Mercosur (Brasil y Argentina)

En Brasil Coca-Cola FEMSA compite contra AmBev, una empresa brasileña con un portafolio de marcas que incluye los productos de Pepsi, marcas locales que ofrecen sabores como guaraná y cervezas propias. Coca-Cola FEMSA también compite con “marcas B” o “Tubainas”, que son pequeños productores locales de refrescos de sabores de bajo precio en presentaciones de tamaño familiar que representan una porción importante del mercado de las bebidas carbonatadas.

En Argentina el principal competidor de Coca-Cola FEMSA es Buenos Aires Embotellador S.A.(BAESA), un embotellador de Pepsi que es propietario de la principal cervecería argentina, Quilmes Industrial, S.A., y controlada por AmBev. Además, Coca-Cola FEMSA compite con un número de competidores que ofrecen refrescos genéricos de bajo precio así como otros productos genéricos y marcas propias de supermercado.

Materias Primas

De acuerdo con los contratos de embotellador con The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA está obligada a adquirir el concentrado, y endulzantes artificiales en algunos de sus territorios, para todas las bebidas marca *Coca-Cola* de compañías designadas por The Coca-Cola Company. El precio del concentrado de todas las bebidas de marca *Coca-Cola* es un porcentaje del precio promedio que Coca-Cola FEMSA cobra a los compradores de sus productos en moneda local, neto de los impuestos aplicables. A pesar de que The Coca-Cola Company tiene el derecho de establecer el precio del concentrado de manera unilateral, en la práctica este porcentaje históricamente se ha fijado de acuerdo con negociaciones periódicas con The Coca-Cola Company.

En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente los precios de concentrado para refrescos durante un periodo de tres años comenzando en Brasil en 2006 y en México en 2007. Estos incrementos fueron aplicados en su totalidad en Brasil en 2008 y en México en 2009. Como parte del nuevo marco de cooperación que Coca-Cola FEMSA acordó con The Coca-Cola Company a finales del 2006, The Coca-Cola Company proveerá un parte relevante de fondos derivados del aumento de concentrado para impulsar el portafolio de refrescos y bebidas no carbonatadas de Coca-Cola FEMSA. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y Coca-Cola Company”.

Además del concentrado, Coca-Cola FEMSA compra edulcorantes, dióxido de carbono y otras materias primas, resina y preformas para producir botellas de plástico, botellas de plástico terminadas, latas, tapas y contenedores post-mix así como otros materiales de empaque. Los edulcorantes son combinados con agua para producir jarabe simple, el cual se agrega al concentrado como endulzante para los refrescos. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA establecen que, respecto a bebidas marca *Coca-Cola*, estos materiales deben adquirirse sólo de los fabricantes aprobados por The Coca-Cola Company, incluyendo las filiales de FEMSA. Los precios de los materiales de empaque y de la alta fructuosa de maíz han sido históricamente precios de mercado determinados con base al dólar, aunque el precio en moneda local equivalente en cada país está sujeto a la volatilidad del precio de acuerdo a los tipos de cambio de cada moneda. El costo de materia prima de empaque más significativo de Coca-Cola FEMSA, es resultado de la compra de resina, preformas para producir botellas de plástico y las botellas de plástico terminadas, los cuales obtienen de productores internacionales y locales. Los precios de estos materiales están relacionados con los precios del petróleo y el suministro mundial de resina. En años recientes, Coca-Cola FEMSA ha experimentado volatilidad en los precios que se pagan por estos materiales. A lo largo de los territorios de Coca-Cola FEMSA, el precio promedio en dólares de resina disminuyó significativamente durante el 2009.

Bajo los acuerdos de Coca-Cola FEMSA con The Coca-Cola Company, es posible utilizar azúcar cruda, refinada o jarabe de alta fructuosa de maíz como endulzantes en sus productos. Los precios del azúcar en todos sus territorios en donde Coca-Cola FEMSA opera, excepto Brasil, están sujetos a regulaciones locales y otras barreras de entrada al mercado, las

cuáles ocasionan que paguen un extra sobre los precios internacionales del mercado de azúcar en ciertos países. En estos territorios, Coca-Cola FEMSA ha experimentado volatilidad en los precios del azúcar como resultado de cambios en las condiciones locales y regulaciones durante el 2009, debido principalmente a un déficit de producción en India, uno de los mayores productores globales de azúcar.

Ninguno de los materiales o insumos que utiliza actualmente Coca-Cola FEMSA tienen restricción de suministro aunque el suministro de algunos materiales en específico podría verse severamente afectado por huelgas, condiciones climáticas, controles gubernamentales o situaciones de emergencia nacional.

México

Coca-Cola FEMSA adquiere sus botellas de plástico retornable de Continental PET Technologies de México, S.A. de C.V., una subsidiaria de Continental Can, Inc., quien es el proveedor exclusivo de botellas de plástico retornables de The Coca-Cola Company y sus embotelladores en México. Adicionalmente, Coca-Cola FEMSA también compra resina principalmente de Arteva Specialties, S. de R.L. e Industrias Voridian, S.A. de C.V., que ALPLA Fábrica de Plásticos, S.A. de C.V., conocida como ALPLA convierte en botellas de plástico no retornables para Coca-Cola FEMSA.

Coca-Cola FEMSA compra todas sus latas de Promotora Mexicana de Embotelladoras, S.A. de C.V., conocida como PROMESA, una cooperativa de embotelladores *Coca-Cola*, en la que se tiene una tenencia accionaria del 5.0%. Coca-Cola FEMSA compra sus envases de vidrio a Sílices de Veracruz, S.A. de C.V., conocida como SIVESA, una subsidiaria totalmente propiedad de FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA compra azúcar de Beta San Miguel otro productor de caña de azúcar de la que posee el 2.5% del capital, entre otros proveedores.

La importación de azúcar actualmente está sujeta a aranceles de importación, los cuales son fijados por el gobierno mexicano. Debido a lo anterior, los precios del azúcar en México son superiores a los precios internacionales. En 2009 los precios del azúcar incrementaron en comparación con 2008.

Latinoamérica (Colombia y Centroamérica)

En Colombia, Coca-Cola FEMSA utiliza azúcar como endulzante en la mayoría de sus productos, que adquiere de diversas fuentes domésticas. Coca-Cola FEMSA adquiere preformas de Amcor y Tapón Corona de Colombia, S.A. Coca-Cola FEMSA compra todas sus botellas de vidrio y latas de un proveedor del cual Postobón, su principal competidor posee un 40% de la participación de capital. Las botellas de vidrio y latas, sólo es posible obtenerlas de esta fuente.

En Centroamérica, la mayoría de las materias primas de Coca-Cola FEMSA, como botellas de vidrio y plástico, y latas son compradas de diversos proveedores. El azúcar está disponible por medio de un proveedor en cada país. En ciertos países de esta región, los precios de azúcar locales son más altos debido a los precios internacionales del mercado y la limitada disponibilidad del azúcar o alta fructuosa de maíz. En Costa Rica, Coca-Cola FEMSA adquiere las botellas de plástico no-retornables de ALPLA C.R. S.A y en Nicaragua de ALPLA Nicaragua, S.A.

Venezuela

Coca-Cola FEMSA utiliza el azúcar como endulzante en la mayoría de sus productos, la cual principalmente es adquirida en el mercado local. Desde el 2003, Coca-Cola FEMSA ha experimentado una escasez de azúcar debido a una menor producción nacional y la incapacidad de los importadores más importantes de azúcar de obtener los permisos necesarios para importarla de manera oportuna. El abastecimiento de azúcar se vio gravemente afectado en 2009 a causa de: (1) escasez en la producción de caña de azúcar, (2) la aplicación de nuevas leyes que establecen una cantidad máxima de azúcar disponibles para la industria alimentaria y bebidas y (3) una disminución en la producción en ciertos ingenios azucareros. No podemos asegurar que Coca-Cola FEMSA podrá satisfacer sus necesidades de azúcar a largo plazo si las condiciones actuales no mejoran. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio de un proveedor local, Productos de Vidrio, S.A., pero hay proveedores alternativos autorizados por The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA adquiere la mayoría de sus botellas de plástico no-retornables de ALPLA de Venezuela, S.A. y todas sus latas de aluminio de un proveedor local, Dominguez Continental, C.A.

Bajo las regulaciones actuales promulgadas por las autoridades venezolanas, la capacidad de Coca-Cola FEMSA para importar algunas de sus materias primas y otros insumos utilizados en su producción podría ser limitada, y el acceso al tipo de cambio oficial para estos artículos de Coca-Cola FEMSA y sus proveedores, incluyendo, entre otros, resina, aluminio, tapas de plástico, camiones de reparto y vehículos, sólo se logra mediante la obtención de las aprobaciones de las autoridades competentes.

Mercosur (Brasil y Argentina)

El azúcar en Brasil está ampliamente disponible en el mercado local, con precios que históricamente han sido similares a los internacionales. Los precios de azúcar en Brasil en periodos recientes han sido volátiles, principalmente por el incremento en la demanda de caña de azúcar para la producción de combustibles alternativos, y el costo promedio de compra de azúcar de Coca-Cola FEMSA aumentó en 2009. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio, botellas de plástico y latas de diversos proveedores tanto nacionales como internacionales.

Argentina

En Argentina, Coca-Cola FEMSA utiliza principalmente alta fructuosa de maíz de diferentes que compra de proveedores locales como un endulzante en sus productos en lugar de azúcar. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio, cajas de plástico y otras materias primas de diversas fuentes nacionales. Compra preformas, así como botellas de plástico retornable a precios competitivos de Embotelladora del Atlántico, S.A., una subsidiaria local de Embotelladora Andina, S.A., un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile y Brasil, y otros proveedores locales. Coca-Cola FEMSA también adquiere sus botellas de plástico no-retornables de ALPLA Avellaneda S.A. Coca-Cola FEMSA produce sus propias presentaciones de lata y productos elaborados a base de jugo para su distribución a clientes en el territorio de Buenos Aires.

Plantas e Instalaciones

Durante los últimos años, Coca-Cola FEMSA ha realizado inversiones de capital importantes para modernizar sus instalaciones y mejorar la eficiencia operativa y la productividad, incluyendo:

- aumento de la capacidad anual de sus plantas embotelladoras mediante la instalación de nuevas líneas de producción;
- instalación de sistemas de clarificación para procesar diferentes tipos de edulcorantes;
- instalación de equipo de soplado para botellas de plástico;
- modificación de equipo para incrementar su flexibilidad de producir diferentes presentaciones, incluyendo líneas dobles que pueden embotellar tanto presentaciones retornables como no retornables; y
- cierre de instalaciones de producción obsoletas.

Al 31 de diciembre de 2009, Coca-Cola FEMSA era dueña de treinta y una plantas embotelladoras en todo el mundo. Por país tiene, diez plantas de embotellado en México, cinco en Centroamérica, seis en Colombia, cuatro en Venezuela, cuatro en Brasil y dos en Argentina.

Al 31 de diciembre de 2009, Coca-Cola FEMSA operó 210 centros de distribución, aproximadamente 40% de estos están en sus territorios mexicanos. Más del 88% de sus centros de distribución son propiedad de Coca-Cola FEMSA y el resto son rentados. Véase “—Distribución del Producto.”

A continuación se muestra el uso principal, la capacidad instalada y el porcentaje de utilización de las instalaciones de producción por país de operación:

Resumen de Instalaciones de Producción Al 31 de diciembre de 2009

País	Capacidad Instalada (millones de cajas)	% de utilización⁽¹⁾
México	1,594,568	75%
Guatemala	36,850	70%
Nicaragua	85,766	43%
Costa Rica	78,486	58%
Panamá	38,399	62%
Colombia	370,776	59%
Venezuela	275,205	81%
Brazil	623,676	66%
Argentina	285,825	66%

⁽¹⁾ Tasa Anualizada.

FEMSA Cerveza

Resumen y Antecedentes

FEMSA Cerveza produce cerveza en México y Brasil, y exporta sus productos a 58 países en todo el mundo, siendo Norteamérica el mercado de exportaciones más importante, seguido de ciertos países en Europa, Latinoamérica y Asia. En 2009, FEMSA Cerveza fue clasificada como la décima cervecera del mundo, en términos de volumen de ventas. En México, su principal mercado, FEMSA Cerveza es el segundo productor de cerveza, en términos de volumen de ventas. En 2009, aproximadamente el 66.4% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza provino de México, 24.8% de Brasil y 8.8% de exportaciones. En 2009, FEMSA Cerveza vendió 40,548 millones de hectolitros de cerveza.

FEMSA Cerveza es una compañía controladora mexicana cuyas principales subsidiarias son Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., la cual opera seis plantas cerveceras en México; Cervejarias Kaiser Brasil, S.A. (“Kaiser”), la cual opera ocho plantas cerveceras en Brasil y Cervezas Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., que a su vez operaba los centros de distribución, propiedad de la Compañía, en todo México.

Nuestra administración consideraba a Brasil como uno de los mercados cerveceros más atractivos y rentables en el mundo. Por lo cual, en agosto de 2007, después de una serie de transacciones, FEMSA Cerveza adquirió el 83% de la empresa cervecera brasileña Kaiser uno de los vendedores líderes de cerveza en ese país, y de la cual Heineken N.V. cuenta con el 17% restante de la participación de Kaiser. Véase “Punto 4. Información de la Compañías—Antecedentes”.

El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes” y “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales”.

Volumen de Ventas de Cerveza

Las cifras de volumen de FEMSA Cerveza contenidas en este reporte anual se refieren al volumen de ventas facturado. En México, dicho volumen de ventas facturado representa la cantidad de hectolitros de cerveza vendidos por las cervecerías de FEMSA Cerveza a distribuidores no afiliados y por los distribuidores afiliados a minoristas. En Brasil, dicho volumen de ventas facturado representa la cantidad de hectolitros de cerveza vendidos por las cervecerías de Kaiser. Kaiser vende sus productos principalmente a los embotelladores de Coca-Cola en Brasil, los cuales venden y distribuyen las cervezas de Kaiser en sus respectivos territorios. Un hectolitro equivale a 100 litros o aproximadamente 26.4 galones.

El volumen total de ventas de cerveza de FEMSA Cerveza alcanzó los 40.548 millones de hectolitros en 2009, lo que representó una disminución del 1.2% sobre el volumen total de ventas de 41.053 millones de hectolitros en el 2008. En 2009, el volumen de ventas de cerveza en México de FEMSA Cerveza disminuyó 1.7% a 26,929 millones de hectolitros. El volumen de ventas de cerveza en Brasil alcanzó los 10,049 millones de hectolitros en 2009, lo que representó una disminución del 1.3% sobre el volumen total de ventas de 10,181 millones de hectolitros en 2008. En 2009 el volumen de ventas de exportación de cerveza aumentó 2.6% a 3,570 millones de hectolitros en comparación con 3,479 millones de hectolitros en 2008.

	Volumen Total de Ventas de Cerveza (en miles de hectolitros)				
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2009	2008	2007	2006	2005
Volumen de México	26,929	27,393	26,962	25,951	24,580
Volumen de Brasil	10,049	10,181	9,795	8,935	NA
Volumen de exportación	3,570	3,479	3,183	2,811	2,438
Volumen total	40,548	41,053	39,940	37,697	27,018

En México, el volumen de ventas nacional de cerveza de FEMSA Cerveza para el periodo del 2005 al 2009 registró una tasa de crecimiento compuesto de 2.3%, mientras que el crecimiento anual compuesto de la industria de la cerveza mexicana fue de 3%. Esto se compara con la tasa de crecimiento compuesto promedio del Producto Interno Bruto mexicano de 0.8% registrada en el mismo periodo. Las ventas netas nacionales de FEMSA Cerveza durante el mismo periodo registraron una tasa de crecimiento promedio compuesto de 7.3%. El volumen de ventas por exportación de FEMSA Cerveza registró una tasa de crecimiento promedio compuesto de 10.0% para el mismo periodo, mientras la tasa de crecimiento compuesto para ventas de exportación de FEMSA Cerveza fue de 14.9%.

En Brasil, el volumen de ventas nacional de cerveza de FEMSA Cerveza para el periodo del 2006 al 2009 registró una tasa de crecimiento compuesto de 4.0%.

Operaciones en México

El Mercado Mexicano de Cerveza

El mercado mexicano de cerveza fue el sexto mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2009 y es caracterizado por los siguientes factores: (1) una producción concentrada nacional de cerveza, (2) diferencias en la participación de mercado por regiones, (3) la existencia de regulaciones con respecto al requerimiento de licencias otorgadas por el gobierno para la venta de cerveza, (4) elementos demográficos favorables en la población que consume cerveza, y (5) un mercado de puntos de venta fragmentados.

Producción mexicana de cerveza

Desde 1985, México ha efectivamente tenido sólo dos productores independientes nacionales de cerveza, FEMSA Cerveza y Grupo Modelo. Grupo Modelo, una compañía cuyas acciones cotizan en bolsa, con sede en la Ciudad de México, controla el 76.8% de Diblo, S.A. de C.V., que opera las subsidiarias de cervecería y empaque de Grupo Modelo. Las principales marcas de cerveza del Grupo Modelo son *Corona*, *Modelo*, *Victoria* y *Pacífico*. En el mercado mexicano, las ventas de FEMSA Cerveza han dependido de su habilidad para competir ante Grupo Modelo.

Históricamente, las importaciones de cerveza no han constituido un factor significativo en el mercado mexicano de cerveza, debido principalmente a la preferencia de marcas mexicanas por consumidores mexicanos. En 2009, este segmento representó aproximadamente 2.0% del mercado total de cerveza en México, una disminución de 0.4 p.p en comparación con 2008 y alcanzando una participación de mercado similar a la de cuatro años atrás. La eliminación de los aranceles impuestos a las cervezas importadas en 2001 tuvo un efecto limitado en el mercado mexicano de cerveza debido al hecho de que las cervezas importadas son mayormente productos “premium” y “super-premium” y se venden en latas de aluminio, que constituyen una forma de envase más caro en México que la cerveza vendida en botellas retornables y también dado a las dinámicas del mercado de cerveza, en donde el punto de venta es altamente segmentado.

Diferencias de participación en mercados regionales

FEMSA Cerveza y Grupo Modelo tienen fuertes posiciones en diferentes regiones de México en el mercado de cerveza. FEMSA Cerveza tiene una presencia más fuerte en las áreas norte y sur de México, mientras que Grupo Modelo tiene una presencia más fuerte en el centro del país. Consideramos que esta dinámica regional del mercado puede deberse en parte a la lealtad de los consumidores a la marca de cerveza que históricamente ha estado asociada con una región en especial.

También consideramos que la influencia regional en el mercado se debe a la cercanía de las cervecerías a los mercados a los que abastecen. Los costos de transporte restringían las mejoras en eficiencias distribución de cerveza a un área geográfica de aproximadamente 300 a 500 kilómetros alrededor a una cervecería. En general, FEMSA Cerveza es líder en la mayoría de las ventas de cerveza en las regiones que se encontraban próximas a sus cervecerías más grandes. Las principales cervecerías de FEMSA Cerveza se encuentran en Orizaba, Veracruz, y en Monterrey, Nuevo León. Las principales cervecerías de Grupo Modelo se encuentran en la Ciudad de México, Oaxaca y Zacatecas.

La región norte de México tradicionalmente ha gozado de un mayor ingreso per cápita, en parte debido a su rápido desarrollo industrial en los últimos 50 años y a su proximidad comercial con los Estados Unidos. Adicionalmente, el consumo per cápita de cerveza en esta región también es mayor debido al clima más cálido y a una cultura cervecera más arraigada.

Estadísticas Demográficas Regionales de México Al 31 de diciembre de 2009

Región	% de la Población		
	Total	% del PIB Total	PIB Per Cápita ⁽¹⁾
Norte.....	27.1%	33.5%	Ps. 124.9
Sur	22.9	15.3	67.1
Centro.....	50.0	51.2	103.1
Total del País.....	100.0%	100.0%	Ps. 100.7

⁽¹⁾ Miles de pesos

Fuentes: Estimaciones de FEMSA Cerveza basadas en cifras publicadas por el INEGI y el Centro de Análisis y Proyecciones Económicas (CAPEM Oxford Economic Forecasting).

Regulaciones gubernamentales

El gobierno federal mexicano regula el consumo de cerveza en el país principalmente mediante la aplicación de impuestos, mientras que los gobiernos locales lo regulan básicamente a través de la emisión de permisos que autorizan a los detallistas a vender bebidas alcohólicas.

Hasta el 2009, los impuestos federales para cerveza consisten de un 15% de impuestos al valor agregado y un Impuesto Especial (“IEPS”), que resulte mayor entre (1) 25% sobre el precio de venta o (2) Ps. 3.00 por litro para las presentaciones no-retornables y Ps. 1.74 para las presentaciones retornables, una iniciativa ambiental implementada por el gobierno en México para fomentar la venta de presentaciones retornables. A partir del 1 de enero de 2010, las regulaciones hacendarias federales de México incrementaron el impuesto al valor agregado de 15% a 16% y el impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS) de 25% a 26.5% para el 2010, 2011 y 2012. En 2013, dicho IEPS se reducirá a 26%. El componente de impuestos del precio de venta al detallista en México es significativamente más alto en México que en Estados Unidos.

El número de detallistas autorizados para vender cerveza está controlado por jurisdicciones locales, que otorgan licencias para la venta de bebidas alcohólicas. Las demás reglamentaciones con respecto al consumo de cerveza en México varían de acuerdo con las jurisdicciones locales e incluyen restricciones en el horario en el cual los restaurantes, bares y otros comercios están autorizados a vender cerveza y otras bebidas alcohólicas. FEMSA Cerveza se ha ocupado de encarar estas limitaciones a diversos niveles, en coordinación con el gobierno y autoridades civiles para promover una mejor educación para el consumo responsable de cerveza. Por ejemplo, como parte de la realización continua de actividades comunitarias permanentes, FEMSA Cerveza fue la primera en implementar un programa nacional de “Conductor Designado” en México.

Desde julio de 1984, las reglamentaciones federales mexicanas han requerido que todas las presentaciones de cerveza lleven una advertencia respecto a que el abuso en el consumo de este producto es perjudicial para la salud. Asimismo, de acuerdo con la Ley General de Salud, se requiere que todas las cervezas vendidas en México mantengan un registro sanitario ante la Secretaría de Salud.

Datos demográficos de la población que bebe cerveza

Estimamos que el consumo per cápita de cerveza anual de la población mexicana total fue aproximadamente de 60 litros o 0.6 hectolitros en 2009, en comparación con aproximadamente 80 litros o 0.8 hectolitros en Estados Unidos. La edad legalmente autorizada en México para consumir bebidas alcohólicas es de 18 años. Consideramos que el principal mercado de FEMSA Cerveza es el segmento de la población masculina entre los 18 y los 45 años de edad. Por lo menos el 37% de la población mexicana es menor de 18 años y, por lo tanto, no se considera que forme parte de la población consumidora de cerveza.

Influencias macroeconómicas que afectan el consumo de cerveza

Consideramos que la actividad de consumo en el mercado de cerveza mexicano se ve fuertemente afectada por el nivel general de actividad económica en México, la base de sueldos brutos del país, los cambios en el ingreso disponible real y los niveles de empleo. Como resultado, la industria de la cerveza reacciona agudamente ante los cambios económicos. En general, la industria experimenta un crecimiento elevado del volumen en periodos de solidez económica y un menor crecimiento o una contracción del volumen en los periodos de retracción económica. En México, las ventas nacionales de cerveza disminuyeron en 1982, 1983 y 1995. Estas disminuciones en las ventas corresponden a periodos en los cuales la economía mexicana sufrió graves trastornos. De manera similar, la debilidad económica observada en el 2002 se tradujo en una reducción en las ventas nacionales de cerveza para el 2002. En 2003, dado que se mantuvo el efecto de desaceleración económica en los consumidores, FEMSA Cerveza decidió no incrementar sus precios en términos reales. La reducción de precios en términos reales (incluyendo el efecto de inflación) fue la causa principal del incremento en el volumen de ventas durante el 2003. En 2004, el crecimiento del producto interno bruto de México fue el principal propulsor para el incremento de volumen de ventas de cerveza, a pesar del incremento de precios en términos nominales en la industria cervecera en México. En 2005, 2006 y 2007, el crecimiento en las ventas de cerveza superó al crecimiento en el producto interno bruto de México y a pesar de que en 2008 FEMSA Cerveza experimentó una reducción en el nivel de demanda debido a la desaceleración económica global, el crecimiento en volumen de ventas de FEMSA Cerveza superó el crecimiento del producto interno bruto en México por cuarto año consecutivo. En 2009, la economía mexicana sufrió la mayor caída de producto interno bruto de su historia moderna, debido principalmente a la crisis económica mundial y al brote de gripe porcina. A pesar de esto, el volumen de ventas de cerveza superó una vez más al PIB, aún a pesar del incremento de precios por encima de la inflación.

Precios de la Cerveza

Durante el 2007, FEMSA Cerveza incrementó precios para compensar parcialmente el aumento de precios en materias primas. En 2008, FEMSA Cerveza incrementó precios dos veces durante el año, sin embargo, el efecto neto fue por debajo del índice nacional de precios al consumidor en México. En 2009, FEMSA Cerveza nuevamente incrementó los precios de sus productos en México que, aunado al efecto del incremento del 2008, se tradujo en un ligero aumento por encima del índice nacional de precios al consumidor.

De acuerdo con el índice de precios de la cerveza emitido por el Banco de México, el efecto neto durante el año 2009 fue un aumento en los precios promedio de 6.4% en términos nominales, lo cual representa un incremento de 1.1% por arriba de la inflación anual promedio de México.

Descripción del Producto

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 21 marcas de cerveza bajo 14 diferentes presentaciones, resultando en un portafolio de 111 ofertas distintas de producto. Las marcas más importantes en el portafolio nacional de FEMSA Cerveza incluían: *Tecate, Sol, Carta Blanca e Indio*. Todas estas cuatro marcas eran distribuidas a nivel nacional en México, representando aproximadamente el 87% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México durante el 2009.

La información per cápita, segmentos de producto, precios relativos e información de empaque incluidos en este reporte anual, con respecto a FEMSA Cerveza, ha sido calculada con base en nuestras estadísticas y supuestos.

Presentaciones de Cerveza

En sus operaciones mexicanas, FEMSA Cerveza produce y distribuye cerveza en botellas de vidrio retornables y barriles en presentaciones retornables, y latas de aluminio y botellas de vidrio en presentaciones no retornables. FEMSA Cerveza usa el término presentación para referirse a estas opciones de empaque.

Presentaciones retornables

La forma más popular de empaque en el mercado mexicano de cerveza es la botella retornable. FEMSA Cerveza considera que la popularidad de la botella retornable se debe a que su precio es más bajo. Las botellas retornables pueden volver a usarse en promedio 30 veces antes de ser recicladas. Como consecuencia de ello, los productores de cerveza pueden cobrar precios más bajos por la cerveza en botella retornable. Durante los periodos de debilidad económica en México, el volumen de ventas de presentaciones retornables generalmente crece a una tasa mayor, en comparación con el volumen de ventas de presentaciones no retornables, dado a que las botellas no-retornables son una presentación menos económica.

Presentaciones no-retornables

La combinación de presentaciones de FEMSA Cerveza en México ha ido creciendo hacia las presentaciones no-retornables en los últimos años, a medida que adecuamos nuestra oferta a las preferencias de los consumidores y proveemos diferentes alternativas más convenientes. Sin embargo, creemos que la demanda por estas presentaciones es altamente sensible a factores económicos debido a sus altos precios. La mayoría de las exportaciones son en presentaciones no-retornables.

Precios Relativos

Las botellas retornables y los barriles son las presentaciones más económicas por mililitro de cerveza. Históricamente las latas y las botellas no-retornables han sido más caras que las botellas retornables. La preferencia de los consumidores por la presentación en lata ha variado considerablemente en los últimos 20 años, elevándose en periodos de prosperidad económica y disminuyendo en periodos de austeridad en la economía, reflejando así la diferencia de precios entre estas formas de empaque.

Estacionalidad

La demanda de cerveza de FEMSA Cerveza es mayor en la temporada de verano en México y, en consecuencia, el nivel de utilización de las cervecerías está en su pico más alto durante ese periodo. Asimismo, la demanda de productos de FEMSA Cerveza tiende a aumentar en el mes de diciembre, lo que refleja el consumo durante la temporada navideña. La

demanda de productos de FEMSA Cerveza disminuye durante los meses de noviembre, enero y febrero principalmente a consecuencia del clima más frío en las regiones del norte de México.

Distribución Primaria

El sistema de distribución primaria de FEMSA Cerveza en México consiste en los envíos de sus plantas productoras a los almacenes de sus centros de distribución. FEMSA Cerveza utiliza una red combinada de distribuidores propios y de terceros. En un esfuerzo por mejorar la eficiencia y la alineación en su red de distribución, FEMSA Cerveza modifica su relación con distribuidores independientes al implementar con ellos acuerdos tipo franquicia. Como resultado, FEMSA Cerveza ha logrado importantes economías de escala al integrar a estos distribuidores dentro de sus propios sistemas operativos. Además, en años recientes FEMSA Cerveza ha logrado eficiencias en infraestructura y personal a través de la integración de centros de distribución propios. Los resultados de estas eficiencias han sido parcialmente compensados por la adquisición de centros de distribución de terceros. FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas distribuido directamente del total de su volumen en México, representando el 91% de su volumen de ventas de cerveza en México; operando a través de 225 centros de distribución, propiedad de la Compañía. El 9% restante del volumen de ventas de cerveza fue vendido a través de 39 centros de distribución de terceros, los cuales en su mayoría operan bajo contratos de franquicia con FEMSA Cerveza. Se ofrece un contrato de franquicia solamente a aquellos distribuidores que cumplen con ciertos estándares de capacidad de operación, desempeño y alineación de objetivos. Históricamente FEMSA Cerveza ha adquirido aquellos distribuidores que no cumplan estos estándares. Mediante esta iniciativa, FEMSA Cerveza continúa buscando incrementar su volumen de ventas de cervezas en México a través de centros de distribución propios.

A partir del 2004, la subsidiaria cervecera de FEMSA Cerveza fue designada para importar, producir, distribuir, comercializar y vender en exclusiva la cerveza Coors Light en México.

Distribución a Detallistas

Los principales puntos de venta de cerveza en México son pequeños comercios independientes, depósitos de cerveza, licorerías y bares. Los supermercados representan solamente un pequeño porcentaje de las ventas de cerveza en México. Adicionalmente, al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Comercio opera una cadena de 7,334 tiendas de conveniencia bajo el nombre comercial de OXXO que venden exclusivamente las marcas de FEMSA Cerveza.

El mercado detallista mexicano es un mercado fragmentado y se caracteriza por la preponderancia de pequeños puntos de venta que no pueden ni están dispuestos a mantener niveles de inventarios significativos, por consiguiente, FEMSA Cerveza debe realizar entregas frecuentes de productos a sus minoristas. A través del proceso de pre-venta FEMSA Cerveza mejora sus prácticas de distribución, y en consecuencia mejora su eficiencia al separar los procesos de venta y distribución, mejorando así la efectividad de las rutas. Durante el 2008, FEMSA Cerveza implementó una nueva estrategia para la forma de servir a sus clientes al cubrir las necesidades del cliente a través de procesos alternativos de pre-venta, a través de los cuales FEMSA Cerveza ha buscado aumentar su eficiencia y al mismo tiempo mejorar las habilidades de su fuerza de venta para mejorar la implementación de su estrategia de venta en los puntos de venta y satisfacer mejor a los diferentes tipos de clientes. Al 31 de diciembre de 2009, aproximadamente el 21% de los clientes fueron atendidos a través de procesos alternativos de pre-venta, incluyendo pedidos electrónicos y ventas a través de un centro de atención telefónica. Véase “—Estrategia de Mercadotecnia”.

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza atiende aproximadamente 330,000 detallistas en México y su red de distribución opera aproximadamente 2,067 rutas de distribución que representa una disminución de 240 rutas debido principalmente al aumento en el número de visitas a detallistas por ruta durante el 2009.

Sistema Integral de Negocio (Enterprise Resource Planning o ERP)

FEMSA Cerveza cuenta con tecnología de información bajo un sistema integral de planeación (“Enterprise Resource Planning System” o simplemente “ERP”) con el cual se tiene una plataforma para el control y la obtención de información en apoyo a las actividades comerciales nacionales en México. Este sistema se comunica con los sistemas de administración y desarrollo de negocio para una mejor toma de decisiones en la oficina central de FEMSA Cerveza. Todo el volumen de ventas de cerveza mexicano que se vende a través de los centros de distribución propios de FEMSA Cerveza, incluyendo nuestros principales centros de distribución de terceros, son operados a través del ERP.

Estrategia de Mercadotecnia

FEMSA Cerveza se enfoca en el consumidor segmentando los mercados y posicionando sus marcas, por consiguiente, se esfuerza para desarrollar portafolios de marca y empaques que proveen las mejores alternativas para

cualquier ocasión de consumo a precio apropiado. Con segmentación de mercados nos referimos a la técnica a través de la cual diseñamos y ejecutamos estrategias de posicionamiento y comunicación relevantes y distinguidas que nos permitía satisfacer las diferentes necesidades del consumidor. La investigación continua de mercado provee información que se utiliza para desarrollar y adaptar nuestra oferta de productos para satisfacer mejor las necesidades de los consumidores. Así mismo, nos enfocamos en micro segmentación, donde utilizamos nuestra investigación de mercado y los sistemas de tecnología de información para atacar segmentos de mercado más chicos, incluyendo en algunos casos los puntos de venta de manera individual.

FEMSA Cerveza también se enfoca en implementar programas de mercadotecnia comercial en el punto de venta, como programas promocionales proveyendo de materiales de mercadotecnia, y donde se considere apropiado equipo de refrigeración. Un canal se refiere a una categoría de punto de venta, o subcategoría, tales como un supermercado, depósito de cerveza o restaurantes. Además, constantemente tratamos de desarrollar nuevos canales para capturar las oportunidades de incremento en el consumo de marcas de FEMSA Cerveza.

Con el objeto de coordinar las estrategias de marca y comerciales, desarrollamos e implementamos programas de mercadotecnia integrada que intentaron mejorar el valor de las marcas mediante la aplicación efectiva de todas las variables de la mezcla de mercadotecnia. Nuestros programas de mercadotecnia para marca en lo individual buscaban enfatizar en una manera consistente los distintos atributos de dicha marca.

FEMSA Cerveza implementa iniciativas para facilitar eficientemente las estrategias de crecimiento. Este esfuerzo, el cual se basa en nuestras prácticas de conocimiento del cliente y de investigación de mercado, busca desarrollar nuevas alternativas de empaques y productos que podrían permitirnos capturar nuevos consumidores y reforzar la presencia de nuestras marcas a través de extensiones de línea. La innovación es prioridad clave para FEMSA Cerveza y ha sido implementado a lo largo de la cadena de valor con el objetivo de continuar ofreciendo diferentes opciones a nuestros consumidores.

Plantas e Instalaciones

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza opera seis cervecerías en México con una capacidad total de producción mensual de 3.18 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad anual de aproximadamente 38.180 millones de hectolitros. Cada una de las cervecerías mexicanas de FEMSA Cerveza ha recibido la certificación ISO 9001 y 9002 y el Certificado de Industria Limpia otorgado por las autoridades ambientales mexicanas. Una consideración clave para seleccionar la ubicación de la cervecería, es su proximidad a los mercados potenciales; ya que el costo de transporte constituye un componente crítico en el costo total de la cerveza para el consumidor final. Las cervecerías de FEMSA Cerveza en México se encuentran estratégicamente ubicadas en el país, como lo muestra la siguiente tabla, para abastecer de forma eficiente el sistema de distribución de FEMSA Cerveza.

Plantas Cerveceras de FEMSA Cerveza en México Al 31 de diciembre de 2009



**Resumen de Capacidad de Plantas de FEMSA Cerveza en México
Al 31 de diciembre de 2008**

	Capacidad Promedio Anualizada
	(Miles de Hectolitros)
Orizaba	10,200
Monterrey	8,900
Toluca	5,400
Navojoa.....	5,400
Tecate	4,680
Guadalajara.....	3,600
Total	38,180
Capacidad promedio de utilización	78.8%

Entre el 2005 y 2009, FEMSA Cerveza aumentó la capacidad de producción mensual promedio en aproximadamente 374,000 hectolitros mediante inversiones adicionales en instalaciones existentes.

FEMSA Cerveza opera siete sistemas de tratamiento de aguas residuales en México para tratar el agua utilizada por las cervecerías, de las cuales FEMSA Cerveza posee el 100%, excepto por el sistema de tratamiento de aguas residuales en la cervecería de Orizaba, en el cual se tiene una alianza estratégica entre FEMSA Cerveza, varias otras compañías locales y el gobierno del Estado de Veracruz.

En noviembre del 2007, FEMSA Cerveza anunció una inversión de \$275 millones de dólares para la construcción de una planta en el municipio de Meoqui, Chihuahua, y al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza ha invertido Ps. 270 millones (\$20 millones de dólares) en el proyecto.

Botellas de Vidrio y Latas

Durante 2009, FEMSA Cerveza produjo (1) latas de bebidas y tapas de latas, (2) botellas de vidrio y (3) hermetapas para presentaciones en botellas de vidrio; principalmente para abastecer las necesidades de empaque en sus operaciones mexicanas. Las operaciones de empaque incluyen una mina de arena sílica, que provee el material necesario para la producción de botellas de vidrio. La siguiente tabla contiene un resumen de las instalaciones que componen las operaciones de botellas de vidrio y latas de FEMSA Cerveza:

Operaciones de Botellas de Vidrio y Latas para Bebidas de FEMSA Cerveza en México
Al 31 de diciembre de 2009

Producto	Ubicación	Capacidad de Producción Anual⁽¹⁾	% de Utilización Promedio de la Capacidad
Latas de bebidas	Ensenada	1,700	80.5
	Toluca	3,000	95.7
		<u>4,700</u>	<u>90.2</u>
Tapas de latas	Monterrey	5,100	82.6
Hermetapas.....	Monterrey	18,000	89.2
Botellas de vidrio.....	Orizaba	1,450	76.3
Decoración de las botellas	Nogales	330	40.6
Arena sílica.....	Acayucan	720	74.8

⁽¹⁾ Los montos están expresados en millones de unidades de cada producto, excepto en el caso de la arena sílica, que está expresada en miles de toneladas.

Dos plantas producen los cuerpos de las latas de aluminio de bebidas en las instalaciones de producción ubicadas en Ensenada y Toluca, y otra planta, ubicada en Monterrey, produce tapas de latas. Durante el 2009, 68% del volumen de los cuerpos de latas que fueron producidas por dichas plantas fueron utilizadas por FEMSA Cerveza y el resto fue vendido a terceros.

Las botellas de vidrio se producen en la planta de producción de vidrio de Orizaba, Veracruz, y son decoradas en una planta ubicada en Nogales, Veracruz. Durante el 2009, 63% del volumen de botellas de vidrio producidas por dichas plantas fue utilizado por FEMSA Cerveza, 17% fue vendido a Coca-Cola FEMSA y 20% fue vendido a terceros.

Debido a la desaceleración económica global en 2009, FEMSA Cerveza suspendió la construcción de la fábrica de botellas de vidrio en Meoqui, Chihuahua. En consecuencia, los resultados del 2009 se vieron impactados con un gasto de Ps. 119 millones.

Materias Primas

La malta, el lúpulo, ciertos cereales, la levadura y el agua, son los principales ingredientes empleados en la elaboración de los productos de FEMSA Cerveza. Las principales materias primas usadas en las plantas de empaque de FEMSA Cerveza incluyen aluminio, acero y arena sílica. Por lo general, todas estas materias primas están disponibles en el mercado. FEMSA Cerveza satisface sus necesidades de abastecimiento de distintas fuentes, incluyendo compras de conformidad con acuerdos contractuales y en el mercado abierto.

El aluminio y el acero son dos de las materias primas más importantes usadas en las operaciones de empaque de FEMSA Cerveza para elaborar latas de aluminio para bebidas y tapas de latas. FEMSA Cerveza compra el aluminio y el acero directamente a proveedores internacionales y locales calificados conforme a contratos. Empresas tales como Alcoa, Nittetsu-Shoji, Novelis, CSN, Rasselstein y AHMSA han sido seleccionadas como proveedores. Los precios de aluminio y acero, son cotizados generalmente en dólares y por lo tanto el costo para FEMSA Cerveza se ve afectado por las fluctuaciones del tipo de cambio. Por ejemplo, una depreciación del peso mexicano respecto al dólar americano, podría incrementar el costo de aluminio y acero, y en consecuencia los márgenes de FEMSA Cerveza podrían disminuir, ya que sus ventas están denominadas en general en pesos mexicanos. La mina de arena sílica de FEMSA Cerveza satisface todas las necesidades de arena sílica de su planta de botella de vidrio.

La cebada es la materia prima más importante usada por FEMSA Cerveza para la producción de sus cervezas. Los mercados internacionales determinan los precios y las fuentes de abastecimiento de las materias primas agrícolas incluyendo la producción, inventarios, las condiciones climáticas, la demanda doméstica y de exportación, la legislación y regulación gubernamental que afectan a la agricultura. La fuente principal de cebada para la industria de la cerveza mexicana es la cosecha nacional. Si la producción nacional en México resulta insuficiente para satisfacer los requisitos de la industria, la cebada (o su equivalente en malta) pueden ser obtenidos de los mercados internacionales. En años recientes los precios de la materia prima han incrementado, particularmente el precio de la cebada; debido a la disminución en 2006 y 2007 de las cosechas en Europa y Australia (dos de los más grandes productores) que cayeron a consecuencia de sequías y lluvias inoportunas. Adicionalmente, el precio del trigo, el cual no es un ingrediente de las cervezas de FEMSA Cerveza, pero compite por tierra para siembra con la cebada y otros granos, incrementó significativamente en 2007 y durante la mayor parte del 2008 presionando el precio de los granos a nivel mundial. En la segunda mitad del 2008 los precios del trigo cayeron

debido a mayores cosechas y menor demanda. En 2009, los precios de los cultivos y la mejora de la situación económica nivel mundial, dieron como resultado una mejor razón de uso de inventarios para los granos en comparación a 2008.

El lúpulo es la única materia prima que no está disponible a nivel nacional en México. FEMSA Cerveza importa lúpulo procedente de Estados Unidos y Europa.

FEMSA Cerveza, como parte de sus operaciones del día a día, utiliza instrumentos financieros derivados que ayudan a cubrir su exposición de riesgos asociados con el precio de ciertas materias primas que cotizan en los mercados internacionales como el aluminio, el gas natural y el trigo

Operaciones en Brasil

El Mercado Brasileño de Cerveza

El mercado de cerveza en Brasil fue el tercer mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2009 y se caracteriza por los siguientes factores: (1) producción concentrada nacional de cerveza, (2) elementos demográficos favorables en la población que consume cerveza, y (3) un canal de detallistas fragmentado.

Concentración de la producción de cerveza brasileña

El mercado brasileño de cerveza está compuesto de un productor dominante, el cual tiene una parte sustancial de la participación de mercado, tres productores medianos y algunas pequeñas cerveceras regionales. El productor dominante es Companhia de Bebidas das Americas o AmBev, una compañía pública basada en São Paulo de la cual uno de sus principales accionistas es la mayor empresa cervecera a nivel mundial, A-B InBev, cuyas principales marcas de cerveza son *Skol*, *Brahma* y *Antarctica*. AmBev, también es embotellador de refrescos, con marcas como *Guaraná Antarctica* y *Pepsi Cola*. Los tres productores de tamaño mediano son FEMSA Cerveza, Grupo Schincariol, siendo su principal marca *Nova Schin* y Cervejaria Petropolis cuyas marcas principales son *Crystal e Itaipava*. En el mercado brasileño, las ventas de FEMSA dependen de su habilidad para competir con un cervecero dominante y dos cerveceras locales con fuerte presencia regional. Históricamente, las importaciones de cerveza no han constituido un factor significativo en el mercado brasileño de cerveza, pero han incrementado conforme se ha desarrollado el segmento de cerveza “super-premium”.

Datos demográficos de la población que consume cerveza

Estimamos que el consumo per cápita de cerveza anual de la población brasileña total alcanzó aproximadamente 57 litros en el 2009. La edad legalmente autorizada en Brasil para consumir bebidas alcohólicas es de 18 años. Consideramos que el principal mercado de FEMSA Cerveza es el segmento de la población masculina entre los 18 y los 45 años de edad. Aproximadamente 31% de la población brasileña es menor de 18 años y, por lo tanto, no se considera que forme parte de la población consumidora de cerveza.

Descripción del Producto

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 15 marcas de cerveza en Brasil en 11 diferentes presentaciones resultando en un portafolio de 47 ofertas distintas de producto. Las marcas más importantes en el portafolio de FEMSA Cerveza en Brasil incluyen: *Kaiser*, *Bavaria Clásica*, *Sol*, *Heineken* y *Xingu*. Estas cinco marcas son distribuidas a nivel nacional en Brasil, representando aproximadamente el 96% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en Brasil durante 2009.

Presentaciones de Cerveza

En sus operaciones brasileñas, FEMSA Cerveza produce y distribuye cerveza en botellas de vidrio y barriles en presentaciones retornables, y latas de aluminio y botellas de vidrio en presentaciones no-retornables. En la industria cervecera en Brasil, la presentación más popular es la botella retornable de 600 ml, debido a su precio atractivo así como su preferencia en el segmento de consumo inmediato. Sin embargo, en años recientes la mezcla de ventas cambió ligeramente hacia presentaciones no retornables, lo cual puede ser atribuible en parte a la mejora de la economía en Brasil y a cambios en los hábitos del consumidor.

Distribución Primaria

El sistema de distribución primaria de FEMSA Cerveza en Brasil consiste en los envíos de sus plantas productoras a los almacenes de varios embotelladores, los cuales son franquicias de Coca-Cola en Brasil. En Brasil existen 19

embotelladores de Coca-Cola, incluyendo las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, cada uno responsable de cierto territorio geográfico.

Ventas y Distribución a Detallistas

FEMSA Cerveza depende de los 19 diferentes embotelladores del sistema Coca-Cola en Brasil para la venta y distribución secundaria de sus cervezas. Los embotellados apalancan su infraestructura, fuerza de ventas, experiencia, activos de distribución y equipo de refrigeración en el punto de venta para ofrecer un amplio portafolio de productos a los detallistas.

Plantas e Instalaciones

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza opera ocho cervecerías en Brasil con una capacidad total de producción mensual de 1.7 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad anual de aproximadamente 20 millones de hectolitros. Las ocho cervecerías brasileñas de FEMSA Cerveza recibieron las certificaciones ISO 9001, ISO 14.001 y OHASA 18.001. Una consideración clave para seleccionar la ubicación de la cervecería, es su proximidad a los mercados potenciales; ya que el costo de transporte constituye un componente crítico en el costo total de la cerveza para el consumidor final. Las cervecerías brasileñas de FEMSA Cerveza se encuentran estratégicamente ubicadas en el país, como lo muestra la siguiente tabla, para abastecer eficientemente al sistema de distribución de FEMSA Cerveza.

**Plantas Cerveceras de FEMSA Cerveza en Brasil
Al 31 de diciembre de 2009**



**Resumen de Capacidad de Plantas de FEMSA Cerveza en Brasil
Al 31 de diciembre de 2009**

	Capacidad Promedio Anualizada (Miles de Hectolitros)
Jacareí.....	7,800

Ponta Grossa	3,100
Araraquara	2,800
Feira de Santana.....	2,000
Pacatuba.....	2,017
Gravataí	1,700
Cuiabá.....	400
Manaus	480
Total	<u>20,297</u>
Utilización de capacidad promedio	50.5%

Exportaciones

El principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza es Estados Unidos y su estrategia de exportación se enfoca particularmente en dicho país. En particular, FEMSA Cerveza concentra sus esfuerzos en sus mercados clave localizados en los estados fronterizos de México, al mismo tiempo que busca desarrollarse en mercados clave para las cervezas de importación localizados en el Este de Estados Unidos. FEMSA Cerveza considera que dichas regiones de Estados Unidos representan uno de sus mercados potenciales más grandes fuera de México.

Hasta el 1° de enero de 2005, Labatt USA era el importador de las marcas de FEMSA Cerveza a los Estados Unidos. El 21 de junio de 2004, FEMSA Cerveza y dos de sus subsidiarias celebraron acuerdos de distribución y sublicenciación con Heineken USA. Conforme a estos acuerdos, el 1° de enero de 2005, Heineken USA pasó a ser el importador, comercializador y vendedor exclusivo de las marcas de FEMSA Cerveza en Estados Unidos. En abril del 2007, FEMSA Cerveza y Heineken USA firmaron un nuevo acuerdo de importación en Estados Unidos por diez años, en el cual Heineken USA continuará siendo el importador, comercializador y vendedor exclusivo en Estados Unidos de las marcas de cerveza de FEMSA Cerveza. Este acuerdo inició su vigencia el 1° de enero de 2008. Heineken continuará beneficiándose de la relación existente entre OXXO y FEMSA Cerveza aún después del cierre de la transacción con Heineken.

El volumen de ventas de exportación de cerveza de 3,570 millones de hectolitros en el 2009 representa el 8.8% del volumen total de ventas de cerveza de FEMSA Cerveza. Los ingresos por exportaciones de FEMSA Cerveza de Ps. 4,737, representan el 10.2% de los ingresos totales del 2009. La siguiente tabla muestra los volúmenes de ventas de exportación de cerveza de FEMSA Cerveza y el total de ventas de cerveza por exportación:

	Resumen de Exportaciones de FEMSA Cerveza				
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2009	2008	2007	2006	2005
Volumen de exportación de cerveza ⁽¹⁾	3,570	3,479	3,183	2,811	2,438
Crecimiento del volumen ⁽²⁾	2.6%	9.3%	13.2%	15.3%	8.8%
Porcentaje del volumen total de ventas de cerveza ⁽³⁾	8.8%	8.5%	8.0%	7.4%	9.0%
Ingresos por exportaciones					
Pesos mexicanos ⁽⁴⁾ (millones).....	4,737	3,608	3,339	2,977	2,717
Dólares ⁽⁵⁾ (millones)	350	327	299	256	227
Crecimiento de los ingresos (Dólares) ⁽²⁾	7.0%	9.4%	16.5%	13.0%	45.8%
Porcentaje del total de Ingresos	10.2%	8.5%	8.4%	8.1%	10.2%

Fuente: FEMSA Cerveza.

⁽¹⁾ Miles de hectolitros.

⁽²⁾ Cambio porcentual contra el año anterior.

⁽³⁾ Información anterior al 2006 no incluye volumen de ventas de Kaiser.

⁽⁴⁾ Pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2009.

⁽⁵⁾ Los ingresos por exportaciones se facturan y cobran en dólares.

Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza exporta sus productos a 58 países. El principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza es Norteamérica, el cual representa el 89% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza, en el 2009.

Las principales marcas de exportación de FEMSA Cerveza son *Tecate*, *XX Lager*, *Dos Equis (Ámbar)* y *Sol*. Estas marcas en forma conjunta representa el 93% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza para el año terminado el 31 de diciembre de 2009.

FEMSA Comercio

Resumen y Antecedentes

FEMSA Comercio, opera bajo el nombre comercial de “OXXO”, la cadena de tiendas de conveniencia más grande en México, basada en número de tiendas al 31 de diciembre de 2009. A esa fecha, FEMSA Comercio operaba 7,334 tiendas OXXO, de las cuales 7,329 se encuentran ubicadas a lo largo del país, con una presencia particularmente fuerte en el norte de México; las 5 tiendas restrantes se encuentran en Bogotá, Colombia.

FEMSA Comercio, el cliente individual más grande de FEMSA Cerveza y del sistema Coca-Cola en México, fue creada por FEMSA en 1978, cuando se abrieron dos tiendas OXXO en Monterrey, una en México D.F. y otra tienda en Guadalupe. El elemento que motivó el ingreso de FEMSA a la industria del comercio minorista fue el deseo de mejorar las ventas de cerveza por medio de puntos de venta propiedad de la Compañía y de obtener información sobre las preferencias de los consumidores. En 2009, las ventas de cerveza a través de las tiendas OXXO representaron un 13.4% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México, así como aproximadamente 15.1% de los ingresos de FEMSA Comercio. En 2009, una tienda OXXO típica ofrecía aproximadamente 1,954 unidades de inventario (SKU, siglas en inglés) diferentes en 31 categorías principales.

En años recientes FEMSA Comercio ha ganado enorme importancia como un canal efectivo de distribución para nuestras bebidas, así como un creciente punto de contacto con nuestros consumidores. Basados en la creencia que la ubicación juega un importante rol para el éxito a largo plazo del punto de venta al detalle, como la tienda de conveniencia, así como el mejorar continuamente la habilidad para el proceso acelerado y eficiente para el desarrollo de nuevas tiendas, nos hemos enfocado en una estrategia de crecimiento rápido y rentable. FEMSA Comercio abrió 716, 811 y 960 nuevas tiendas OXXO en los años 2007 2008 y 2009, respectivamente. En 2009, la expansión acelerada se tradujo en un crecimiento total en ingresos de 13.6% para alcanzar Ps. 53,549 millones. A partir del 2008, los ingresos totales de FEMSA Comercio reflejan un efecto contable derivado del cambio de venta de tarjetas prepagadas para celulares a la venta de recargas electrónicas y para las cuales sólo se registra el margen neto, en lugar del ingreso total de la venta de la recarga. Por consiguiente, las ventas en tiendas se incrementaron 1.3%, que es menor a la media de 2.9% para el mismo periodo. Excluyendo este efecto, las ventas-mismas-tiendas podrían haber crecido por encima de la media de la industria del comercio. FEMSA Comercio registró aproximadamente 2,032 millones de transacciones en 2009, comparado con 1,695 millones en 2008.

Estrategia de Negocios

Un elemento fundamental de la estrategia comercial de FEMSA Comercio consiste en utilizar su posición en el mercado de tiendas de conveniencia para crecer de manera rentable y eficiente. Como líder del mercado, basado en estadísticas internas de la Compañía, consideramos que FEMSA Comercio posee un conocimiento profundo de sus mercados y una considerable experiencia en la operación de una cadena de tiendas con presencia nacional. FEMSA Comercio tiene la intención de continuar aumentando su número de tiendas, capitalizando el conocimiento del mercado que ha adquirido a través de sus tiendas existentes.

FEMSA Comercio ha elaborado un esquema propio de negocio que le permite identificar las ubicaciones óptimas para sus locales, el formato de los mismos y la línea de productos apropiada. Este modelo utiliza datos demográficos específicos del lugar y la experiencia de FEMSA Comercio en ubicaciones similares para lograr una mejor definición del formato del local y los productos comercializados enfocados hacia el mercado-objetivo. La segmentación de mercados se está convirtiendo en una herramienta estratégica importante que gradualmente permitirá a FEMSA Comercio mejorar la eficiencia operativa de cada ubicación y la rentabilidad general de la cadena.

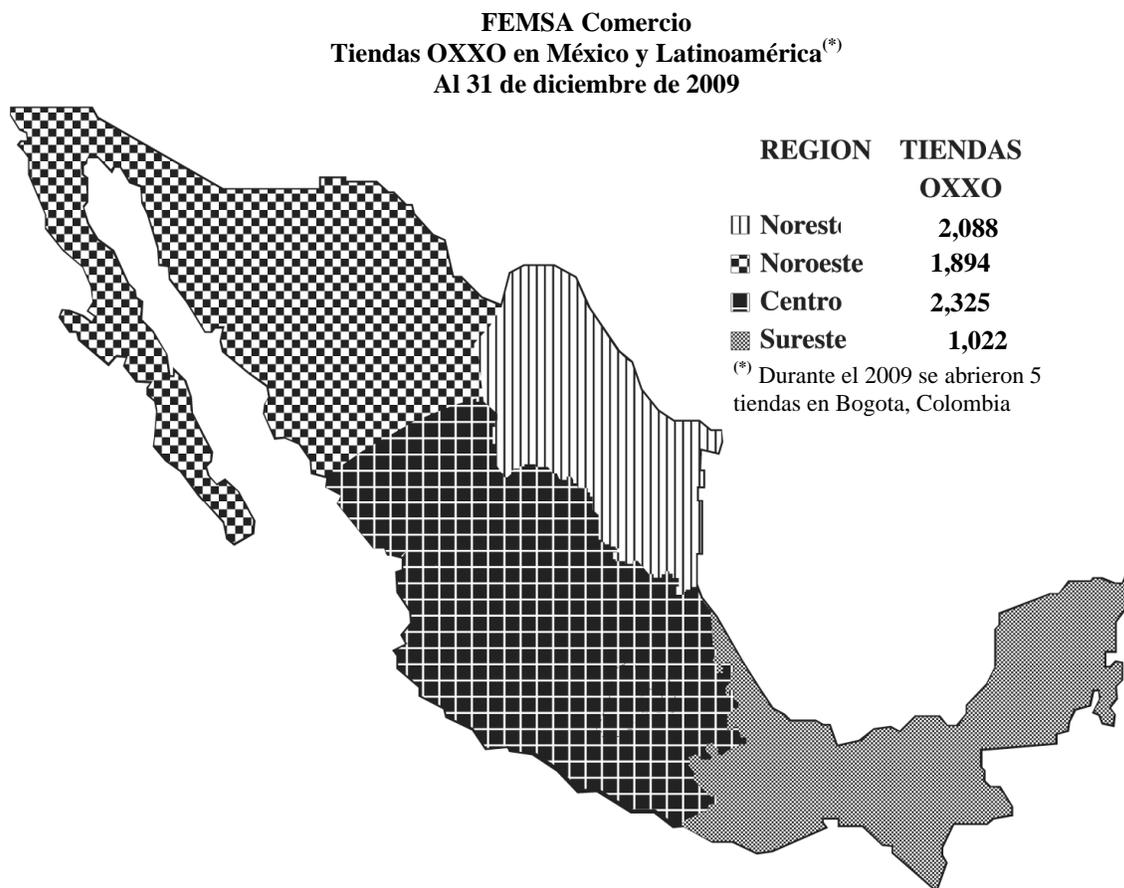
FEMSA Comercio ha realizado, y continuará realizando, sustanciales inversiones en tecnología de información para mejorar su capacidad para captar información sobre sus clientes y mejorar su desempeño operativo general. Todos los productos comercializados por las tiendas OXXO tienen códigos de barra y todas las tiendas OXXO están equipadas con sistemas de información de punto de venta integrados a la red de información que conecta a toda la compañía. Para implementar estrategias de administración de ingresos, FEMSA Comercio creó una división que ese encarga de administrar la categorización de productos, tales como bebidas, comida rápida y perecederos, buscando mejorar y utilizar de manera más eficiente su base de información y su información de mercado. FEMSA Comercio ha implementado un sistema ERP, el cual apoyará a FEMSA Comercio en el rediseño continuo de sus procesos de operación clave y mejorará la utilización de información de mercado en adelante. Adicionalmente, FEMSA Comercio ha expandido sus operaciones al abrir 5 nuevas tiendas en Bogotá, Colombia durante el 2009.

FEMSA Comercio ha adoptado estrategias promocionales innovadoras destinadas a incrementar el tráfico y las ventas de las tiendas de conveniencia. Particularmente, FEMSA Comercio vende artículos de alta rotación tales como bebidas, botanas y cigarrillos a precios competitivos. Su capacidad para implementar de manera rentable esta estrategia puede atribuirse en parte al tamaño de la cadena OXXO, así como a la habilidad de FEMSA Comercio para trabajar junto con sus

proveedores para implementar sus estrategias de administración de ingresos a través de promociones diferenciadas. Las estrategias de comercialización y promoción nacionales y locales de OXXO son un generador eficaz de ventas y un medio para alcanzar a nuevos segmentos de la población al mismo tiempo que se fortalece la marca OXXO. Por ejemplo, la organización ha refinado su capacidad para ejecutar promociones mixtas (descuentos en multi-packs o la venta de productos complementarios a un precio especial) y promociones dirigidas a ciertos grupos para atraer nuevos segmentos de clientes, tales como amas de casa, ampliando las ofertas en la categoría de abarrotes en ciertas tiendas. Adicionalmente, FEMSA Comercio está fortaleciendo sus capacidades para ofrecer cada vez más servicios a sus consumidores, como el pago de servicios y otros tipos de transacciones básicas.

Ubicación de las Tiendas

Con 7,329 tiendas OXXO en México y cinco tiendas en Colombia, al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Comercio opera la mayor cadena de tiendas de conveniencia de Latinoamérica (en base al número de tiendas). Las tiendas OXXO están concentradas en el norte de México, pero también tienen una creciente presencia en el centro del país y en la costa del Golfo.



FEMSA Comercio ha expandido en forma agresiva el número de tiendas durante los últimos años. La inversión promedio requerida para abrir un nuevo local depende de la ubicación y el formato y el hecho de si la tienda se abrirá en un local existente o si se requiere la construcción de uno nuevo. Generalmente FEMSA Comercio puede recurrir al crédito de proveedores para financiar el inventario inicial de las nuevas tiendas.

Crecimiento Total de Tiendas OXXO

	Al 31 de diciembre del:				
	2009	2008	2007	2006	2005
Total tiendas OXXO	7,334	6,374	5,563	4,847	4,141
% de crecimiento en tiendas (respecto al año anterior).	15.1%	14.6%	14.8%	17.0%	19.5%

Actualmente, FEMSA Comercio espera mantener la tendencia de crecimiento registrada durante los últimos años, enfatizando el crecimiento en áreas de alto potencial económico en mercados existentes y expandiéndose hacia los mercados sub-atendidos o no explotados. Creemos que el sureste de México está especialmente sub-atendido por el sector de las tiendas de conveniencia.

La selección de la ubicación y la planificación previa a la apertura para optimizar los resultados de los nuevos locales son elementos importantes en el plan de crecimiento de FEMSA Comercio. La empresa revisa en forma permanente el desempeño de sus locales en comparación a ciertos estándares de operación y financieros para optimizar el desempeño general de la cadena. Las tiendas que no pueden mantener los niveles de desempeño de referencia por lo general se cierran. Entre el 31 de diciembre del 2005 y 2009, el número total de tiendas OXXO aumentó en 3,193, resultado de la inauguración de 3,283 nuevas tiendas y del cierre de 90 existentes.

Competencia

Los competidores principales de OXXO en el segmento de tiendas de conveniencia del mercado de comercio minorista se integran por 7-Eleven, Super Extra, Super City, Circle-K y AM/PM, así como otras cadenas regionales de tiendas de conveniencia. El formato de estas tiendas es similar al de las tiendas OXXO. OXXO compite tanto por los consumidores como por locales comerciales así como por los gerentes que operan las tiendas. En base a un estudio de mercado realizado por FEMSA Comercio, creemos que al 31 de diciembre de 2009 existían aproximadamente 11,688 tiendas en México que podrían considerarse parte del segmento de tiendas de conveniencia dentro del mercado de comercio al detalle. OXXO es la cadena más grande de México, operando casi dos terceras partes de estas tiendas. Por otra parte, FEMSA Comercio, con su presencia en los 32 estados del país, tiene una cobertura geográfica mucho más amplia que cualquiera de sus competidores en México.

Características del Mercado y de las Tiendas

Características del mercado

FEMSA Comercio pone cada vez mayor énfasis en la segmentación del mercado y en la diferenciación de los formatos de las tiendas para atender más apropiadamente las necesidades de sus clientes según su ubicación. Los principales segmentos incluyen zonas residenciales, centros comerciales y de oficinas, y tiendas cercanas a escuelas y universidades, así como otros tipos de ubicaciones especializadas.

Aproximadamente un 67% de los clientes de las tiendas OXXO se sitúa en el rango de edades de los 15 a los 35 años. FEMSA Comercio también segmenta el mercado según criterios demográficos, incluyendo el nivel de ingreso.

Características de las tiendas

El promedio del tamaño de una tienda OXXO es de aproximadamente 108 metros cuadrados, sin incluir el espacio dedicado a refrigeración, almacenamiento y estacionamiento. El área construida promedio de la tienda tipo es de aproximadamente 186 metros cuadrados y, si se incluye el estacionamiento, la superficie total promedio llega a ser de 441 metros cuadrados.

FEMSA Comercio—Indicadores Operativos

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2009	2008	2007	2006	2005
	(cambio porcentual respecto al año anterior)				
Ingresos totales	13.6%	12.0%	14.3%	18.7%	21.8%
Ventas mismas tiendas OXXO ⁽¹⁾	1.3%	0.4%	3.3%	8.2%	8.7%

(porcentaje del total)

Datos categoría cerveza:

Ventas de cerveza como % del total de ventas de las tiendas.....	15.1%	14.6%	13.4%	13.5%	13.0%
Ventas de cerveza en tiendas OXXO como % del volumen de FEMSA Cerveza	13.4%	12.3%	11.0%	9.9%	8.6%

⁽¹⁾ El crecimiento en ventas mismas tiendas se calcula al comparar las ventas de las tiendas que estuvieron en operación, por lo menos 13 meses, con las ventas de esas mismas tiendas durante el año anterior.

Cerveza, tiempo aire para celulares, refrescos y cigarrillos, representan los principales productos de venta para las tiendas OXXO. FEMSA Comercio tiene un contrato de distribución con FEMSA Cerveza. Conforme a este acuerdo, las tiendas de conveniencia OXXO solamente comercializan las marcas de cerveza producidas y distribuidas por FEMSA Cerveza. Como parte de la transacción con Heineken, las tiendas OXXO seguirán beneficiándose de la existente relación en la que FEMSA Cerveza (ahora parte de Heineken) continuará siendo el proveedor exclusivo de cerveza en OXXO hasta junio de 2020. Antes del 2001, las tiendas OXXO tenían acuerdos informales con los embotelladores de Coca-Cola, incluyendo los territorios en el centro de México de Coca-Cola FEMSA, para vender solamente sus productos. En 2001, una cantidad limitada de tiendas OXXO comenzó a vender productos Pepsi en algunas ciudades del norte de México, como parte de una estrategia competitiva defensiva.

Aproximadamente un 71% de las tiendas son operadas por gerentes independientes que son responsables de todos los aspectos relativos al funcionamiento de las tiendas. Los gerentes son agentes a comisión y no son empleados de FEMSA Comercio. Cada gerente de tienda es el patrón legal del personal de la misma, el cual típicamente se compone de seis personas. FEMSA Comercio invierte constantemente en personal operativo de cada local, con el objetivo de promover la lealtad, el servicio al cliente, así como para una rotación baja de su personal en las tiendas.

Publicidad y promoción

Los esfuerzos de FEMSA Comercio en materia de mercadeo incluyen tanto promociones de productos específicos como campañas de publicidad de imagen. Estas estrategias procuran incrementar el tráfico y las ventas de las tiendas así como reforzar el nombre y la posición de mercado de OXXO.

FEMSA Comercio administra su publicidad en tres niveles según la naturaleza y el alcance de la campaña en cuestión: local o específico de una tienda en particular, regional o nacional. Las campañas específicas de las tiendas, así como las campañas regionales, son controladas cuidadosamente para asegurar que se proyecte una imagen coherente con la imagen corporativa general de las tiendas OXXO y para evitar cualquier conflicto con las campañas nacionales. FEMSA Comercio utiliza primordialmente materiales promocionales en el punto de venta como folletos, volantes y avisos impresos, así como radio para sus campañas de promoción, si bien también usa esporádicamente la televisión para la introducción de nuevos productos y servicios. La imagen y el nombre de la marca de OXXO se presentan consistentemente en todas las tiendas, cualquiera que sea su ubicación.

Inventario y Compras

FEMSA Comercio ha puesto especial énfasis en mejorar su desempeño operativo. Como parte de estos esfuerzos, FEMSA Comercio sigue invirtiendo en sistemas de manejo de información para mejorar la administración de los inventarios. La recopilación electrónica de datos ha permitido a FEMSA Comercio reducir los niveles promedio de inventario. Las decisiones de reposición de inventarios se llevan a cabo según las necesidades de cada tienda en forma individual.

Consideramos que la escala de operaciones de la cadena OXXO proporciona a FEMSA Comercio una ventaja competitiva para lograr establecer alianzas estratégicas con sus proveedores. Las ofertas de las categorías generales se determinan a nivel nacional, pero las decisiones de compra se implementan según la naturaleza de la categoría de producto a nivel local, regional o nacional. Dada la fragmentación de la industria de comercio minorista mexicana en general, los productores mexicanos de cerveza, refrescos, pan, productos lácteos, botanas, cigarrillos y otros productos con alta frecuencia de consumo han creado sistemas propios de distribución con amplia cobertura de distribución directa. Como resultado, aproximadamente un 51% de los productos vendidos por la cadena OXXO es entregado directamente a las tiendas por los proveedores. Otros productos de vida más prolongada son distribuidos a las tiendas por el sistema de distribución de FEMSA Comercio, que incluye diez bodegas regionales ubicadas en Monterrey, México D.F., Guadalajara, Mexicali, Mérida, León, Obregón, Puebla, Chihuahua y Reynosa. Los centros de distribución operan una flota de 354 camiones que efectúan entregas a cada tienda aproximadamente una vez por semana.

Estacionalidad

Las tiendas OXXO experimentan periodos de gran demanda en diciembre, como resultado de la temporada navideña, y en julio y agosto, como resultado del aumento en el consumo de cerveza y refrescos durante los meses de calor en el verano. Noviembre y febrero son generalmente los meses de menores ventas en las tiendas OXXO. El clima frío en estos meses reduce el tráfico en la tienda y el consumo de bebidas frías.

Otras Tiendas

FEMSA Comercio también opera otras tiendas bajo los nombres de Bara, Six y Matador.

Otros Negocios

Nuestros otros negocios consisten en las siguientes operaciones que apoyan nuestras operaciones clave:

- Nuestras subsidiarias de refrigeradores comerciales, etiquetas y empaques flexibles. El negocio de refrigeración produce refrigeradores comerciales horizontales y verticales para la industria de los refrescos, de la cerveza y alimenticia, con una capacidad anual de 257,280 unidades al 31 de diciembre de 2009. En 2009, vendió 227,085 unidades de refrigeración, 45% a Coca-Cola FEMSA, 9% de las cuales se vendieron a FEMSA Cerveza y los refrigeradores restantes fueron vendidos a terceros. El negocio de etiquetas y empaques flexibles ubicado en Monterrey tiene una capacidad de producción de 335,081 miles de metros de empaque flexible por año. En 2009, vendió el 41% de su producción de etiquetas a FEMSA Cerveza, 20% a Coca-Cola FEMSA y el 39% a terceros. Consideramos que el crecimiento de estos negocios continuará reflejando la estrategia de comercialización de Coca-Cola FEMSA.
- Nuestra subsidiaria de servicios de logística provee servicios de logística a Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques, a las operaciones de empaque de FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y a ciertos clientes externos que abastecen o participan directamente en la industria mexicana de bebidas o bien en otras industrias. Este negocio provee apoyo logístico integrado a la cadena de abastecimiento de sus clientes, incluida la administración de los servicios de los transportistas y otros servicios de la cadena de abastecimiento.
- Una de nuestras subsidiarias es propietaria de la marca de refrescos *Mundet* y de ciertos equipos de producción de concentrado, los cuales están dados en licencia a, y son producidos y distribuidos por Coca-Cola FEMSA.
- Nuestra subsidiaria de servicios corporativos emplea a todo nuestro personal corporativo, incluyendo las áreas de finanzas, contabilidad corporativa, impuestos, legal, planeación financiera y estratégica, recursos humanos y auditoría interna. A través de esta subsidiaria, dirigimos, controlamos, supervisamos y evaluamos las operaciones de nuestras compañías subtenedoras. Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y nuestra subsidiaria de empaques pagan servicios administrativos como contraprestación por los servicios que se les presta. Adicionalmente, Coca-Cola FEMSA ha celebrado contratos de servicios, en virtud de los cuales paga cierta cantidad por servicios específicos. Como parte de la transacción con Heineken, la subsidiaria de servicios corporativos seguirá prestando algunos servicios a Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma (ahora parte de Heineken), por los cuales dicha entidad seguirá pagando.

Descripción de Propiedad, Planta y Equipo

Al 31 de diciembre de 2009 éramos propietarios de todas nuestras instalaciones de producción y de prácticamente todas las bodegas y centros de distribución. Nuestras propiedades consisten principalmente en plantas de producción y centros de distribución de cerveza y refrescos así como espacio de oficinas. Además, FEMSA Comercio es propietaria de aproximadamente 12.0% de los locales comerciales de OXXO, mientras que las otras tiendas están ubicadas en propiedades arrendadas bajo contratos a largo plazo con terceros.

La siguiente tabla indica la ubicación, uso principal y área de producción de nuestras instalaciones productivas y la compañía subtenedora que es propietaria de tales instalaciones:

Instalaciones productivas de FEMSA
Al 31 de diciembre de 2009

<u>Compañía Subtenedora</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Uso principal</u>	<u>Área de Producción</u> <u>(miles de metros</u> <u>cuadrados)</u>
Coca-Cola FEMSA			
<i>México</i>	San Cristóbal de las Casas, Chiapas	Embotellado de refrescos	45
	Cuautitlán, Estado de México.....	Embotellado de refrescos	35
	Los Reyes la Paz, Estado de México	Embotellado de refrescos	50
	Toluca, Estado de México	Embotellado de refrescos	242
	Celaya, Guanajuato.....	Embotellado de refrescos	87
	León, Guanajuato	Embotellado de refrescos	38
	Morelia, Michoacán.....	Embotellado de refrescos	50
	Ixtacomitán, Tabasco.....	Embotellado de refrescos	117
	Apizaco, Tlaxcala	Embotellado de refrescos	80
	Coatepec, Veracruz.....	Embotellado de refrescos	142
<i>Guatemala</i>	Guatemala.....	Embotellado de refrescos	47
<i>Nicaragua</i>	Managua	Embotellado de refrescos	54
<i>Costa Rica</i>	Calle Blancos, San José.....	Embotellado de refrescos	52
	Coronado, San José	Embotellado de refrescos	14
<i>Panamá</i>	Panamá	Embotellado de refrescos	29
<i>Colombia</i>	Barranquilla	Embotellado de refrescos	37
	Bogotá	Embotellado de refrescos	105
	Bucaramanga	Embotellado de refrescos	26
	Cali	Embotellado de refrescos	76
	Manantial.....	Embotellado de refrescos	67
Medellín.....	Embotellado de refrescos	47	
<i>Venezuela</i>	Antimano	Embotellado de refrescos	15
	Barcelona.....	Embotellado de refrescos	141
	Maracaibo.....	Embotellado de refrescos	68
	Valencia.....	Embotellado de refrescos	100
<i>Brasil</i>	Campo Grande.....	Embotellado de refrescos	36
	Jundiá	Embotellado de refrescos	191
	Mogi das Cruzes	Embotellado de refrescos	119
	Belo Horizonte.....	Embotellado de refrescos	73
<i>Argentina</i>	Alcorta.....	Embotellado de refrescos	73
	Monte Grande, Buenos Aires	Embotellado de refrescos	32

**Instalaciones productivas de FEMSA
Al 31 de diciembre de 2009**

<u>Compañía Subtenedora</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Uso principal</u>	<u>Área de Producción (miles de metros cuadrados)</u>	
FEMSA Cerveza				
<i>México</i>	Tecate, Baja California	Cervecería	586	
	Toluca, Estado de México	Cervecería	375	
	Guadalajara, Jalisco	Cervecería	117	
	Monterrey, Nuevo León	Cervecería	445	
	Navojoa, Sonora	Cervecería	548	
	Orizaba, Veracruz	Cervecería	281	
	Pachuca, Hidalgo	Maltera	31	
	San Marcos, Puebla	Maltera	110	
	Ensenada, Baja California	Latas de bebidas	33	
	Toluca, Estado de México	Latas de bebidas	34	
	Monterrey, Nuevo León	Hermetapas y tapas de latas	51	
	Acayucan, Veracruz	Mina de arena sílica	9	
	Nogales, Veracruz	Decoración de botellas	26	
	Orizaba, Veracruz	Botellas de vidrio	29	
	<i>Brasil</i>	Jacareí	Cervecería	72
		Ponta Grossa	Cervecería	44
Araraquara		Cervecería	38	
Feira de Santana		Cervecería	26	
Pacatuba		Cervecería	38	
Gravataí		Cervecería	23	
Cuiabá		Cervecería	20	
Manaus		Cervecería	11	

Seguros

Mantenemos una póliza de seguros de “todo riesgo” cubriendo nuestras propiedades (propias y arrendadas), maquinaria y equipo e inventarios, así como pérdidas ocasionadas por interrupciones en el negocio. La póliza cubre daños causados por desastres naturales, incluyendo huracanes, granizo, terremotos y daños causados por actos humanos, incluyendo, explosiones, incendios, vandalismo, alboroto y pérdidas incurridas en conexión con bienes en tránsito. Además, mantenemos una póliza de seguro sobre responsabilidades de “todo riesgo” que cubre responsabilidades por la fabricación de productos. Compramos nuestra cobertura de seguros a través de un corredor de seguros. Las pólizas de seguro sobre propiedades “todo riesgo” y sobre responsabilidades de “todo riesgo” son emitidas por ACE Seguros, S.A., y la cobertura es parcialmente reasegurada en el mercado internacional de reaseguradoras. Consideramos que nuestra cobertura es consistente con la cobertura mantenida por empresas similares que operan en México.

Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo

Nuestras inversiones en activo fijo por los años terminados el 31 de diciembre del 2009, 2008 y 2007 fueron de Ps. 13,178 millones, Ps. 14,234 millones y Ps. 11,257 millones, respectivamente, y fueron en su mayor parte financiadas por efectivo generado por las operaciones de nuestras subsidiarias. Estas cantidades fueron invertidas de la siguiente manera:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2009	2008	2007
	(en millones de pesos mexicanos)		
Coca-Cola FEMSA	Ps. 6,282	Ps. 4,802	Ps. 3,682
FEMSA Cerveza	4,111	6,418	5,373
FEMSA Comercio	2,668	2,720	2,112
Otros	117	294	90
Total	Ps. 13,178	Ps. 14,234	Ps. 11,257

Coca-Cola FEMSA

Durante 2009, la inversión en activo fijo de Coca-Cola FEMSA se enfocó principalmente en incrementar la capacidad de producción mejorar la eficiencia del sistema de distribución, la cobertura de refrigeradores con detallistas, tecnologías de información, botellas retornables y cajas. La inversión en activo fijo en México fue aproximadamente Ps. 2,710 millones, representando aproximadamente 43% del total invertido por Coca-Cola FEMSA.

FEMSA Cerveza

Producción

Durante 2009, FEMSA Cerveza invirtió aproximadamente Ps. 653 millones en la mejora y sustitución de equipo para sus plantas cerveceras. La capacidad instalada mensual de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2009 era de 4.86 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad instalada anual de 58.3 millones de hectolitros. Además, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 295 millones para mejoras de sus instalaciones y equipos en sus plantas de latas de bebidas y botellas de vidrio.

Distribución

En 2009, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 387 millones en su red de distribución. Aproximadamente Ps. 276 millones de este monto se invirtió en el reemplazo de camiones de la flota de distribución, Ps. 70 millones en terrenos, edificios y mejoras a propiedades arrendadas destinadas a distintas funciones de distribución, y los Ps. 41 millones restantes en otras inversiones relacionados con distribución.

Inversiones de mercado

Durante 2009, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 2,154 millones en actividades relacionadas con el mercado y el apoyo a las marcas en el mercado nacional. Aproximadamente 53% de estas inversiones se destinó a arreglos con clientes y apoyo comercial a distribuidores propios e independientes. Las inversiones en estos acuerdos con plazos superiores a un año se capitalizan y amortizan durante la vigencia del arreglo. En términos generales, los arreglos con los clientes de FEMSA Cerveza se celebraban por un periodo de cuatro a cinco años. Otras inversiones de mercado incluyen la compra de equipos de refrigeración, hieleras, y anuncios publicitarios. Estos artículos se colocaban en los comercios detallistas con el fin de facilitar la capacidad del detallista para servir al cliente y fomentar la imagen y perfil de las marcas de FEMSA Cerveza.

Inversiones en tecnología de información y Otros

Adicionalmente, durante el 2009, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 622 millones en proyectos de software.

FEMSA Comercio

La principal actividad de inversión de FEMSA Comercio es la construcción y apertura de tiendas nuevas. Durante el 2009, FEMSA Comercio abrió 960 tiendas nuevas netas. El monto invertido por FEMSA Comercio en el 2009, fue de Ps. 2,668 millones, los cuales se destinaron a la adición de nuevas tiendas, centros de distribución y a mejoras en las propiedades arrendadas.

Asuntos Regulatorios

Legislación sobre Competencia

La Ley Federal de Competencia Económica entró en vigencia el 22 de junio de 1993. La Ley Federal de Competencia Económica y el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, vigente desde el 13 de octubre de 2007, regulan a los monopolios y las prácticas monopólicas y exigen la aprobación del gobierno mexicano para ciertas fusiones y adquisiciones. La Ley Federal de Competencia Económica somete además las operaciones de ciertas compañías mexicanas, incluyendo la nuestra, a un control reglamentario. Además, el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica prohíbe a los miembros de cualquier asociación comercial el concertar acuerdos relativos al precio de sus productos. La administración estima que estamos actualmente en cumplimiento con todos los aspectos materiales respecto a la legislación de competencia mexicana.

En México y en algunos otros países en los cuales operamos, estamos involucrados en procedimientos en curso relacionados a la competencia económica. Creemos que el resultado de estos procedimientos no tendrá un efecto material

adverso en nuestra situación financiera. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales—Coca-Cola FEMSA—Asuntos de competencia”.

Impuestos sobre bebidas carbonatadas

Todos los países en donde opera Coca-Cola FEMSA excepto en Panamá, gravan la venta de bebidas carbonatadas con un impuesto al valor agregado, con un tasa del 16% en México a partir de enero de 2010 (15% hasta finales de 2009), 12% en Guatemala, 15% en Nicaragua, 13% en Costa Rica, 16% en Colombia (aplicado únicamente a la primera venta en la cadena de suministro), 12% en Venezuela (a partir de abril 2009), 17% (en Mato Grosso do Sul) y, 18% (São Paulo) en Brasil y 21% en Argentina.. Adicionalmente, algunos de los países en donde opera Coca-Cola FEMSA aplican los siguientes impuestos especiales o de otro tipo:

- En Guatemala hay un impuesto especial de 0.18 centavos en moneda local (Ps. 0.28 al 31 de Diciembre de 2009), por cada litro de bebida carbonatada.
- Costa Rica implementó un impuesto específico a las bebidas no alcohólicas embotelladas basados en la combinación de tipo de empaque y sabor; un 5% de impuesto especial en marcas locales, 10% de impuesto en marcas extranjeras y 14% en mezclas, así como otro impuesto específico a las bebidas sin alcohol de 14.39 colones (Ps. 0.33 al 31 de diciembre de 2009) por cada 250 ml.
- Nicaragua impone un 9% de impuesto al consumo y los municipios implementaron un impuesto de 1% sobre los ingresos brutos de Coca-Cola FEMSA en Nicaragua.
- Panamá impone un 5% de impuesto con base en el costo del bien producido.
- Brasil impone un impuesto estatal en promedio a la producción de 4.9% y un impuesto en promedio a las ventas de 7.8% ambos tasados por el gobierno federal. La mayoría de estos impuestos son fijos, basados en los precios promedio de venta de cada estado en donde Coca-Cola FEMSA opera (VAT) o fijo por el gobierno federal (impuesto sobre el consumo y las ventas).
- Argentina impone un impuesto especial de 8.7% a las bebidas carbonatadas que contienen menos 5% de jugo de limón o menos de 10% de jugo de fruta y un impuesto especial de 4.2% a las bebidas carbonatadas de sabor con 10% o más de jugo de fruta y al agua carbonatada, aunque este impuesto especial no aplica para ciertos productos de Coca-Cola FEMSA.

Asuntos Ambientales

En todos los países en donde operamos, nuestros negocios están sujetos a leyes y reglamentos federales y estatales relacionados con la protección del medio ambiente.

México

En México, la principal legislación es la: *Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente* (o Ley Federal General del Ambiente), la *Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos*, las cuales se aplican bajo la competencia de la *Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales* (“SEMARNAT”). La SEMARNAT puede entablar procedimientos administrativos y penales contra las empresas que violen las leyes ambientales, y también está facultada para clausurar temporalmente las plantas que las incumplan. Bajo la ley mexicana, han sido promulgadas reglas referentes a contaminación de aire, agua y ruido así como respecto a sustancias peligrosas. En particular, las leyes y regulaciones ambientales de México nos obligan a presentar informes periódicos respecto emisiones de agua y aire y desechos y sustancias peligrosas, y establecen normas para las descargas de aguas residuales aplicables a nuestras operaciones. También estamos sujetos a ciertas restricciones mínimas aplicables a las operaciones de los camiones de reparto de productos en México D.F. Hemos implementado diversos programas destinados a facilitar el cumplimiento de normas sobre aire, desechos, ruido y energía establecidas conforme a las regulaciones ambientales federales y estatales vigentes, incluyendo un programa para instalar convertidores catalíticos y gas líquido de petróleo en los camiones de reparto para nuestras operaciones en México D.F. Véase “—Coca-Cola FEMSA—Distribución del Producto”.

Adicionalmente, estamos sujetos a la *Ley de Aguas Nacionales*, también aplicada bajo la competencia de la Comisión Nacional del Agua o CONAGUA. Adoptada en diciembre de 1992, la ley dispone que las plantas en México que utilicen pozos de agua como fuente en los requerimientos de agua deberá pagar derechos a la ciudad por la descarga de aguas residuales en el drenaje. De conformidad con esta ley,, ciertas autoridades locales hacen pruebas sobre la calidad de la

descarga de aguas residuales e imponen una cuota adicional a las plantas por medidas que excedan ciertas normas publicadas por la CONAGUA. Todas las plantas de Coca-Cola FEMSA localizadas en la ciudad de México y la planta de Toluca, cumplieron con estos nuevos estándares desde el 2001.

Coca-Cola FEMSA de México, estableció una sociedad con The Coca-Cola Company y ALPLA, un proveedor de botellas de plástico, para Coca-Cola FEMSA en México para crear "*Industria Mexicana de Reciclaje*" (IMER), una planta para el reciclaje de PET ubicada en Toluca, México. Esta planta comenzó operaciones en 2005 y tiene una capacidad de reciclaje de 25,000 toneladas métricas al año, de las cuales 15,000 toneladas métricas pueden ser reutilizadas para botellas PET de grado alimenticio. Coca-Cola FEMSA también ha continuado contribuyendo con aportaciones económicas a una compañía encargada del reciclaje de PET a nivel nacional llamada Ecología y Compromiso Empresarial. Adicionalmente, las plantas de Coca-Cola FEMSA ubicadas en Toluca, Reyes, Cuautitlán, Apizaco, San Cristóbal, Morelia, Ixtacomitán y Coatepec han recibido el "Certificado de Industria Limpia".

Como parte de nuestras estrategias de protección y sustentabilidad, algunas de nuestras subsidiarias han celebrado un contrato de suministro de energía eólica con Energía Alterna Istmeña S. de R.L. de C.V. para recibir suministro de energía eléctrica en las plantas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza, así como en muchas tiendas OXXO. El Parque Eólico será enteramente financiado por el proveedor y estará localizado en el estado de Oaxaca y se espera que generará 220 megawatts. Anticipamos que el suministro de energía eólica comenzará en el 2011.

Además, como parte de las estrategias de protección y sustentabilidad de Coca-Cola FEMSA, en diciembre de 2009, algunas de sus afiliadas, en conjunto con terceros, celebraron un acuerdo de generación y suministro de energía eólica con una subsidiaria de GAMESA Energía, S.A. para suministrar a la planta en Toluca, México, que es propiedad de Propimex, S.A. de C.V., subsidiaria de Coca-Cola FEMSA. La planta, que está localizada en La Ventosa, Oaxaca, se espera que generará aproximadamente 100 mil horas de megawatt anuales. Los servicios de suministro de energía comenzaron en Abril de 2010.

Centroamérica

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Centroamérica están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales, estatales y municipales relacionados con la protección al medio ambiente, las cuales han sido aplicadas en los últimos diez años, debido a que ha aumentado, en esta región, la conciencia sobre la protección al medio ambiente y el desecho de materiales peligrosos y tóxicos así como el uso del agua. En algunos países de Centroamérica, Coca-Cola FEMSA se encuentra en el proceso de adaptar sus operaciones para cumplir con las nuevas leyes ambientales en el tiempo establecido por las autoridades correspondientes. Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica y Panamá han participado en un esfuerzo conjunto junto con las divisiones locales de The Coca-Cola Company llamado Misión Planeta para la recolección y reciclaje de botellas de plástico no retornables.

Colombia

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Colombia están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales y estatales colombianas relacionadas con la protección del medio ambiente y el manejo de aguas residuales y desecho de materiales tóxicos y peligrosos. Estas leyes incluyen el control de emisiones atmosféricas, emisiones de ruido, tratamiento de aguas residuales y estrictas limitaciones en el uso de clorofluorocarbonos. Coca-Cola FEMSA también está involucrada en campañas nacionales para la colección y reciclaje de botellas de vidrio y plástico Coca-Cola FEMSA cuenta con la "Certificación Ambiental Fase IV" para cada una de sus plantas en Colombia.

Venezuela

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Venezuela están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales, estatales y municipales relacionados con la protección al medio ambiente. Las leyes más relevantes sobre la materia son la Ley Orgánica del Ambiente, la Ley Sobre Sustancias, Materiales y Desechos Peligrosos, la Ley Penal del Ambiente y la Ley de Aguas. Desde la aplicación de la Ley Orgánica del Medio Ambiente en 1995, la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Venezuela ha presentado a las autoridades competentes planes para traer sus instalaciones de producción y centros de distribución a cumplimiento con la ley, que en su mayoría consisten en construir y expandir la capacidad de las plantas de tratamiento de agua en las instalaciones de Coca-Cola FEMSA. Aún y cuando Coca-Cola FEMSA ha tenido que ajustar algunos de sus calendarios originalmente propuestos debido a retrasos de construcción, en 2009, Coca-Cola FEMSA completó la construcción y recibió todos los permisos requeridos para operar una nueva planta de tratamiento de agua en su planta embotelladora ubicada en la ciudad de Barcelona. Al final de 2009, Coca-Cola FEMSA también acordó con las autoridades correspondientes, construir una planta de tratamiento de agua en Valencia dentro de los próximos 18 meses. Coca-Cola FEMSA espera completar los proyectos planta de tratamiento de agua en el resto de sus instalaciones durante la

primera mitad del 2011. Coca-Cola FEMSA se encuentra en el proceso de obtener la certificación ISO 14000 para todas sus plantas en Venezuela.

Brasil

Las operaciones de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA en Brasil están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales, estatales y municipales relacionados con la protección al medio ambiente. Entre las leyes y reglamentos más relevantes están aquellas que tratan sobre la emisión de gases tóxicos y peligrosos, desecho de residuos sólidos y el desecho de aguas residuales, los cuales imponen sanciones, como multas, clausura e instalaciones o cargos criminales dependiendo del nivel de incumplimiento.

La planta de producción de Coca-Cola FEMSA localizada en Jundiá ha sido reconocida por las autoridades Brasileñas por su cumplimiento con los reglamentos ambientales y por tener normas superiores a aquellas impuestas por la ley. La planta ha sido certificada bajo (i) ISO 9001 desde marzo de 1995, (ii) ISO 14001 desde marzo de 1997, (iii) norma OHSAS 18001 desde 2005 y (iv) ISO 22000 desde 2007. El resto de las plantas en Brasil de FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA también están certificadas bajo ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

En Brasil es necesario obtener concesión del gobierno para llevar a cabo actividades de drenaje. Las plantas de Coca-Cola FEMSA en Brasil han obtenido esta concesión, excepto Mogi das Cruzes, donde ha comenzado oportunamente el proceso de obtenerla. Coca-Cola FEMSA se encuentra en proceso de expandir la capacidad de su planta de tratamiento de agua en sus instalaciones en Jundiá, que se espera se completen en 2010.

En Brasil, un reglamento municipal de la Ciudad de São Paulo, implementado a raíz de la Ley 13.316/2002, entró en vigor en Mayo de 2008. Este reglamento requiere que Coca-Cola FEMSA recolecte para reciclaje un porcentaje anual de botellas de plástico hechas de PET vendidas en la municipalidad; dicho porcentaje incrementa cada año. A mayo de 2009, se requería recolectar para reciclaje el 50% de las botellas de PET vendidas en la Ciudad de São Paulo y para mayo de 2010, se requiere recolectar para reciclaje el 75% de las botellas de PET vendidas para reciclaje y 90% para mayo 2011. Actualmente, Coca-Cola FEMSA no es capaz de recolectar el volumen entero requerido de las botellas de PET vendidas en la Ciudad de São Paulo para reciclaje. Si Coca-Cola FEMSA no reúne los requisitos de este reglamento, que son más onerosos que los impuestos por países con los estándares de reciclaje más altos, podría ser multada y ser sujeta a otras sanciones, tal como la suspensión de operaciones en cualquiera de sus plantas y/o centros de distribución ubicados en la Ciudad de São Paulo. En mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA, junto con otros embotelladores en São Paulo, a través de la Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não-alcoólicas (Asociación Brasileña de Refrescos y Bebidas No-Alcohólicas o ABIR), presentó un recurso solicitando a una corte que invalidara este reglamento basándose en imposibilidad de cumplimiento. A través de ABIR, Coca-Cola FEMSA está negociando la reducción de los porcentajes de reciclaje y tiempos más razonables para su cumplimiento. Además, en noviembre de 2009, en respuesta a un requerimiento de la autoridad municipal para que Coca-Cola FEMSA demostrara el destino de las botellas de PET vendidas en São Paulo, presentó un recurso mostrando todos sus programas de reciclaje y requiriendo un periodo más práctico para cumplir con los requisitos de la ley. Coca-Cola FEMSA se encuentra actualmente esperando la decisión sobre ambos asuntos.

Argentina

Nuestras operaciones en Argentina están sujetas a las leyes federales y provinciales de Argentina destinadas a proteger el medio ambiente. Las más significativas de estas normas son las que se refieren a las descargas de aguas residuales, que se aplican dentro del ámbito de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable y el Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible para la provincia de Buenos Aires. La planta de Coca-Cola FEMSA Buenos Aires instalada en Alcorta cumple y se encuentra en cumplimiento con las normas ambientales y ha sido certificada por ISO 14001:2004 por las plantas y unidades operativas en Buenos Aires.

Coca-Cola FEMSA en todas sus plantas a lo largo de sus operaciones emplea dos sistemas de administración ambiental: (i) Sistema Integral de Calidad (SICKOF) y (ii) Sistema de Administración Ambiental (EKOSYSTEM). Consideramos que las actividades de Coca-Cola FEMSA no representen un riesgo material al ambiente, y que dichas actividades se encuentran en cumplimiento material con todas las leyes y reglamentos aplicables.

Coca-Cola FEMSA ha gastado y muy probablemente sigamos utilizando fondos para el cumplimiento y remediación según leyes y reglamentos locales en materia de medio ambiente. No creemos que dichos costos tengan un efecto adverso significativo en el estado de resultados o condición financiera de Coca-Cola FEMSA. Sin embargo, ya que las leyes y reglamentos en materia de medio ambiente y su ejecución se han vuelto cada vez más estrictos en los territorios donde Coca-Cola FEMSA opera y que existe una conciencia creciente por parte de las autoridades locales respecto al cumplimiento de estándares medioambientales en los países en los que opera, un aumento en costos reflejaría un efecto adverso en los estados

de resultados futuros o condición financiera de Coca-Cola FEMSA. La administración de Coca-Cola FEMSA no tiene conocimiento de cambios significativos en reglamentos que requieran importantes inversiones.

Otras regulaciones

En diciembre de 2009, el gobierno Venezolano emitió un decreto requiriendo una reducción en el consumo de energía de al menos 20% para compañías industriales cuyo consumo es mayor a dos megawatts por hora y a someterse a un plan de reducción de uso de energía. Algunas de las operaciones de embotellamiento de Coca-Cola FEMSA en Venezuela, fuera de Caracas, se encontraban en este supuesto y se sometieron a un plan, que incluía la compra de generadores para sus plantas. En enero de 2010, el gobierno Venezolano subsecuentemente implementó recortes de energía y otras medidas para todas las industrias en Caracas cuyo consumo fuera mayor a 35 kilowatts por hora. Todos los centros de embotellado y distribución de Coca-Cola FEMSA, así como sus oficinas administrativas se encontraban en este supuesto.

En Enero de 2010, el gobierno Venezolano reformó la Ley para la Defensa y Acceso a las Personas a los Bienes y Servicios. Cualquier violación por una compañía que produce, distribuye y vende bienes y servicios podría llevar a, entre otras consecuencias, multas, penalidades o la confiscación de los activos usados para producir, distribuir y vender dichos productos sin compensación. Aunque creemos que Coca-Cola FEMSA cumple con esta ley, las leyes de protección al consumidor en Venezuela están sujetas a revisiones y cambios constantes y cualquiera de dichos cambios puede impactar adversamente a Coca-Cola FEMSA.

Ley de Suministro de Agua

En México, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza compran agua de compañías de aguas municipales y bombean agua de pozos y ríos de acuerdo con concesiones otorgadas por el gobierno mexicano a cada planta. El uso del agua en México está regulado principalmente por la Ley de Aguas Nacionales de 1992 y las regulaciones derivadas que crearon la Comisión Nacional del Agua. La Comisión Nacional del Agua está a cargo de vigilar el uso del sistema nacional de agua. Conforme a la Ley de Aguas Nacionales de 1992 las concesiones para el uso de un volumen específico de agua subterránea o de superficie generalmente tienen una vigencia de cinco, diez o quince años dependiendo del suministro de agua subterránea en cada región según proyecciones de la Comisión Nacional del Agua. Los concesionarios pueden solicitar la renovación de los plazos de los títulos de concesión una vez vencidos dichos plazos. El gobierno mexicano tiene la facultad de reducir el volumen de agua subterránea o de superficie concesionada para uso por el volumen que el concesionario no utilice durante dos años consecutivos. Sin embargo, debido a que las concesiones actuales para cada una de las plantas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza en México no coinciden con las necesidades proyectadas de las plantas respecto al agua en años futuros, negociamos exitosamente con el gobierno mexicano el derecho de transferir el volumen no utilizado bajo concesiones de una planta a otra planta, anticipando un mayor uso de agua en el futuro. Estas concesiones podrían darse por terminadas sí, entre otros, utilizamos más agua de la permitida o incumplimos con los pagos relacionados con la concesión y no solucionamos dichas situaciones de forma oportuna.

A pesar de que no hemos realizado estudios independientes para confirmar la suficiencia del suministro de agua subterránea actual o futura creemos que nuestras concesiones vigentes satisfacen nuestras necesidades de agua actualmente en México.

En Argentina, una compañía estatal de agua suministra a la planta de Coca-Cola FEMSA en Alcorta de manera limitada; sin embargo, creemos que la cantidad autorizada es suficiente para lo que requiere Coca-Cola FEMSA en esta planta. El agua es bombeada de pozos pertenecientes a Coca-Cola FEMSA en su planta de Monte Grande en Argentina, sin necesidad de permiso o licencia específico alguno

En Brasil utilizamos agua que adquirimos directamente de compañías municipales y también obtenemos agua de nuestros pozos o ríos (planta Mogi das Cruzes y plantas de FEMSA Cerveza) de conformidad con las concesiones otorgadas por el gobierno de Brasil para cada planta. En Brasil, de acuerdo a la constitución, el agua es considerada como un activo de uso común y sólo puede ser explotada para el interés de la nación, por brasileños o compañías constituidas bajo las leyes de Brasil. Los comerciantes y usuarios son responsables por los daños ocasionados al medio ambiente. La explotación y utilización del agua se encuentra regulada por el Código de Mineração (Decreto n°. 227/67), por el Código de Águas Minerais (Decreto n°. 7841/45), por la Política de Recursos Nacionales de Agua (Ley n°. 9433/97) y por las regulaciones emitidas para tales efectos. Las compañías que explotan el agua son supervisadas por el Departamento Nacional de Produção Mineira (DNPM) y la Agencia Nacional de Aguas, en conjunto con autoridades de sanidad, federales, de salud, así como autoridades estatales y municipales. En las plantas de Coca-Cola FEMSA de Jundiá y Belo Horizonte no explotamos agua mineral. En las plantas de Mogi das Cruzes y Campo Grande contamos con todos los permisos necesarios para la obtención de agua mineral.

En Colombia, además de agua natural de manantial, Coca-Cola FEMSA obtiene el agua directamente de sus pozos y de compañías públicas locales. Coca-Cola FEMSA está obligado a tener una concesión específica para explotar el agua de fuentes naturales. El uso del agua se encuentra regulada por la ley n° 9 de 1979 y decretos n° 1594 de 1984 y n° 2811 de 1974. Las compañías que explotan agua son supervisadas por el Instituto Nacional de Recursos Naturales.

En Nicaragua y Costa Rica, Coca-Cola FEMSA es propietario y explota sus propios pozos de agua a través de concesiones gubernamentales. En Guatemala no se requiere licencia o permiso alguno para explotar agua de pozos privados en las plantas de Coca-Cola FEMSA. En Venezuela Coca-Cola FEMSA también usa sus propios pozos de agua privados, así como agua suministrada por las municipalidades, y Coca-Cola FEMSA ha tomado las medidas adecuadas, incluyendo medidas para cumplir con la regulación sobre agua, para tener suministro de agua de estas fuentes.

No podemos garantizar que haya disponibilidad suficiente de agua para cubrir las necesidades futuras de producción, que seamos capaces de mantener nuestras concesiones actuales o que reglamentos adicionales relacionados con la utilización del agua no vayan a ser adoptados en un futuro en nuestros territorios. Consideramos que cumplimos materialmente con los términos de nuestras concesiones de agua vigentes y que estamos en cumplimiento con todas las regulaciones de agua relevantes.

PUNTO 4A. COMENTARIOS DE LA COMISIÓN DE MERCADO DE VALORES DE ESTADOS UNIDOS NO RESUELTOS

Ninguno

PUNTO 5. RESULTADOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS Y PERSPECTIVAS

El siguiente análisis debe leerse en conjunto y está completamente referenciado a nuestros estados financieros consolidados, incluyendo las notas de los mismos. Nuestros estados financieros consolidados fueron preparados de acuerdo a las Normas de Información Financiera, las cuales difieren en ciertos aspectos de las U.S. GAAP. Las Notas 26 y 27⁽³⁾ de nuestros estados financieros consolidados incluyen una descripción de las principales diferencias entre las Normas de Información Financiera y los U.S. GAAP que afectan a la Compañía, una conciliación a U.S. GAAP de la utilidad neta y del capital contable, así como un estado de situación financiera, un estado de resultados y de la utilidad integral y flujo de efectivos presentados bajo U.S. GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo Normas de Información Financiera, y un estado consolidado para las variaciones en las cuentas de capital contable por los años terminados el 31 de diciembre de 2008 y 2009, así como una conciliación bajo U.S. GAAP de la utilidad neta y del capital contable. Véase “—Conciliación U.S. GAAP.”

Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres

La administración actualmente considera importantes los siguientes acontecimientos, tendencias e incertidumbres para comprender los resultados de sus operaciones y la situación financiera durante los periodos analizados en esta sección:

- Mientras que las operaciones mexicanas de Coca-Cola FEMSA continúan con crecimiento firme pero a ritmo moderado, las operaciones en Centro y Sudamérica están creciendo a ritmos acelerados. La marca *Coca-Cola*, en conjunto con la reciente adquisición de bebidas no carbonatadas, generaron la mayoría del crecimiento en volumen.
- En FEMSA Cerveza el volumen de ventas de cerveza disminuyó en México y Brasil y creció en el mercado de exportación. El alto precio de las materias primas, particularmente la cebada, representaron en el 2009 incertidumbre en nuestra estructura de costos. Desde el 1° de enero de 2005, Heineken USA ha estado distribuyendo las marcas de FEMSA Cerveza en los Estados Unidos con resultados muy favorables; y hemos firmado un acuerdo que extiende esta relación comercial hasta diciembre de 2017.
- FEMSA Comercio aceleró su tasa de apertura de tiendas y continúa creciendo en términos de ingresos totales y como porcentaje de nuestros ingresos totales consolidados. FEMSA Comercio tiene márgenes de operación más bajos que nuestros negocios de bebidas. Esperamos continuar la expansión de la cadena OXXO durante 2010.

Los resultados de nuestras operaciones y nuestra situación financiera se ven afectados por las condiciones económicas y de mercado vigentes en los países donde nuestras subsidiarias conducen sus operaciones, particularmente en

⁽³⁾ Las Notas 26 y 27 aquí referidas, relativas a U.S. GAAP, no están contenidas en los estados financieros de este reporte anual debido a que no son requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras

México. Una cantidad de factores influyen en los cambios en estas condiciones, incluyendo los analizados en el “Punto 3. Información General - Factores de Riesgo”.

Eventos Recientes

El 27 de febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA anunció que había completado exitosamente la transacción con Bavaria, una subsidiaria de SABMiller, para adquirir en conjunto con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada Brisa (incluyendo la marca *Brisa* y los activos de producción). Al 1 de junio 2009, Coca-Cola FEMSA vende y distribuye el portafolio de Brisa en Colombia. Esta transacción facilita el continuo crecimiento de presencia de Coca-Cola FEMSA en el negocio de agua, y complementa su portafolio de marcas. El precio de compra establecido fue de US\$92 y fue compartido de forma equitativa entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company.

En Julio 2009, Coca-Cola FEMSA pagó los vencimientos relacionados con el Bono Yankee asumidos en la adquisición de Panamco por la cantidad de US\$ 265 millones y el vencimiento de un Certificado Bursátil por la cantidad de Ps. 500 millones, ambos pagados con con flujo generado por nuestras operaciones.

El 11 de enero de 2010, FEMSA anunció que su Consejo de Administración aprobó unánimemente un acuerdo definitivo bajo el cual FEMSA intercambiaría su negocio de FEMSA Cerveza por una participación económica del 20% de Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo. Bajo los términos del acuerdo, FEMSA recibirá 43,018,320 acciones de Heineken Holding N.V. y 72,182,201 acciones de Heineken N.V., de las cuales 29,172,502 acciones serán entregadas mediante un instrumento de entrega de acciones asignadas. Se espera que las acciones asignadas sean adquiridas por Heineken en el mercado secundario y sean entregadas a FEMSA durante un periodo que no exceda cinco años. Sin embargo, durante el plazo de entrega de las acciones asignadas, FEMSA estará sujeta a todos los beneficios económicos, así como también a los riesgos y obligaciones del Grupo Heineken como si dichas acciones hubieran sido entregadas al cierre de la transacción, el 30 de abril de 2010. Heineken también asumirá US\$ 2,100 millones de deuda incluyendo obligaciones no fondeadas del plan de pensiones de FEMSA Cerveza. Los principales términos de los documentos de la transacción Heineken se encuentran resumidos más adelante. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales”.

El 11 de enero de 2010, Coca-Cola FEMSA informó que las autoridades gubernamentales Venezolanas anunciaron la devaluación de su moneda, el Bolívar y el establecimiento de un sistema de tipo de cambio múltiple que estipula: (1) 2.60 bolívares por \$1 dólar para categorías de alta prioridad, (2) 4.30 bolívares por \$1 dólar para categorías no prioritarias y (3) el reconocimiento de la existencia de otros tipos de cambio que el gobierno determinará posteriormente. Esperamos que este evento tendrá un efecto sobre nuestros resultados financieros, incrementando nuestros gastos de operación como resultado del cambio en el tipo de cambio aplicado a los costos de nuestras materias primas denominadas en dólares americanos, reduciendo nuestros resultados de operación venezolanos al traducirlos a nuestra moneda reportada, el peso mexicano. A partir de enero de 2010, de conformidad con prácticas contables, el tipo de cambio que se utilizará para traducir nuestros estados financieros, será 4.30 bolívares por dólar americano. Al 31 de diciembre de 2009, los estados financieros eran reportados en pesos mexicanos usando un tipo de cambio de 2.15 bolívares por dólar estadounidense. Como resultado de esta devaluación, el balance general de las subsidiarias venezolanas de Coca-Cola FEMSA reflejará una reducción en el capital contable de aproximadamente Ps. 3,700 millones, a partir de enero de 2010. La devaluación de los bolívares no representó pérdidas cambiarias significativas en enero de 2010 como consecuencia de la nueva medición de partidas monetarias denominadas en dólares que se tenían al 31 de diciembre de 2009.

El 5 de febrero de 2010, Coca-Cola FEMSA anunció la exitosa colocación de deuda por un monto total de US\$ 500 millones de dólares con vencimiento en 2020, con un rendimiento de 4.689% (Bono del Tesoro de EUA + 105 puntos base) con un cupón de 4.625%.

El 25 de febrero y 16 de abril de 2010, Coca-Cola FEMSA pagó sus bonos denominados en peso mexicanos, Certificado Bursátil KOF 09 y Certificado Bursátil KOF 03-3 a su vencimiento por un monto total de Ps. 2,000 millones y Ps. 1,000 millones, respectivamente.

El 10 de marzo de 2010, FEMSA anunció que sus subsidiarias firmaron un acuerdo con subsidiarias de The Coca-Cola Company para modificar el Convenio de Accionistas de Coca-Cola FEMSA. El propósito principal del acuerdo es establecer que el nombramiento y compensación del director general y los ejecutivos que le reportan, así como las decisiones relacionadas con la operación ordinaria de Coca-Cola FEMSA requieren solo del voto afirmativo de la mayoría simple del consejo de administración. Las decisiones que por su naturaleza son extraordinarias (como lo serían la adquisición de empresas o combinaciones con las mismas, entre otras) continuarán requiriendo del voto de la mayoría de los consejeros, incluyendo el voto afirmativo de dos de los consejeros nombrados por The Coca-Cola Company. Esta modificación fue firmada sin transferencia de contraprestación alguna. El porcentaje de voto de participación en nuestra subsidiaria, Coca-Cola FEMSA, sigue siendo el mismo después de la firma de este acuerdo.

El 29 de marzo de 2010, FEMSA anunció que la Comisión Federal de Competencia autorizó sin condiciones el intercambio estratégico del 100% de las acciones de las operaciones de cerveza propiedad de FEMSA por una participación en el Grupo Heineken bajo los términos descritos en los comunicados de FEMSA el 11 de enero de 2010. Las autoridades comerciales relevantes en los Estados Unidos concedieron la aprobación Hart-Scott-Rodino a esta transacción.

El 14 de abril de 2010, Coca-Cola FEMSA celebró su AGO, en la cual los accionistas aprobaron los estados financieros consolidados de la compañía para el año terminado el 31 de diciembre de 2009, la declaración de dividendos correspondientes al año fiscal 2009 y la composición del Consejo de Administración y Comités para el año 2010. Los accionistas aprobaron el pago de dividendo en efectivo por la cantidad total de Ps. 2,604 millones. El dividendo pagado al 26 de abril de 2010, a razón de Ps. 1.41 por cada acción ordinaria, lo que equivale a Ps. 14.10 por ADS.

El 22 de abril de 2010, Heineken N.V. y Heineken Holding N.V. celebraron su AGO, y aprobaron la adquisición del 100% de las acciones de las operaciones de cerveza propiedad de FEMSA, en los términos anunciados el 11 de enero de 2010. La AGO de Heineken designó, sujeto al cierre de la adquisición de las operaciones de FEMSA Cerveza, a el Sr. José Antonio Fernández Carbajal como miembro del Consejo de Administración de Heineken Holding N.V. y del Consejo de Supervisión de Heineken N.V., y a el Sr. Javier Astaburuaga Sanjinés como segundo representante en el Consejo de Supervisión de Heineken N.V.

El 26 de abril de 2010, FEMSA celebró su AGO, en la cual los accionistas aprobaron la transacción con Heineken, los estados financieros consolidados de la compañía para el año terminado el 31 de diciembre de 2009, la declaración de dividendos correspondientes al año fiscal 2009 y la composición del Consejo de Administración y Comités para el año 2010. Los accionistas aprobaron el intercambio del 100% de las operaciones de cerveza en México y Brasil propiedad de FEMSA, por el 20% del interés económico en el Grupo Heineken, así como US\$ 2,100 millones de deuda asumida por Heineken bajo los acuerdos descritos el 11 de enero de 2010. Adicionalmente, los accionistas aprobaron el pago de dividendo en efectivo por la cantidad total de Ps. 2,600 millones, a razón de Ps. 0.162076 por cada acción Serie "D" y Ps. 0.1296608 por cada acción Serie "B", lo que corresponde a un total de Ps. 0.777965 por cada Unidad "BD", equivalente a Ps. 7.77965 por cada ADR y Ps. 0.648304 por cada Unidad "B". El dividendo se dividió en dos exhibiciones iguales, el primero pagado el 4 de Mayo del 2010 y el segundo se pagará el 3 de Noviembre del 2010.

El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken. Los principales términos de los documentos de la transacción con Heineken se encuentran resumidos más adelante. Véase "Punto 10. Información Adicional—Contratos principales".

Cambios en las Normas de Información Financiera

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores anunció la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS) para las empresas públicas

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores o CNBV anunció que a partir del 2012, todas las compañías públicas mexicanas deberán reportar su información financiera de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS). Desde 2006, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera ha modificado las Normas Mexicanas de Información Financiera para asegurar su convergencia con las IFRS. Nosotros estamos en el proceso de evaluar el impacto potenciales de adoptar las IFRS.

Efectos por Cambios en Condiciones Económicas

Nuestros resultados de operación son afectados por cambios en condiciones económicas en México y en los otros países en los que operamos. Por los años terminados el 31 de diciembre del 2009, 2008 y 2007 el 62%, 66% y 69%, respectivamente, de nuestros ingresos totales fueron atribuibles a México (sin incluir ventas por exportación). Después de la adquisición de Panamco y Kaiser, tenemos una exposición más grande en los países en los que no hemos tenido operaciones históricamente, particularmente en países de Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil, aunque seguimos generando una porción sustancial de nuestras ventas totales de México. La participación de estos otros países como porcentaje total de nuestros ingresos ha incrementado durante los últimos 5 años y se espera que continúe haciéndolo en periodos futuros.

La economía mexicana está experimentando actualmente un descenso como resultado del impacto de la crisis financiera global en muchas de las economías emergentes durante la segunda mitad del año pasado. En el tercer trimestre del 2009, el producto interno bruto mexicano o PIB se contrajo aproximadamente 6.2% versus el mismo periodo del 2008 y de acuerdo al INEGI, se contrajo 6.5% durante el 2009. De acuerdo con la encuesta del *Banco Nacional de México* referente a las expectativas económicas de los especialistas en su última estimación publicada el abril de 2010, se espera que el PIB crezca

4.2% en el 2010. La economía mexicana continua estando influenciada de forma importante por la economía de Estados Unidos, por lo tanto, cualquier deterioro adicional en las condiciones económicas o retrasos en la recuperación de la economía de Estados Unidos puede dificultar la recuperación de México

Nuestros resultados futuros podrían afectarse significativamente por condiciones económicas y financieras en los países donde operamos, incluyendo los niveles de crecimiento económico, la devaluación de la moneda local, la inflación y las altas tasas de interés, o por eventos políticos, y podrían resultar en una menor demanda de nuestros productos, menor precio real o un menor margen. Debido a que un gran porcentaje de nuestros costos son fijos, no podríamos reducir costos y gastos, y nuestros márgenes de utilidad podrían sufrir como resultado de una caída en la economía de cada país.

La disminución en tasas de interés en México durante el 2009 disminuye el costo de nuestra deuda en pesos mexicanos a tasa de interés variable, y tiene un efecto favorable en nuestra posición financiera y en los resultados de operación durante el 2010. Durante 2009, debido a las reducciones en el mercado internacional de crédito y a la limitada disponibilidad de créditos en los mercados internacionales y en México, así como cambios en la mezcla de tipos de cambio en nuestra deuda, nuestra tasa de interés promedio ponderado creció 70 puntos base.

A partir del cuarto trimestre del 2008 y durante el 2009, el valor del peso mexicano frente al dólar ha fluctuado significativamente, teniendo un precio mínimo en 2009 de Ps. 9.92 por dólar hasta un máximo de Ps. 13.94 por dólar. Al 31 de diciembre de 2009, el tipo de cambio (compra al mediodía) fue de Ps. 13.0576 por 1 dólar americano. El 30 de abril de 2010 el tipo de cambio fue 12.2281. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio”. Una devaluación del peso mexicano o de cualquier otra moneda en la que operamos contra el dólar americano incrementa nuestro costo de materias primas, tasado en dólares, incluyendo los precios de las materias primas que están determinados en referencia al dólar. Adicionalmente, una devaluación del peso mexicano o de cualquier otra moneda en la que operamos contra el dólar incrementará el costo de nuestra deuda determinada en dólares, lo que podría afectar negativamente nuestra posición financiera y resultados de operación, tal como sucedió en el cuarto trimestre del 2009.

Apalancamiento Operativo

Compañías con características estructurales que resultan en una expansión de margen superior al crecimiento en ventas, son referidas como compañías que tienen una alta palanca operativa.

Las subsidiarias operativas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza participan, en diferente grado, en actividades intensivas de capital. La alta utilización de la capacidad instalada de producción resulta en una mejor absorción de costos fijos, así como en incrementos en producción sin costos fijos adicionales. Ante la ausencia de incrementos significativos en los costos variables, los márgenes de utilidad bruta se expandirán cuando las plantas de producción estén operando a altos niveles de utilización. Alternativamente, altos costos fijos resultarán en un menor margen bruto en periodos de baja producción.

Además, las operaciones comerciales de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza son llevadas a cabo a través de extensas redes de distribución, cuyos principales activos fijos son almacenes y camiones. Los sistemas de distribución tanto de Coca-Cola FEMSA como de FEMSA Cerveza están diseñados para manejar grandes volúmenes de bebidas. Los costos fijos representan una proporción importante del gasto total de distribución tanto de Coca-Cola FEMSA como de FEMSA Cerveza. Generalmente, a mayor volumen que pasa a través del sistema de distribución, es menor el costo fijo de distribución como porcentaje de los ingresos. Como resultado, los márgenes de operación mejoran cuando la capacidad de distribución es operada con mayores niveles de utilización. Alternativamente, en periodos de bajos niveles de utilización a causa de menores volúmenes de venta, se afectarán negativamente nuestros márgenes de operación.

Estimaciones y Políticas Contables Críticas

La preparación de nuestros estados financieros consolidados auditados requiere que efectuemos estimaciones y supuestos que afectan (1) los montos reportados de nuestros activos y pasivos, (2) la revelación de nuestros pasivos contingentes en la fecha de los estados financieros y (3) las cantidades reportadas de ingresos y gastos durante el periodo de reporte. Basamos nuestras estimaciones y juicios en nuestra experiencia histórica, así como en otros factores razonables que en conjunto forman la base para efectuar juicios de los valores en libros de nuestros activos y pasivos. Es posible que nuestros resultados reales difieran de las estimaciones bajo diferentes supuestos o condiciones. Evaluamos nuestras estimaciones y juicios continuamente. Nuestras políticas contables más significativas son descritas en la nota 4 de nuestros estados financieros consolidados auditados. A continuación se definen nuestras políticas contables más críticas, que consideramos involucran la aplicación de estimaciones y/o juicios:

Estimación de cuentas incobrables

Determinamos nuestra estimación de cuentas incobrables con base en una evaluación de la antigüedad de la cartera de nuestras cuentas por cobrar y la situación económica de nuestros clientes, así como también la proporción sobre las pérdidas históricas en nuestras cuentas por cobrar y la economía en la que operamos. Durante 2009, nuestras operaciones de cerveza representaron la porción más importante de la estimación de cuentas incobrables consolidadas, debido al beneficio crediticio que otorgó FEMSA Cerveza a sus clientes, con términos y condiciones de acuerdo con las prácticas de la industria. Las ventas en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio se realizan generalmente en efectivo.

Botellas y cajas; estimación de rotura de botellas

Al 31 de diciembre de 2007, registramos las botellas retornables y cajas a su costo de adquisición y las actualizamos utilizando factores inflacionarios. Como resultado de la adopción de la NIF B-10 en 2008, comenzamos a registrar estos valores a su costo de adquisición y únicamente los actualizamos en circunstancias donde forman parte de nuestras operaciones en países que operan en una economía inflacionaria. En FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, la rotura es enviada a resultados cuando se incurre en ella. Cada trimestre comparamos el gasto por rotura con el gasto por depreciación de nuestras botellas retornables y cajas en plantas y centros de distribución estimando una vida útil de cinco años para las botellas de vidrio de cerveza, cuatro años para las botellas de vidrio retornables de refrescos y cajas de plástico y 18 meses para las botellas de plástico retornables de refrescos. Determinamos estas vidas útiles de acuerdo con nuestra experiencia en el negocio. El gasto por depreciación anual calculado ha sido similar al gasto por rotura anual de botellas. En el momento en que decidimos descontinuar una presentación retornable en particular y retirarla del mercado, damos de baja la presentación descontinuada a través de un incremento en nuestro gasto por rotura.

Propiedad, planta y equipo

La propiedad, planta y equipo se deprecian durante sus vidas útiles estimadas. Las vidas útiles estimadas representan el periodo en que esperamos que los activos permanezcan en servicio y generen ingresos. Basamos nuestras estimaciones en la experiencia de nuestro personal técnico. La depreciación se calcula utilizando el método de línea recta.

Hasta 2007, el equipo de importación era actualizado aplicando los factores de inflación y los tipos de cambio de su país de origen, de acuerdo con las Normas de Información Financiera Mexicanas en vigor a esa fecha. A partir de 2008, el equipo de importación se registra utilizando el tipo de cambio a la fecha de adquisición y si se encuentra en una economía inflacionaria, se actualiza aplicando los factores de inflación de la entidad de reporte.

Los activos de larga duración se reconocen a su valor razonable para determinar si existe deterioro. La prueba consiste en comparar entre el valor en libros de los activos con su valor razonable, éste último se calcula considerando sus condiciones operativas y los flujos de efectivo futuros que se generarán basados en su vida útil remanente estimada como fue determinada por la administración.

Valuación de activos intangibles y crédito mercantil

Identificamos todos los activos intangibles relacionados con las adquisiciones de negocios. Separamos los activos intangibles entre aquéllos de vida definida y aquéllos de vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el que esperamos recibir los beneficios.

Los activos intangibles de vida indefinida están sujetos a pruebas de deterioro anuales. Al 31 de diciembre de 2009, hemos reconocido activos intangibles de vida indefinida que consisten en:

- Derechos de Coca-Cola FEMSA para la producción y distribución de productos de la marca Coca-Cola por Ps. 49,520 millones, principalmente como resultado de las adquisiciones de Panamco y REMIL;
- Marcas y derechos de distribución por Ps. 11,357 millones como resultado de la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y los derechos de distribución adquiridos de terceros;
- Marcas y crédito mercantil como resultado de la adquisición de Kaiser por Ps. 5,864 millones; y
- Otros activos intangibles de vida indefinida, los cuales ascendieron a Ps. 787 millones.

De acuerdo con las Normas de Información Financiera Mexicanas, el crédito mercantil es la diferencia entre el precio pagado y el valor razonable de las acciones y/o los activos netos adquiridos que no fue asignada directamente a un

activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria en la que la inversión fue hecha y se convierte a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio de cierre de cada periodo. En países con entornos económicos inflacionarios, este activo se actualiza aplicando factores de inflación del país de origen y posteriormente se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de fin de año. A partir de 2005, el Boletín B-7 (“Adquisiciones de Negocios”) establece que el crédito mercantil ya no está sujeto a amortización, sino a pruebas anuales de deterioro.

Deterioro del crédito mercantil y de activos intangibles con vida indefinida

Anualmente, revisamos el valor en libros de nuestro crédito mercantil cuando las circunstancias indican que el valor en libros de los activos de larga duración de la unidad de reporte puede exceder su valor razonable. Asimismo, realizamos pruebas anuales del valor en libros de nuestros activos intangibles con vida indefinida para determinar la existencia de deterioro con base en técnicas de valuación reconocidas. Aunque consideremos que nuestras estimaciones son razonables, pueden existir supuestos diferentes con respecto a dichas estimaciones que podrían afectar de forma material nuestras evaluaciones.

Siguiendo nuestras evaluaciones durante 2009 y hasta la fecha de este reporte anual, no tenemos información alguna que genere deterioro del crédito mercantil o de activos intangibles con vida indefinida. No podemos asegurar que nuestras expectativas no cambiarán como resultado de nueva información o de desarrollos. Sin embargo, los cambios futuros en las condiciones económicas o políticas en cualquier país donde operamos o en las industrias en las que participamos, pueden provocar que cambiemos nuestro cálculo actual.

Financiamiento de Bonificación Anticipada

Como parte del curso normal de operaciones, frecuentemente invertimos en el desarrollo de nuestros canales de distribución de cerveza a través de una variedad de acuerdos comerciales con diversos clientes con el fin de generar volumen de ventas. Estos acuerdos son considerados contratos ejecutorios y por consiguiente, los costos incurridos bajo estos contratos se reconocen conforme va avanzando el desempeño.

Estos contratos requieren que se realicen desembolsos de efectivo por adelantado a ciertos clientes con el objetivo de financiar actividades que tienen el propósito de generar volumen de ventas. Estos desembolsos de efectivo por adelantado se compensan posteriormente cuando las ventas son facturadas. Los desembolsos son considerados como inversiones relacionadas con el mercado, las cuales son reconocidas como otros activos. La amortización de los montos capitalizados se presenta como una reducción de las ventas netas en relación con el volumen vendido a cada cliente. El periodo de amortización comprende entre tres y cuatro años, que es la duración normal de los contratos comerciales.

Periódicamente evaluamos el valor en libros de los contratos ejecutorios. Si se considera que el valor en libros está deteriorado, estos activos son dados de baja como es apropiado. La exactitud del valor en libros se basa en nuestra habilidad de predecir ciertas variables clave, tales como volumen de ventas, precios y otros factores económicos y de la industria. La predicción de estas variables clave involucra supuestos basados en eventos futuros. Estos supuestos son consistentes con nuestras proyecciones internas.

Beneficios a los empleados

Nuestros beneficios a los empleados, a los cuales nos referimos como pasivos laborales, se integran de los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones por retiro. La determinación de nuestras obligaciones y gastos por pensiones y otros beneficios posteriores al retiro son determinados a través de cálculos actuariales y dependen de la determinación de ciertos supuestos utilizados para estimar dichos montos. Evaluamos nuestros supuestos por lo menos de forma anual.

En 2008, adoptamos la NIF D-3 (“Beneficios a los Empleados”), la cual deroga el reconocimiento del pasivo adicional generado por el diferencial entre las obligaciones por beneficios actuales y el pasivo neto proyectado. El 1 de enero de 2008, el saldo cancelado por concepto de pasivo adicional fue de Ps. 1,510 millones, de los cuales, Ps. 948 millones corresponden al activo intangible y Ps. 354 millones a otras partidas acumuladas de la utilidad integral controladora, neto de un impuesto diferido de Ps. 208 millones

Hasta 2007, nuestro costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y beneficios al retiro se amortizaba durante la vida laboral remanente de los empleados. A partir de 2008, la NIF D-3 establece un periodo de 5 años como máximo para amortizar el saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios al retiro, así como el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación, anteriormente definidos en el Boletín D-3 (“Obligaciones Laborales”) como pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar. Al 31 de diciembre de 2009, 2008

y 2007, el costo laboral de servicios pasados ascendió a Ps. 204 millones, Ps. 221 millones y Ps. 146 millones, respectivamente; y fue reflejado en la utilidad de operación.

Durante 2007, las pérdidas y ganancias actuariales de indemnizaciones se amortizaron en la vida laboral remanente del personal. A partir de 2008, las pérdidas y ganancias actuariales de indemnización son registradas en la utilidad de operación del año en que fueron generadas. El saldo de las pérdidas y ganancias pendientes de amortizar se registró en otros gastos y fue de Ps. 198 millones.

En 2007, FEMSA Cerveza aprobó un plan que permite a ciertos empleados calificables jubilarse anticipadamente a partir de 2008. Este plan consistió en permitir a los empleados con una edad mayor a 55 años y una antigüedad superior a los 20 años tomar la opción de la jubilación anticipada y obtener el beneficio de gozar los mismos beneficios de jubilación que habrían obtenido si se hubieran retirado en su edad de retiro regular. Adicionalmente, este plan autorizó a FEMSA Cerveza a realizar indemnizaciones a ciertos empleados que no cumplen con algunos criterios específicos impuestos por el plan. El plan tuvo el objetivo de mejorar la eficiencia de la estructura operativa de FEMSA Cerveza. El impacto financiero total del plan fue de Ps. 236 millones, de los cuales Ps. 125 millones se registró en nuestro estado de resultados consolidado de 2007 como parte de otros gastos (Ver nota 18 de nuestros estados financieros consolidados auditados) y Ps. 111 millones fue reconocido en los resultados consolidados de 2008.

Considerando que nuestros supuestos son apropiados, es posible que existan diferencias significativas en nuestra experiencia real o cambios significativos en nuestros supuestos que puedan afectar de forma material nuestras obligaciones por pensiones y otras obligaciones posteriores al retiro, así como gastos futuros. La siguiente tabla muestra un resumen de los tres supuestos clave a ser usados para determinar el gasto por el pasivo laboral de 2009, junto con el impacto en este gasto con un cambio de 1% en cada tasa supuesta.

Supuesto 2009 ⁽¹⁾	Tasas Nominales 2009 ⁽³⁾	Tasas Nominales 2008 ⁽³⁾	Tasas reales 2009 y 2008 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	Impacto por tipo de cambio ⁽²⁾	
				+1%	-1%
(en millones de pesos mexicanos)					
Subsidiarias Nacionales y Extranjeras:					
Tasa de descuento	8.2%	8.2%	4.5%	Ps. (900)	Ps. 748
Tasa de incremento de la nómina	5.1%	5.1%	1.5%	502	(515)
Retorno sobre activos a largo plazo ...	8.2%	11.3%	4.5%	12	(5)

(1) Calculado usando datos a diciembre de 2009.

(2) El impacto varía ante aumentos y disminuciones de 1% debido a que las tasas no son lineales.

(3) Para países que se considera no inflacionario bajo Normas Mexicanas.

(4) Para países que se considera inflacionario bajo Normas Mexicanas.

(5) Supuestos utilizados en los cálculos de 2007.

Impuestos a la utilidad

Como describimos en la nota 23 de nuestros estados financieros consolidados auditados, el 1 de enero de 2010 entró en vigor la Reforma Fiscal Mexicana. Los cambios más importantes son los siguientes: la tasa del impuesto al valor agregado (IVA) incrementa del 15% al 16%, el incremento en el impuesto especial sobre producción y servicios de 25% a 26.5%, y la tasa del impuesto sobre la renta cambia de 28% en 2009 a 30% en 2010, 2011 y 2012 y posteriormente disminuirá de 30% a 29% y 28% para 2013 y 2014, respectivamente. Adicionalmente, la Reforma Fiscal, requiere la reversión del impuesto diferido reconocido desde 1999 hasta 2004, el cual será amortizado durante los siguientes cinco años. Ver Notas 23D y 23E de nuestros estados financieros consolidados auditados.

La Reforma Fiscal Mexicana que entró en vigor en 2007 presentó el Impuesto Empresarial de Tasa Única (IETU) que funciona de forma similar a un impuesto sobre la renta empresarial mínimo, excepto que cualquier cantidad pagada no puede ser acreditada contra pagos futuros del impuesto sobre la renta. Los contribuyentes mexicanos ahora están sujetos al pasivo más alto entre el IETU y el impuesto sobre la renta registrado bajo la Ley del Impuesto Sobre la Renta. Este nuevo impuesto es calculado sobre una base de flujos de efectivo y las tasas para 2009 y 2010 son de 17.0% y 17.5%, respectivamente.

Con base en nuestras proyecciones financieras, esperamos pagar impuesto sobre la renta en el futuro y no esperamos pagar IETU, por lo tanto, no reconocimos IETU diferido. Como tal, la promulgación del IETU no tuvo impacto en nuestra posición financiera consolidada ni en nuestros resultados operativos, ya que únicamente reconoce impuesto sobre la renta diferido.

Reconocemos activos y pasivos por impuestos diferidos con base en las diferencias entre los valores en libros del balance general y la base fiscal de activos y pasivos. Regularmente revisamos nuestros impuestos diferidos para determinar su devolución y/o pago, y establecemos una reserva de beneficios basada en la utilidad gravable histórica, la utilidad gravable proyectada y la duración esperada de las reversiones de las diferencias temporales existentes. Si estas estimaciones y los supuestos relacionados cambian en el futuro, probablemente tendremos que registrar estimaciones adicionales contra nuestros impuestos diferidos resultando un impacto en la utilidad neta.

La tasa de ISR causada en México fue de 28% para 2009, 2008 y 2007.

Contingencias indirectas fiscales y legales

Estamos sujetos a varios juicios y contingencias relacionados con impuestos indirectos y procedimientos legales como se describe en la nota 24 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Debido a su naturaleza, dichos procedimientos legales involucran incertidumbres inherentes, que incluyen, pero no se limitan a, fallos de la corte, negociaciones entre las partes afectadas y acciones gubernamentales. La administración calcula periódicamente la probabilidad de pérdida de dichas contingencias y acumula un pasivo y/o revela las circunstancias relevantes, como sea apropiado. Si la pérdida potencial de algún juicio o procedimiento legal se considera probable y la cantidad puede ser estimada razonablemente, acumulamos un pasivo por la pérdida estimada.

Instrumentos financieros derivados

Estamos obligados a valorar todos los instrumentos financieros derivados a valor razonable y reconocerlos en el balance general como un activo o un pasivo. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados se reconocen cada año en resultados del ejercicio o como un componente de otras partidas acumuladas de la utilidad integral, dependiendo del tipo de instrumento de cobertura y la efectividad de la cobertura. Los valores razonables de los instrumentos financieros derivados se determinan considerando los precios cotizados en los mercados reconocidos. Si dichos instrumentos no se pueden intercambiar, el valor razonable es determinado aplicando modelos técnicos soportados con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero. La curva de precios está basada en los precios cotizados del mercado.

Nuevos Pronunciamientos Contables

De acuerdo a Normas de Información Financiera (NIF):

Durante 2009, se emitieron las siguientes nuevas NIF bajo las Normas de Información Financiera Mexicanas, con aplicación según se describe. Adoptaremos estos estándares cuando entren en vigor, excepto cuando se indique lo contrario. Estamos en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en nuestra información financiera, pero no anticipamos ningún impacto significativo, a excepción de lo que pueda describirse a continuación:

- **NIF B-5, “Información Financiera por Segmentos”**

La NIF B-5, establece las definiciones y criterios para que las entidades reporten su información por segmento operativo. La NIF B-5 señala que un segmento operativo es aquél que cumple con las siguientes características: i) desarrolla actividades de negocio generando o en vías de generar ingresos, así como los costos y gastos relativos, ii) los resultados de operación son revisados de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, y iii) dispone de la información financiera específica. La NIF B-5 requiere que por los segmentos operativos sujetos a informar se deberá incluir el detalle de información de resultados, activos y pasivos, así como conciliaciones, información de productos y servicios y áreas geográficas señaladas en esta norma. La NIF B-5 entrará en vigor a partir del 1 de enero de 2011 y se deberá aplicar retroactivamente para efectos de comparabilidad de la información.

- **NIF B-9, “Información Financiera a Fechas Intermedias)”**

La NIF B-9 establece la información que se deberá integrar a un determinado periodo intermedio para estados financieros completos o condensados. De acuerdo a esta norma, los estados financieros completos incluyen: i) un estado de posición financiera al final del periodo, ii) un estado de resultados por el periodo, iii) un estado de variaciones en el capital contable por el periodo, iv) un estado de flujo de efectivo por el periodo, y v) notas a dichos estados financieros que mencionen las políticas contables relevantes y otras notas explicativas. Los estados financieros condensados deben incluir: a) un estado de posición financiera consolidado, b) un estado de resultados condensado o en su caso el estado de actividades condensado, c) un estado de variaciones en el capital contable

condensado, d) un estado de flujos de efectivo condensado, y e) notas a los estados financieros con revelaciones seleccionadas. Esta norma tiene aplicación a partir del 1 de enero de 2011 y establece que los estados financieros de fechas intermedias deberán presentarse de forma comparativa.

- **NIF C-1, “Efectivo y Equivalentes de Efectivo”**

La NIF C-1 señala que el efectivo deberá valuarse a su valor nominal, mientras que los equivalentes de efectivo se deberán reconocer inicialmente a su costo de adquisición. Adicionalmente la NIF C-1 señala el reconocimiento posterior de los equivalentes de efectivo según su denominación: metales preciosos a su valor razonable, monedas extranjeras a la moneda de informe aplicando el tipo de cambio de cierre, otros denominados en otra medida de intercambio deberán reconocerse a la medida establecida para este efecto a la fecha de cierre de los estados financieros, y las inversiones disponibles a la venta deberán presentarse a su valor razonable. La NIF C-1 establece que el efectivo y equivalente de efectivo deberán presentarse en el primer rubro del activo, incluyendo el correspondiente a efectivo restringido. Esta norma entró en vigor a partir del 1 de enero de 2010 y deberá aplicarse de forma retrospectiva en la presentación de estados financieros, causando un incremento en los balances de efectivo reportados como resultado del tratamiento para presentar el efectivo restringido.

Nuevos Pronunciamientos Contables de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados en los Estados Unidos de América (GAAP)

Durante el 2009, se emitió la siguiente norma bajo U.S. GAAP, las cuales estamos requeridos a implementar como se describe a continuación. Nosotros adoptaremos esta norma a partir del 1 de enero de 2010. Estamos en el proceso de determinar el impacto de esta norma en nuestros estándares de información financiera y resultado de operaciones, pero no anticipamos ningún impacto significativo.

- **“Modificaciones de Interpretación al FIN 46R o SFAS No.167, ASC 810”**

El objetivo de las modificaciones al ASC 810 es mejorar el reporte financiero de las empresas que estén involucradas con entidades de interés variable. El Consejo tomó este proyecto para enfocarse en (i) los efectos de ciertas provisiones del ASC 810, “Consolidación” como resultado de la eliminación del concepto de una entidad calificada como entidad de propósito específico en el ASC 860-10-65, y (ii) preocupaciones sobre la aplicación de ciertas provisiones clave del ASC 810, incluyendo tales en las cuales la contabilidad y revelación bajo el ASC 810 no siempre provee información útil y necesaria sobre el involucramiento de una entidad en una entidad de interés variable. Esta norma retiene el mismo alcance del ASC 810 con la adición de entidades previamente consideradas que calificaban como entidades de propósito específico, ya que el concepto de tales entidades fue eliminado en el ASC 860-10-65. El ASC 810 será efectivo al principio del primer periodo del reporte anual de cada entidad que comience a partir del 15 de noviembre de 2009. Aplicación temprana o anticipada de esta norma está prohibida.

Resultados de Operación

La siguiente tabla muestra nuestro estado de resultados consolidado por los años terminados el 31 de diciembre del 2009, 2008 y 2007:

	Por los años terminados el 31 de diciembre de:			
	2009	2009	2008	2007
	(en millones de dólares (“\$”) y pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre)			
Ventas netas	\$15,018	Ps. 196,103	Ps. 167,171	Ps. 147,069
Otros ingresos de operación.....	72	930	851	487
Ingresos totales	15,090	197,033	168,022	147,556
Costo de ventas	8,133	106,195	90,399	79,739
Utilidad bruta.....	6,957	90,838	77,623	67,817
Gastos de operación:				
De administración.....	851	11,111	9,531	9,121
De ventas	4,037	52,715	45,408	38,960
Total de gastos de operación.....	4,888	63,826	54,939	48,081
Utilidad de operación	2,069	27,012	22,684	19,736
Otros gastos, neto	(269)	(3,506)	(2,374)	(1,297)
Gasto financiero.....	(398)	(5,197)	(4,930)	(4,721)
Producto financiero	43	565	598	769
Gasto financiero, neto.....	(355)	(4,632)	(4,332)	(3,952)
Ganancia por fluctuación cambiaria, neta.	(30)	(396)	(1,694)	691
Ganancia por posición monetaria, neta.....	37	487	657	1,639
Ganancia de valor de mercado en parte proporcional derivada del instrumento financiero.....	2	25	(1,456)	69
Costo integral de financiamiento	(346)	(4,516)	(6,825)	(1,553)
Utilidad antes de impuestos sobre la renta.....	1,454	18,990	13,485	16,886
Impuestos sobre la renta.....	299	3,908	4,207	4,950
Utilidad neta consolidada.....	1,155	15,082	Ps. 9,278	Ps.11,936
Utilidad neta por participación mayoritaria	759	9,908	6,708	8,511
Utilidad neta por participación minoritaria	396	5,174	2,570	3,425
Utilidad neta consolidada.....	1,155	15,082	Ps. 9,278	Ps. 11,936

La siguiente tabla muestra información financiera por segmento reportado conforme a las Normas de Información Financiera por los años 2009, 2008 y 2007:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:					
	2009	2008	2007	Porcentaje de Crecimiento		
				2009 vs. 2008	2008 vs. 2007	
	(en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2009, excepto por los porcentajes)					
Ventas Netas						
Coca-Cola FEMSA	Ps.102,229	Ps. 82,468	Ps.68,969	24.0%	19.6%	
FEMSA Cerveza	45,899	41,966	39,284	9.4%	6.8%	
FEMSA Comercio	53,549	47,146	42,103	13.6%	12.0%	
Ingresos Totales						
Coca-Cola FEMSA	102,767	82,976	69,251	23.9%	19.8%	
FEMSA Cerveza	46,336	42,385	39,566	9.3%	7.1%	
FEMSA Comercio	53,549	47,146	42,103	13.6%	12.0%	
Costo de Ventas						
Coca-Cola FEMSA	54,952	43,895	35,876	25.2%	22.4%	
FEMSA Cerveza	22,418	19,540	17,833	14.7%	9.6%	
FEMSA Comercio	35,825	32,565	30,301	10.0%	7.5%	
Utilidad Bruta						
Coca-Cola FEMSA	47,815	39,081	33,375	22.3%	17.1%	
FEMSA Cerveza	23,918	22,845	21,733	4.7%	5.1%	
FEMSA Comercio	17,724	14,581	11,802	21.6%	23.5%	
Utilidad de Operaciones						
Coca-Cola FEMSA	15,835	13,695	11,486	15.6%	19.2%	
FEMSA Cerveza	5,894	5,394	5,497	9.3%	(1.9)%	
FEMSA Comercio	4,457	3,077	2,320	44.8%	32.6%	
Depreciación⁽¹⁾						
Coca-Cola FEMSA	3,473	3,036	2,637	14.4%	15.1%	
FEMSA Cerveza	1,927	1,748	1,637	10.2%	6.8%	
FEMSA Comercio	819	663	543	23.5%	22.1%	
Margen Bruto⁽²⁾						
Coca-Cola FEMSA	46.5%	47.1%	48.2%	(0.6) p.p. ⁽³⁾	(1.1) p.p. ⁽³⁾	
FEMSA Cerveza	51.6%	53.9%	54.9%	(2.3) p.p.	(1.0) p.p.	
FEMSA Comercio	33.1%	30.9%	28.0%	2.2 p.p.	2.9 p.p.	
Margen de Operación⁽⁴⁾						
Coca-Cola FEMSA	15.4%	16.5%	16.6%	(1.1) p.p.	(0.1) p.p.	
FEMSA Cerveza	12.7%	12.7%	13.9%	0.0 p.p.	(1.2) p.p.	
FEMSA Comercio	8.3%	6.5%	5.5%	1.8 p.p.	1.0 p.p.	

⁽¹⁾ Incluye rotura de botellas.

⁽²⁾ El margen bruto es calculado en relación a los ingresos totales.

⁽³⁾ En el presente documento, p.p. se refiere al aumento (o decremento) de un punto porcentual, en contraste con un aumento (o decremento) directo porcentual.

⁽⁴⁾ El margen de operación es calculado en relación a los ingresos totales.

Resultados de operación para el año terminado el 31 de diciembre de 2009, comparado con el año terminado el 31 de diciembre del 2008

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

Los ingresos totales consolidados aumentaron 17.3% alcanzando Ps. 197,033 millones en 2009 en comparación con Ps. 168,022 millones en 2008. Todas las operaciones de FEMSA—refrescos, cerveza y comercio—contribuyeron positivamente en dicho incremento. Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA incrementaron 23.9% a Ps. 102,767 millones, resultado de 13.9% de incremento en el precio promedio por caja unidad y al 8.3% de crecimiento en el volumen de ventas comparado con el 2008, de 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008 a 2,428.6 millones de cajas unidad en 2009. Los ingresos totales de FEMSA Comercio incrementaron 13.6% alcanzando Ps. 53,549 millones, debido principalmente a la apertura de 960 nuevas tiendas durante el año, combinados con un incremento promedio de 1.3% en ventas mismas-tiendas. Los ingresos totales de FEMSA Cerveza incrementaron 9.3% con respecto al 2008 a Ps. 46,336 millones, impulsados por el incremento en el precio promedio por hectolitro en moneda local en todas nuestras operaciones y al aumento en el volumen de ventas de exportación.

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado aumentó 17.5% a Ps. 106,195 millones en 2009 comparado a Ps. 90,399 millones en 2008. Aproximadamente 70% de este incremento se atribuye a Coca-Cola FEMSA, resultado de presiones en el costo debido a i) la devaluación de las monedas locales en nuestras principales operaciones aplicada a nuestro costo de materia prima denominado en dólares, ii) mayores costos de edulcorantes en nuestras operaciones, iii) la integración de REMIL y iv) la tercera y última etapa del incremento anual en los precios de concentrado de The Coca-Cola Company anunciado en el 2006 en México.

La utilidad bruta consolidada aumento 17.0% a Ps. 90,838 millones en 2009 comparado a Ps. 77,623 millones en 2008, debido a incrementos en ingresos brutos en todas nuestras operaciones. El margen bruto disminuyó 0.1 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008, de 46.2% en 2008 a 46.1% en 2009. La mejora en el margen bruto de FEMSA Comercio compensó parcialmente la presión de materias primas en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 16.2% a Ps. 63,826 millones en 2009 comparados con Ps. 54,939 millones en 2008. Aproximadamente 74% de este incremento se debió al incremento en gastos de operación de Coca-Cola FEMSA debido a mayores costos de mano de obra y un incremento en gastos de mercadotecnia en algunas de nuestras divisiones. Por su parte, FEMSA Comercio representó aproximadamente 20% del incremento, debido al ritmo acelerado de apertura de tiendas. FEMSA Cerveza registró el resto. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados disminuyeron de 32.7% en 2008 a 32.4% en 2009.

Los gastos de administración consolidados aumentaron 16.6% a Ps. 11,111 millones en 2009 comparado con Ps. 9,531 millones en 2008. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de administración consolidados se mantuvieron estables en 5.6% en 2009 comparado con 5.7% en 2008, debido al apalancamiento operativo atribuido por mayores ingresos en todas nuestras operaciones.

El gasto de ventas consolidado aumentó 16.1% a Ps. 52,715 millones en 2009 comparado con Ps. 45,408 millones en 2008. Aproximadamente 74% del incremento se debió a Coca-Cola FEMSA, mientras el 22% a FEMSA Comercio. Como porcentaje de los ingresos totales, el gasto de ventas disminuyó 0.2 puntos porcentuales en 2009 a 26.8%, comparado con 27.0% en 2008.

Incurrimos en diversos gastos relacionados con la distribución de nuestros productos, los cuales son registrados como gastos de ventas. Durante 2009 y 2008, los gastos de distribución ascendieron a Ps. 15,080 millones y Ps. 12,135 millones, respectivamente.

La utilidad de operación consolidada aumentó 19.1% a Ps. 27,012 millones en 2009 comparada con Ps. 22,684 millones en 2008. Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio representaron el 81% del incremento, mientras que FEMSA Cerveza registró el resto. El margen de operación consolidado en 2009 fue de 13.7%, representando un incremento de 0.2 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008. El aumento del margen de operación de FEMSA Comercio

combinado con la iniciativa de los gastos de contención a través de nuestras operaciones de cerveza, compensaron con la presión de materia prima en las operaciones de bebidas.

Algunas de nuestras subsidiarias nos pagan un cargo como contraprestación por servicios corporativos que les proveemos. Estos cargos forman parte de los gastos administrativos de cada unidad de negocio. El pago de este cargo por parte de cada una de las unidades de negocio, es eliminado en la consolidación, por lo que no tiene efecto dentro de los gastos operativos consolidados.

Coca-Cola FEMSA

Ingresos Totales

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA incrementaron 23.9% a Ps. 102,767 millones en 2009, comparados con Ps. 82,976 millones en 2008 como resultado del crecimiento de utilidades en todas sus divisiones. El crecimiento orgánico a través de nuestras operaciones contribuyó en más de 75% de los ingresos incrementales. La adquisición de REMIL en Brasil y Brisa en Colombia contribuyeron ligeramente con menos de 15% de este crecimiento, además de un efecto positivo de cambio de divisas al convertir la moneda local de los países en los que opera Coca-Cola FEMSA a pesos mexicanos, representaron el balance.

El precio promedio consolidado por caja unidad en 2009 alcanzó Ps. 40.95, un incremento de 13.9% en comparación a Ps. 35.94 en el 2008, reflejando precios promedios más altos en la mayoría de los territorios de Coca-Cola FEMSA resultado de incrementos de precios selectivos implementados durante el año a través de las diferentes áreas geográficas.

El volumen total de ventas de Coca-Cola FEMSA creció 8.3% a 2,428.6 millones de cajas unidad en 2009 comparado con 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008. Excluyendo las adquisiciones de REMIL y Brisa, el volumen de ventas se incrementó 5.1% para alcanzar 2,357.0 millones de cajas unidad. El volumen orgánico tuvo un crecimiento resultado por el incremento en bebidas carbonatadas contabilizando aproximadamente el 45% del crecimiento en volúmenes de ventas, impulsadas principalmente por la marca Coca-Cola. Las bebidas no carbonatadas impulsadas principalmente por la línea de negocio de Jugos del Valle, el cual contribuyó con un poco menos del 45% del volumen incremental y la categoría de agua embotellada, representaron el resto.

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA aumentó 25.2% a Ps. 54,952 millones en 2009 en comparación con Ps. 43,895 millones en 2008 debido i) la devaluación de las monedas locales en las operaciones principales de Coca-Cola FEMSA en México, Colombia y Brasil aplicada al costo de materia prima denominados en dólares americanos, ii) mayores costos de edulcorantes en nuestras operaciones, iii) la integración de REMIL y iv) la tercera y última etapa del incremento anual en los precios de concentrado de The Coca-Cola Company anunciado en el 2006 en México; que se vieron parcialmente compensados por menores costos de resina. La utilidad bruta consolidada aumentó 22.3% a Ps. 47,815 millones en 2009, a comparación con el 2008, debido al crecimiento de la utilidad bruta a través de todos los territorios de Coca-Cola FEMSA, mientras que el margen bruto decreció 0.6 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008 a 46.5% en 2009.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 26.0% a Ps. 31,980 millones en 2009, principalmente como resultado de presiones en el costo debido a i) mayores costos laborales en Venezuela, ii) incremento en gasto por mercadotecnia en la división de México, iii) la integración de REMIL en Brasil y iv) mayores gastos de mercadotecnia en la división de Latincentro, principalmente por la integración del portafolio de Brisa en Colombia y la continua expansión de la línea de productos de Jugos del Valle en Colombia y América Central. Como porcentaje de ventas, los gastos de operación se incrementaron en 31.1% en 2009 en comparación de 30.6% en 2008.

La utilidad de operación aumentó 15.6% a Ps. 15,835 millones en 2009 en comparación a Ps. 13,695 millones en 2008. Los incrementos en la utilidad de operación en la división de Latincentro, incluyendo Venezuela, representaron aproximadamente el 50% de este crecimiento, mientras que el crecimiento en la utilidad de operación en la división Mercosur representó más del 40% del crecimiento incremental en la utilidad de operación. El margen de operación fue de 15.4% en 2009, una disminución de 110 puntos base comparado con el 2008.

FEMSA Cerveza

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 9.3% a Ps. 46,336 millones en 2009 en comparación con Ps. 42,385 millones en 2008, debido principalmente a un mayor precio promedio por hectolitro. Las ventas de cerveza incrementaron 8.9% a Ps. 42,491 millones en 2009 comparadas con Ps. 39,014 millones en 2008, representando el 91.7% de los ingresos totales en 2009. Las ventas de cerveza en México representaron el 66.0% de los ingresos en 2009 comparado con 68.9% en 2008. Los ingresos en Brasil representaron 15.5% de los ingresos totales en 2009 comparado con 14.6% durante el 2008. Los ingresos por exportación de cerveza representaron 10.2% de los ingresos totales del 2009, comparado con 8.5% durante el 2008.

El volumen de ventas de cerveza de México decreció 1.7% a 26,929 millones de hectolitros en 2009 en un contexto extremo de situaciones adversas en la economía, particularmente afectando a nuestros territorios claves. Una vez más las familias de marcas Tecate e Indio tuvieron un fuerte crecimiento. El precio por hectolitro incremento 6.4% a Ps. 1,135 en 2009, como resultado de los aumentos de precios implementados durante el segundo trimestre de 2009, además de los aumentos realizados a finales del tercer trimestre de 2008.

El volumen de ventas de cerveza en Brasil decreció 1.3% a 10,049 millones de hectolitros en 2009 comparado con 10,181 millones de hectolitros en 2008. El precio promedio por hectolitro en pesos mexicanos en Brasil aumentó 17.9% sobre el 2008 a Ps. 715.8 en 2009, debido a el efecto positivo en el tipo de cambio, derivado de la depreciación del peso en contra del real brasileño. En reales brasileños el precio promedio por hectolitro aumentó 4.8%, reflejando incremento de precios implementados a principios del año.

El volumen de ventas de exportación creció 2.6% en 2009 comparado con el 2008, alcanzando 3,570 millones de hectolitros en 2009 comparado con 3,479 millones de hectolitros en 2008. Este incremento porcentual supero la categoría de importación de cerveza en Estados Unidos por un margen importante. El incremento se debió principalmente por la demanda de las marcas Dos Equis en los Estados Unidos y de Sol en otros mercados clave. El precio por hectolitro en exportaciones en pesos mexicanos aumentó 27.9% comparado con 2008 a Ps. 1,326.7 en 2009, reflejando la depreciación del peso contra el U.S dólar. El precio por hectolitro en U.S. dólar mejoro 4.3% a US\$ 98.0 debido a moderados incrementos en el precio y a el favorable cambio en la marca de Tecate a la de mayor-precio Dos Equis.

Utilidad Bruta

El costo de ventas incrementó 14.7% a Ps. 22,418 millones en 2009 comparado con Ps. 19,540 millones en 2008, por encima del 9.3% de crecimiento en ventas totales durante el año. Este incremento se derivó principalmente por i) la depreciación del peso frente al U.S. dólar aplicada a la parte no cubierta de insumos denominados en moneda extranjera, ii) los incrementos año con año de las materias primas, principalmente los granos, y en una menor escala, el aluminio, y iii) el efecto por la conversión de monedas por la depreciación del peso mexicano frente al real brasileño. La utilidad bruta alcanzó Ps. 23,918 millones en 2009, un incremento del 4.7% comparado con Ps. 22,845 millones en 2008. El margen bruto decreció 2.3 puntos porcentuales, de 53.9% en 2008 a 51.6% en 2009.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 3.3% a Ps. 18,024 millones en 2009 en comparación con Ps. 17,451 millones en 2008. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales, estos disminuyeron a 38.9% en 2009 en comparación con 41.2% en 2008, principalmente debido a la continua racionalización y esfuerzos para mantener costos en los niveles de México y Brasil. Los gastos administrativos se incrementaron 3.1% a Ps. 4,221 millones en 2009 comparados con Ps. 4,093 millones en 2008. El gasto de ventas aumentó 3.3% a Ps. 13,803 millones en 2009 en comparación con Ps. 13,358 millones en 2008. La utilidad de operación incrementó 9.3% a Ps. 5,894 millones en 2009. El margen operativo se mantuvo en línea con el 2008 a 12.7% de el totales de los ingresos consolidados. La contención en los gastos de operación compensó la contracción experimentada en el nivel del margen bruto.

FEMSA Comercio

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 13.6% a Ps. 53,549 millones en 2009, en comparación con Ps. 47,146 millones en 2008, principalmente resultado de la combinación de la apertura de 960 nuevas tiendas netas durante el 2009 y el crecimiento promedio de ventas-mismas-tiendas de 1.3%. Al 31 de diciembre de 2009 teníamos 7,329 tiendas en

México y 5 en Colombia. Las ventas-mismas-tiendas tuvieron un incremento promedio de 1.3% en comparación de 2008, derivado de un incremento de 3.3% en el tráfico que compensó con una ligera disminución del 1.6% en el ticket promedio. Durante el año, la dinámica de tráfico y ticket promedio por tienda, refleja el cambio en la mezcla de cambio de venta del servicio de recarga celular de tarjeta física a la venta de tiempo aire electrónico, por el cual registramos el monto completo de la transacción en ingresos, hacia recarga electrónica, por la cual únicamente registramos el margen neto de la recarga electrónica. Conforme transcurría el 2009, este efecto disminuyó.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 10.0% a Ps. 35,825 millones en 2009, por debajo del crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 32,565 millones en 2008. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 17,724 millones en 2009, representando un incremento de 21.6% en relación con el 2008. El margen bruto fue de 33.1% de los ingresos totales, una expansión de 2.2 puntos porcentuales comparado con 2008. Este incremento refleja una colaboración y ejecución más efectiva con nuestros proveedores clave y mayor efectividad en el uso de recursos de promoción relacionados a mercadotecnia, así como a un cambio positivo en la mezcla debido al crecimiento de categorías con mayores márgenes, y en un menor grado, al cambio a venta electrónica de tiempo aire descrito anteriormente.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 15.3% a Ps. 13,267 millones en 2009 en comparación con Ps. 11,504 millones en 2008, debido principalmente a el crecimiento en el número de tiendas, sin embargo, se lograron contrarrestar parcialmente gracias a las iniciativas de contención de gastos a nivel tienda, así como a eficiencias por economías de escala. Los gastos administrativos aumentaron 15.1% a Ps. 959 millones en 2009, en comparación con Ps. 833 millones en 2008, sin embargo, como porcentaje de ventas se mantuvo estable en 1.8%. Los gastos de ventas incrementaron 15.3% a Ps. 12,308 en 2009 comparado con Ps. 10,671 millones en 2008. La utilidad de operación incrementó 44.8% a Ps. 4,457 millones en 2009 en comparación con Ps. 3,077 millones en 2008, resultado en una expansión en el margen de operación de 1.8 puntos porcentual, alcanzando 8.3% de los ingresos totales en el año comparado con 6.5% en 2008. El margen de operación alcanzó un nivel máximo histórico debido a la expansión del margen bruto que compensó por completo el incremento en los gastos de operación.

FEMSA Consolidado—Utilidad neta

Otros Gastos

Los principales conceptos registrados en “Otros Gastos” son la participación de los trabajadores en las utilidades (“PTU”), deterioro en el valor de los activos de largo plazo, reserva por contingencias, así como sus respectivos intereses y penas, indemnizaciones por programas de reestructura, participación de compañías afiliadas, así como los gastos que se deriven de programas que no están relacionados a la principal actividad de negocios de la Compañía y que no formen parte del resultado integral de financiamiento. Durante 2009, otros gastos incrementaron a Ps. 3,506 millones de Ps. 2,374 millones en 2008, debido principalmente al efecto de un beneficio único en el programa de amnistía de impuestos ofrecido por las autoridades brasileñas y ciertas obligaciones laborales relacionadas con las vacaciones de los empleados, así como incrementos en PTU.

Resultado Integral de financiamiento

El gasto financiero neto fue de Ps. 4,632 millones en 2009 comparado con Ps. 4,332 millones en 2008. La fluctuación cambiaria registró una pérdida de Ps. 396 millones en 2009 comparada con la pérdida de Ps. 1,694 millones en 2008, reflejando una mejora importante gracias a la pérdida significativa reportada en el 2008, debido a menores pérdidas cambiarias en 2009, gracias a la depreciación menor de nuestras monedas locales frente al dólar. Adicionalmente, la posición monetaria representó una menor ganancia de Ps. 487 millones en 2009 comparada con Ps. 657 millones en 2008, debido a una menor posición monetaria de pasivos en 2009 (pasivos monetarios, menos activos monetarios) y una menor inflación en los países en donde los ajustes inflacionarios son aplicados.

El valor de mercado de la porción inefectiva de nuestros instrumentos financieros derivados refleja un cambio a ganancia de Ps. 25 millones en 2009 de una pérdida de Ps. 1,456 millones en 2008, reflejando una mejora debido a la pérdida significativa reportada en el 2008, por pérdidas de ciertos instrumentos financieros derivados debido al reconocimiento de los swaps de tipo de cambio en dólares.

El resultado integral de financiamiento decreció 33.8% en 2009 a Ps. 4,516 millones, reflejando una mejora importante gracias a la pérdida significativa en el 2008, debido a menores pérdidas cambiarias en 2009, gracias a la

depreciación menor de nuestras monedas locales frente al dólar y un cambio a ganancia en ciertos instrumentos derivados durante el año, como mencionamos anteriormente.

Impuestos

La provisión contable de impuesto efectivo sobre la renta en 2009 fue de Ps. 5,973 millones excluyendo el beneficio único de Ps. 2,066 millones bajo el programa de amnistía de impuestos ofrecido por las autoridades brasileñas en 2009 debido a la utilización de las pérdidas fiscales que habíamos reservado, pero que no teníamos suficiente certeza de su recuperación anteriormente, resultando en una provisión contable de impuesto efectivo sobre la renta de Ps. 3,908 millones, comparada con 4,207 millones en 2008, resultando en una tasa efectiva de impuestos de 20.6% en 2009 comparada con una tasa de 31.2% en 2008.

Utilidad neta

La utilidad neta aumentó 62.6% a Ps. 15,082 millones en 2009 en comparación con Ps. 9,278 millones en 2008. Estos resultados fueron impulsados por i) el crecimiento durante el año de la utilidad de operación, ii) una mejora importante en el resultado integral de financiamiento debido a los factores mencionados con anterioridad y iii) por un beneficio único que resulto del programa de amnistía de impuestos brasileño de amnistía en 2009.

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 9,908 millones en 2009 en comparación con Ps. 6,708 millones en 2008, representando un incremento de 47.7%. La utilidad neta mayoritaria por una Unidad FEMSA para el 2009 fue de Ps. 2.77 (US\$2.12 por cada ADS).

Resultados de operación auditados para el año terminado el 31 de diciembre de 2008, comparado con el año terminado el 31 de diciembre del 2007

A partir del 1 de enero de 2008, de acuerdo a cambios en la NIF B-10 bajo las Normas de Información Financiera aplicables en México, descontinuamos el uso de contabilidad inflacionaria para nuestras subsidiarias que operan en países “no inflacionarios” en donde la inflación acumulada de los últimos tres años fue menor a 26%. Para efectos comparativos, los números previos al 2008 se reexpresaron en pesos mexicanos con poder adquisitivo al 31 de diciembre de 2007 tomando en cuenta la inflación local para cada país y referenciados al Índice de Precios al Consumidor. Las monedas locales se convirtieron a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio oficial publicado por el banco central local de cada país. Ver Nota 3 a Nuestros Estados Financieros Consolidados.

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

Nuestros ingresos totales consolidados aumentaron 13.9% alcanzando Ps. 168,022 millones en 2008 en comparación con Ps. 147,556 millones en 2007. Todas nuestras operaciones de FEMSA—refrescos, cerveza y comercio—contribuyeron positivamente en dicho incremento. Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA incrementaron 19.8% a Ps. 82,976 millones, resultado del 12.5% de incremento en el precio promedio por caja unidad y al 5.8% de crecimiento en el volumen de ventas comparado con el 2007, de 2,120.8 millones de cajas unidad en 2007 a 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008. Los ingresos totales de FEMSA Comercio incrementaron 12.0% en comparación a Ps. 47,146 millones, debido principalmente a la apertura de 811 nuevas tiendas durante el año y a la estabilidad en las ventas mismas-tiendas. Los ingresos totales de FEMSA Cerveza incrementaron 7.1% con respecto al 2007 a Ps. 42,385 millones, impulsados por el incremento en el precio promedio por hectolitro, principalmente en México, y al aumento en el volumen de ventas en nuestros tres principales mercados: México, E.U. y Brasil.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumento 13.4% a Ps. 90,399 millones en 2008 comparado a Ps. 79,739 millones en 2007. Aproximadamente 75.2% de este incremento se atribuye a Coca-Cola FEMSA, resultado de la depreciación de las monedas locales frente al dólar aplicada a sus costos de materia prima denominados en dólares en sus principales operaciones, así como su integración de la línea de Jugos del Valle en México, la cual actualmente tiene mayores costos de venta. FEMSA Comercio representó aproximadamente 21.2% de este incremento como resultado de su fuerte ritmo de expansión de tiendas.

La utilidad bruta consolidada aumentó 14.5% a Ps. 77,623 millones en 2008 en comparación con Ps. 67,817 millones en 2007, debido a incrementos en todas nuestras operaciones. El margen bruto aumentó 0.2 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2007, de 46.0% en 2007 a 46.2% en 2008. La mejora en el margen bruto de FEMSA Comercio compensó la

presión de materias primas en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, y ayudó a compensar la depreciación de las monedas locales aplicada a nuestros costos denominados en dólares, resultando en un incremento neto del margen bruto consolidado.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 14.3% a Ps. 54,939 millones en 2008 comparados con Ps. 48,081 millones en 2007. Aproximadamente 50% de este incremento se debió al incremento en gastos de operación en Coca-Cola FEMSA debido a la integración de nuevas operaciones en Brasil y a un aumento en sus gastos de operación en la división de Latincentro, debido principalmente a mayores costos de mano de obra. Por su parte, FEMSA Comercio representó aproximadamente 30% del incremento, debido en gran medida al acelerado ritmo de apertura de tiendas. FEMSA Cerveza contabilizó para el balance. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados permanecieron estables en 32.7% en 2008 comparado con 32.6% en 2007.

Los gastos de administración consolidados aumentaron 4.5% a Ps. 9,531 millones en 2008 comparado con Ps. 9,121 millones en 2007. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de administración consolidados disminuyeron 0.5 puntos porcentuales a 5.7% en 2008, comparado con 6.2% en 2007 debido al apalancamiento operativo logrado por mayores ingresos en todas nuestras operaciones.

El gasto de ventas consolidado aumentó 16.6% a Ps. 45,408 millones en 2008 comparado con Ps. 38,960 millones en 2007. Aproximadamente 49% del incremento se debió a Coca-Cola FEMSA, mientras el 30% a FEMSA Comercio y el resto a FEMSA Cerveza. Como porcentaje de los ingresos totales, el gasto de ventas incrementó 0.6 puntos porcentuales en 2008 a 27.0%, comparado con 26.4% en 2007.

Incurrimos en diversos gastos relacionados con la distribución de nuestros productos, los cuales son registrados como gastos de ventas. Durante 2008 y 2007, los gastos de distribución ascendieron a Ps. 12,135 millones y Ps. 10,601 millones, respectivamente.

La utilidad de operación consolidada aumentó 14.9% a Ps. 22,684 millones en 2008 comparada con Ps. 19,736 millones en 2007, impulsada por los resultados en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio, los cuales compensaron la disminución de FEMSA Cerveza. El margen de operación consolidado en 2008 fue de 13.5%, representando una mejora de 0.1 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2007. El aumento del margen de operación de FEMSA Comercio combinado con un margen estable de Coca-Cola FEMSA compensó la presión en el margen de FEMSA Cerveza, resultado de mayores costos en las materias primas y en los gastos de operación.

Algunas de nuestras subsidiarias nos pagan un cargo relacionado con servicios corporativo que les proveemos. Estos cargos forman parte de los gastos administrativos de cada unidad de negocio. El pago de este cargo por parte de cada una de las unidades de negocio, es eliminado en la consolidación, por lo que no tiene efecto dentro de los estados financieros consolidados de FEMSA.

Coca-Cola FEMSA

Ingresos Totales

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA incrementaron 19.8% a Ps. 82,976 millones en 2008 comparados con Ps. 69,251 millones en 2007 como resultado del crecimiento en todas sus divisiones. El crecimiento en la división Latincentro de Coca-Cola FEMSA se debió principalmente al incremento en precios, el crecimiento en su división de México se debió principalmente al incremento en el volumen y el crecimiento en la división Mercosur se debió principalmente a la adquisición de REMIL. La división de Latincentro incluyendo Venezuela aportó más de 45% del crecimiento en ingresos de Coca-Cola FEMSA. Las divisiones de Mercosur y México, excluyendo el efecto de la adquisición de REMIL en Brasil, contribuyeron con cerca del 30% del incremento en ingresos. REMIL contribuyó con más del 20% de los ingresos incrementales además de un efecto positivo neto de cambio de divisas al convertir la moneda local de los países en los que opera Coca-Cola FEMSA a pesos mexicanos (al cual nos referimos como “efecto de traducción”), representaron la mayoría del balance.

El precio promedio por caja unidad de Coca-Cola FEMSA en 2008 alcanzó Ps. 35.93, un incremento de 12.5% en comparación a Ps. 31.95 en el 2007. Los incrementos de precio implementados en la mayoría de los territorios de Coca-Cola FEMSA y la adición de la línea de negocio de Jugos Del Valle, que posee un precio por caja unidad más alto, sustentaron este crecimiento.

El volumen total de ventas de Coca-Cola FEMSA alcanzó los 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008 comparado con 2,120.8 millones de cajas unidad en 2007, incrementó 5.8%. Excluyendo REMIL, el volumen total de ventas se

incrementó 2.6% para alcanzar 2,176.7 millones de cajas unidad. El negocio de agua de Coca-Cola FEMSA, impulsado principalmente por el negocio de agua de garrafón en México, así como las bebidas no carbonatadas, debido principalmente a la introducción de Jugos Del Valle y los productos innovadores derivados de esta línea de negocio, aportaron aproximadamente el 80% del crecimiento en volúmenes de ventas. Las ventas de bebidas carbonatadas, principalmente impulsadas por la marca Coca-Cola y el fuerte desempeño de Coca-Cola Zero fuera de México, representaron el balance.

Utilidad Bruta

El costo de ventas de Coca-Cola FEMSA aumentó 22.4% a Ps. 43,895 millones en 2008 en comparación con Ps. 35,876 millones en 2007 debido a las presiones en los costos relacionados con la depreciación de las monedas locales en la mayoría de las operaciones de Coca-Cola FEMSA aplicada a los costos de materia prima denominados en dólares. La integración de REMIL y una menor rentabilidad del negocio de Jugos Del Valle en México, como se esperaba en 2008, debido al acuerdo con Jugos del Valle de retención de utilidades respecto a la alianza estratégica en 2008 para reinversión, también contribuyó a este incremento. La utilidad bruta consolidada aumentó 17.1% a Ps. 39,081 millones en 2008 en comparación con el 2007, debido a al incremento del 40.8% en la división Mercosur, 27.6% en la división Latincentro, incluyendo Venezuela, y del 1.8% en la división de México. A pesar de este crecimiento en la utilidad bruta, el margen bruto disminuyó 1.1 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2007 a 47.1% en 2008.

Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas, principalmente concentrado para refrescos y endulzantes, materiales de empaque, gastos por depreciación atribuibles a nuestras plantas productivas, sueldos y otros gastos laborales asociados con la fuerza laboral de nuestras plantas productivas y gastos de fabricación. Los precios del concentrado se determinan como un porcentaje neto de impuestos del precio al público de nuestros productos. Los materiales de empaque, principalmente PET y aluminio, y el jarabe de alta fructosa, utilizado como endulzante en algunos países, están denominados en dólares.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 16.0% en términos absolutos comparado con 2007 a Ps. 25,386 millones en 2008, principalmente como resultado de incrementos salariales por encima de la inflación en algunos países donde opera Coca-Cola FEMSA y mayores gastos operativos en la división Mercosur, principalmente como consecuencia de la integración de Remil que fueron compensados por menores gastos de mercadotecnia en algunas de nuestras operaciones. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación disminuyeron de 31.6% en 2007 a 30.6% en 2008, como resultado de un mayor crecimiento de los ingresos que compensó mayores gastos de operación.

La utilidad de operación aumentó 19.2% a Ps. 13,695 millones en 2008 en comparación a Ps. 11,486 millones en 2007. Las divisiones de Coca-Cola FEMSA de Mercosur y Latincentro, incluyendo Venezuela, aportaron respectivamente más del 40% del incremento. El margen de operación se mantuvo estable en 16.5% en 2008 comparado con 16.6% en 2007.

FEMSA Cerveza

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 7.1% a Ps. 42,385 millones en 2008 en comparación con Ps. 39,566 millones en 2007. Las ventas de cerveza incrementaron 7.0% a Ps. 39,014 millones en 2008 comparadas con Ps. 36,457 millones en 2007, representando el 92.0% de los ingresos totales en 2008. Las ventas de la división de empaque de FEMSA Cerveza representaron el 8% del total de los ingresos. Mayor precio promedio por hectolitro contribuyó aproximadamente a 55% del crecimiento en ingresos totales, mientras que los volúmenes incrementales representaron alrededor del 36%-El balance provino de otros ingresos. Las ventas de cerveza en México representaron 68.9% de los ingresos totales de 2008, comparado con 68.8% durante el 2007. Las ventas de cerveza en Brasil representaron 14.6% de los ingresos totales del 2008 comparado con 14.9% durante el 2007. Las ventas de cerveza de exportación representaron 8.5% de los ingresos totales del 2008, prácticamente sin cambio comparado con el 8.4% durante 2007.

El volumen de ventas de cerveza de México aumentó 1.6% a 27.393 millones de hectolitros en 2008. El crecimiento fue impulsado por el crecimiento de las familias de marcas *Tecate* e *Indio* a través del país junto con la introducción exitosa de algunas extensiones de líneas como *Sol Limón* y *Sal*. El precio por hectolitro incrementó 5.7% a Ps. 1,066.8 en 2008, debido principalmente al efecto positivo por el volumen incremental incorporado a la red de distribución directa de FEMSA Cerveza durante los últimos doce meses, el cual actualmente representa 90% de su volumen de ventas total en México. Los incrementos de precio implementados durante el año también contribuyeron a este efecto.

El volumen de ventas de cerveza en Brasil incrementó 3.9% a 10.181 millones de hectolitros en 2008 comparado con 9.795 millones de hectolitros en 2007, crecimiento por arriba de la industria de cerveza en Brasil. Durante el año las marcas de FEMSA Cerveza *Sol*, *Kaiser* y *Bavaria* representaron la mayoría del crecimiento. El precio promedio por hectolitro en pesos mexicanos en Brasil aumentó 0.8% sobre el 2007 a Ps. 607.2 en 2008. En reales brasileños, el precio promedio por hectolitro aumentó 2.0%, reflejando incremento de precios implementado al final del año.

El volumen de ventas de exportación creció 9.3% comparado con el 2007, alcanzando 3.479 millones de hectolitros en 2008 comparado con 3.183 millones de hectolitros en 2007, debido principalmente al incremento en la demanda de las marcas de FEMSA Cerveza *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos y de *Sol* en otros mercados clave. El precio por hectolitro en exportaciones en pesos mexicanos decreció 1.1% comparado con 2007 a Ps. 1,037.0 en 2008. El precio por hectolitro en U.S. dólar mejoró 0.2% a US\$ 94.0 debido a moderados incrementos implementados durante el año, los cuales compensaron los cambios en la mezcla de empaques.

Utilidad Bruta

El costo de ventas incrementó 9.6% en 2008 a Ps. 19,540 millones comparado con Ps. 17,833 millones en 2007, por encima del 7.1% de crecimiento en ventas totales durante el año. Este incremento refleja mayores costos en materias primas, particularmente aluminio y granos, la depreciación del 25% del peso mexicano frente al U.S. dólar aplicada a sus costos denominados en U.S. dólares, y en menor medida el aumento del 2.8% en el volumen total, compensando por completo las eficiencias operacionales logradas durante el año. La utilidad bruta alcanzó Ps. 22,845 millones en 2008 comparado con Ps. 21,733 millones en 2007. A pesar del incremento de 5.1% en la utilidad bruta en 2008, el margen bruto decreció 1.0 puntos porcentuales, de 54.9% en 2007 a 53.9% en 2008.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 7.5% a Ps. 17,451 millones en 2008 en comparación con Ps. 16,236 millones en 2007. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales se mantuvieron prácticamente iguales en 41.2% comparados con 41.0% en 2007. Los gastos administrativos disminuyeron 4.7% a Ps. 4,093 millones en 2008 comparado con Ps. 4,295 millones en 2007, resultado de la racionalización en costos y la disminución en la capitalización de las inversiones en el sistema ERP, las cuales fueron completamente amortizadas. El gasto de ventas aumentó 11.9% a Ps. 13,358 millones en 2008 en comparación con Ps. 11,941 millones en 2007, principalmente debido a la continua inversión en mercadotecnia en el desarrollo de canales de distribución y en actividades para el fortalecimiento de nuestras marcas *Sol* y *Tecate* en México; así como *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos; y *Sol* y *Kaiser* en Brasil. El incremento también fue resultado del volumen incremental que trajo consigo la red de distribución directa de FEMSA Cerveza. La utilidad de operación decreció 1.9% a Ps. 5,394 millones en 2008, y 12.7% de los ingresos totales consolidados, reflejando principalmente la disminución en el margen bruto.

FEMSA Comercio

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 12.0% a Ps. 47,146 millones en 2008, en comparación con Ps. 42,103 millones en 2007, resultado de la combinación de la apertura de 811 nuevas tiendas netas durante el 2008 y crecimiento estable en las ventas-mismas-tiendas. Al 31 de diciembre de 2008 teníamos 6,374 tiendas en México. Las ventas-mismas-tiendas tuvieron un ligero incremento de 0.4% en comparación al 2007. El incremento en tráfico de 13.0%, impulsado por un aumento en la variedad de productos y servicios, compensó la reducción de 11.2% en el ticket promedio. Durante el año, la dinámica de tráfico y ticket promedio por tienda, refleja el cambio en la mezcla de cambio de venta del servicio de recarga celular de tarjeta física a la venta de tiempo aire electrónico, por el cual registramos el monto completo de la transacción en ingresos, hacia recarga electrónica, por la cual únicamente registramos el margen neto de la recarga electrónica.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 7.5% a Ps. 32,565 millones en 2008, por debajo del crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 30,301 millones en 2007. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 14,581 millones en 2008, representando un incremento de 23.5% en relación con el 2007. El margen bruto fue de 30.9% de los ingresos totales, una expansión de 2.9 puntos porcentuales comparado con 2007. Esta mejora refleja principalmente el cambio a venta electrónica de tiempo aire, descrito anteriormente. El diferencial de la mejora se debe al crecimiento de algunas categorías que tienen mayor margen, entre ellas el café listo para beber y las bebidas alternativas, así como mejores estrategias de precios en algunos productos y mejores condiciones comerciales con los proveedores.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 21.3% a Ps. 11,504 millones en 2008 en comparación con Ps. 9,482 millones en 2007. Los gastos administrativos aumentaron 10.9% a Ps. 833 millones en 2008 en comparación con Ps. 751 millones en 2007, sin embargo como porcentaje de ventas se mantuvo estable en 1.8%. Los gastos de ventas incrementaron 22.2% a Ps. 10,671 en 2008 comparado con Ps. 8,731 millones en 2007, debido principalmente a mayores costos de energía a nivel de tienda y a gastos relacionados con el fortalecimiento de la estructura organizacional de FEMSA Comercio, de acuerdo al plan de la administración. La utilidad de operación incrementó 32.6% a Ps. 3,077 millones en 2008 en comparación con Ps. 2,320 millones en 2007 resultando en una expansión en el margen de operación de 1.0 punto porcentual, alcanzando 6.5% de los ingresos totales en el año comparado con 5.5% en 2007. El margen de operación alcanzó un nivel máximo histórico, debido a la expansión del margen bruto que compensó por completo el incremento en los gastos de operación.

FEMSA Consolidado—Utilidad Neta

Otros Gastos

Los principales conceptos registrados en “Otros Gastos” son PTU, utilidad o pérdida en venta de activo fijo, deterioro en el valor de los activos de largo plazo, reserva por contingencias, indemnizaciones por programas de reestructura, participación de compañías afiliadas, así como los gastos que se deriven de programas que no están relacionadas a la principal fuente de ingresos de la Compañía y que no forman parte del resultado integral de financiamiento. Durante 2008, otros gastos incrementaron a Ps. 2,374 millones de Ps. 1,297 millones en 2007, debido principalmente a incrementos en PTU y deterioro en el valor de los activos de largo plazo, junto con los proyectos estratégicos principalmente en Coca-Cola FEMSA durante el 2008.

Resultado Integral de Financiamiento

El gasto financiero neto fue de Ps. 4,332 millones en 2008 comparado con Ps. 3,952 millones en 2007, principalmente debido a un mayor gasto financiero por un incremento en nuestra deuda promedio durante el año.

La fluctuación cambiaria registró un pérdida de Ps. 1,694 millones en 2008 comparada con una ganancia de Ps. 691 millones en 2007, debido a la depreciación de nuestras monedas locales frente al dólar, aplicada a nuestra posición pasiva denominada en dólares.

La posición monetaria registró una menor ganancia de Ps. 657 millones en 2008 comparado a Ps. 1,639 millones en 2007, derivado de los cambios en las Normas de Información Financiera en México, en los cuales se establece que los efectos de la inflación han dejado de ser aplicados a la gran mayoría de nuestras posiciones de pasivos.

El valor de mercado de la porción inefectiva de nuestros instrumentos financieros derivados refleja un cambio a pérdida de Ps. 1,456 millones en 2008 de una ganancia de Ps. 69 millones en 2007 impulsado por el reconocimiento del ajuste al mercado en nuestros swaps de tipo de cambio a dólares y, en menor medida, a la anulación de determinadas coberturas de ciertos instrumentos derivados que no cumplen con los criterios de cobertura para efectos contables.

Impuestos

La provisión contable de impuesto efectivo sobre la renta fue de Ps. 4,207 millones en 2008 comparado con Ps. 4,950 millones en 2007, resultando en una tasa efectiva de impuestos de 31.2% comparada con una tasa de 29.3% en 2007

Utilidad Neta

La utilidad neta disminuyó 22.3% a Ps. 9,278 millones en 2008 en comparación con Ps. 11,936 millones en 2007. El aumento en la utilidad de operación durante el año compensó el incremento en el resultado integral de financiamiento, debido a los factores mencionados anteriormente.

La utilidad neta por participación mayoritaria consolidada fue de Ps. 6,708 millones en 2008 en comparación con Ps. 8,511 millones en 2007, representando una disminución de 21.2%. La utilidad neta por participación mayoritaria por una Unidad FEMSA para el 2008 fue de Ps. 1.87 (US\$ 1.36 por cada American Depositary Shares “ADS”).

Liquidez y Recursos de Capital

Liquidez

Cada una de nuestras compañías subtenedoras, generalmente, financia sus propios requerimientos de operación y de capital de forma independiente. Al 31 de diciembre de 2009, el 68.2% de nuestro endeudamiento total consolidado está registrado al nivel de las compañías subtenedoras. Esta estructura es atribuible, en parte, a la participación de terceros en la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA. Actualmente esperamos continuar financiando nuestras operaciones y requerimientos de capital principalmente al nivel de nuestras compañías subtenedoras. No obstante, podríamos incurrir en deuda a través de nuestra compañía tenedora en el futuro, para financiar las operaciones y requerimientos de capital de nuestras subsidiarias, adquisiciones significativas o inversiones en activo fijo. Como una compañía tenedora, dependemos de los dividendos y otros ingresos de nuestras subsidiarias, para cubrir nuestro endeudamiento.

Evaluamos continuamente las oportunidades para compra, alianzas estratégicas u otras transacciones. Esperamos financiar toda transacción futura significativa con una combinación de efectivo proveniente de las operaciones, endeudamiento a largo plazo y capital.

La principal fuente de liquidez para cada una de nuestras compañías subsidiarias ha sido por lo regular el efectivo generado de las operaciones. Tradicionalmente, hemos tenido la capacidad de depender del efectivo generado de las operaciones, por el hecho de que la gran mayoría de nuestras ventas de Coca-Cola FEMSA, FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio son en efectivo o crédito de corto plazo, y la Cadena Comercial OXXO es capaz de financiar una porción importante de su inventario inicial y normal, mediante crédito de proveedores. Nuestro efectivo ha sido utilizado principalmente en programas de inversión en capital, servicio de deuda y pago de dividendos.

En 2008, adoptamos la NIF B-2 “Estado de Flujo de Efectivo” en la cual presentamos las entradas y salidas de efectivo en moneda nominal para el año terminado el 31 de diciembre de 2008. La NIF B-2 sustituye al estado de cambios en la situación financiera que todavía presentamos para el año terminado el 31 de diciembre de 2007 y que incluye la inflación acumulada y efectos de tipos de cambio no realizados. La aplicación de la NIF B-2 es prospectiva, por lo tanto, el estado de flujo de efectivo por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008 no es comparable con los estados de cambio en la situación financiera para el año terminado el 31 de diciembre de 2007.

El siguiente es un resumen de los principales usos de efectivo por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008 de nuestro estado de flujo de efectivo consolidado:

Fuentes y usos principales de los recursos Por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008

(en millones de pesos mexicanos)

	2009	2008
Flujo de efectivo neto generado en actividades de operación	Ps. 30,907	Ps. 23,064
Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de inversión ⁽¹⁾	(15,834)	(18,060)
Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de financiamiento ⁽²⁾	(7,711)	(6,160)
Pago de dividendos	(2,255)	(2,065)

⁽¹⁾ Incluye propiedad, planta y equipo, inversión en acciones y otros activos.

⁽²⁾ Incluye dividendos declarados y pagados.

La siguiente tabla resume las fuentes y usos de los recursos en efectivo para el año terminado al 31 de diciembre de 2007 de nuestros estados consolidados de cambios en la situación financiera.

Principales Usos de los Recursos Por el Año terminado el 31 de diciembre de 2007⁽¹⁾

(en millones de pesos mexicanos)

	2007
Recursos netos generados en actividades de operación	Ps. 18,022
Recursos netos utilizados en actividades de inversión ⁽²⁾	(12,437)
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento ⁽³⁾	(3,901)
Dividendos declarados y pagados	(1,909)

⁽¹⁾ Expresado en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2007.

⁽²⁾ Incluye propiedad, planta y equipo, inversión en acciones y otros activos.

⁽³⁾ Incluye dividendos declarados y pagados.

Nuestras compañías subtenedoras generalmente incurren en deuda a corto plazo en el caso de que estuviesen temporalmente impedidas de financiar sus operaciones o para cumplir con algún requerimiento de capital mediante el efectivo generado en sus operaciones. Un deterioro significativo en la actividad de negocios de cualquiera de nuestras subsidiarias, podría afectar la capacidad de tal subsidiaria de financiar sus requerimientos de capital. Un deterioro significativo y prolongado de las economías en donde operamos o en nuestros negocios, podría afectar negativamente nuestra capacidad de obtener crédito de corto y largo plazo, o de refinanciar nuestra deuda existente, bajo términos satisfactorios para nosotros.

Hemos financiado adquisiciones importantes, por ejemplo la compra por parte de Coca-Cola FEMSA de Coca-Cola Buenos Aires en 1994 y la de Panamco en mayo del 2003 y nuestra adquisición del 30% de FEMSA Cerveza, propiedad de afiliadas de InBev en agosto del 2004, inversiones en capital y otros requerimientos de capital, que no pudieron ser financiados mediante el efectivo generado en las operaciones, a través de deuda de largo plazo e incrementos de capital a través de ofertas públicas.

Nuestro endeudamiento total consolidado al 31 de diciembre de 2009 fue de Ps. 43,663 millones comparada con Ps. 43,858 millones al 31 de diciembre de 2008. Nuestro endeudamiento a corto plazo (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo) y deuda a largo plazo fueron de Ps.8,853 millones y Ps. 34,810 millones, respectivamente al 31 de diciembre de 2009, comparada con Ps. 11,648 millones y Ps. 32,210 millones, respectivamente al 31 de diciembre de 2008. Efectivo, valores de realización inmediata y valores negociables financieros fueron \$Ps.17,636 millones al 31 de diciembre de 2009, comparado con Ps. 9,110 millones al 31 de diciembre de 2008.

Creemos que nuestras fuentes de liquidez al 31 de diciembre de 2009, fueron adecuadas para la conducción de los negocios de nuestras compañías subtenedoras y que tendremos suficientes fondos disponibles para enfrentar nuestra demanda y necesidades de financiamiento para el 2010 y los años subsiguientes.

Acuerdos fuera del Balance General

No tenemos ningún acuerdo fuera del balance general.

Obligaciones Contractuales

La siguiente tabla muestra nuestras obligaciones contractuales al 31 de diciembre de 2009:

	Vencimiento				Total
	Menor a 1 año	1 – 3 Años	3 - 5 años	Más de 5 años	
	(en millones de pesos mexicanos)				
Deuda a Largo Plazo⁽¹⁾	Ps. 4,93	Ps.	Ps.	Ps.	
Pesos mexicanos	1	18,217	7,158	5,789	36,095
Dólares americanos	95	985	2,092	–	3,172
Pesos argentinos	–	69	–	–	69
Arrendamiento Financiero⁽²⁾					
Dólares americanos	11	4	–	–	15
Pagos de Intereses⁽³⁾					
Pesos mexicanos	1,981	2,712	685	325	5,703
Dólares americanos	42	70	9	–	121
Pesos argentinos	14	10	–	–	24
Swap de Tasa de Interés y de tipos de cambio⁽³⁾					
Pesos mexicanos	661	1,136	369	321	2,487
Dólares americanos	22	50	4	–	76
Swap de tipos de cambio sin cobertura	–	248	107	–	355
Arrendamientos Operativos					
Pesos mexicanos	1,607	2,932	2,544	6,182	13,265
Dólares americanos	106	89	27	–	222
Reales brasileños	151	259	43	16	469
Contratos de Precio de Materias Primas					
Dólares americanos	2,767	2,260	172	–	5,199
Obligaciones por Compras	72		–	–	72
Contribuciones que se espera sean aportadas al plan de pensiones, primas de antigüedad, servicios médicos para jubilados e indemnizaciones	663	1,062	1,075	2,895	5,695
Otras Deudas a Largo Plazo⁽⁴⁾	464	1,316	121	7,486	9,537

⁽¹⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio con lo cual \$200 millones de deuda a largo plazo denominada en dólares se convierte a pesos mexicanos por un monto de Ps. 2,115 millones.

⁽²⁾ Los intereses se calcularon usando la deuda a largo plazo y las tasas de interés al 31 de diciembre de 2009 excluyendo el efecto de swap de tasa de interés. La deuda y las tasas de interés aplicables vigentes se especifican en la Nota 17 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Los pasivos denominados en dólares se convirtieron a pesos mexicanos a un tipo de cambio de Ps. 13.0587 por dólar, el tipo de cambio que nos fue cotizado para la liquidación de obligaciones en moneda extranjera el 31 de diciembre de 2009.

⁽³⁾ Reflejan la cantidad de los pagos futuros que tendríamos que realizar. Se calcularon los montos aplicando la diferencia entre los swaps de tipos de cambio, swaps de tasas de interés y tasas de interés nominales contratadas para las deudas a largo plazo al 31 de diciembre de 2009 y el valor en el mercado de los swaps de tipo de cambio.

⁽⁴⁾ Otros pasivos de largo plazo incluyen contingencias y otros. Adicionalmente, otros pasivos de largo plazo reflejan aquellos pasivos cuya fecha de vencimiento es indefinida y depende de una serie de circunstancias fuera de nuestro control, por lo que estos pasivos están considerados como pasivos cuya fecha de vencimiento es mayor a cinco años.

Al 31 de diciembre de 2009, Ps.8,853 millones de nuestra deuda total consolidada era deuda a corto plazo, (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo).

Al 31 de diciembre de 2009, nuestro costo promedio de deuda consolidada incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés era de aproximadamente el 7.8%, una disminución de 1.6 puntos porcentuales comparado con 9.4% en 2008. Al 31 de diciembre de 2009, incluyendo el efecto de swap de tipo de cambio, el 86.9% de nuestra deuda total consolidada estaba denominada y era pagadera en pesos mexicanos, 7.4% era en dólares, 1.1% en pesos colombianos, 2.9% en pesos argentinos, y el 1.7% restante en bolívares fuertes venezolanos.

Resumen de Instrumentos de Deuda

La siguiente tabla muestra el perfil de la deuda total de nuestra Compañía al 31 de diciembre de 2009:

	Perfil de la Deuda Total de la Compañía				Deuda Total
	FEMSA y Otras ⁽¹⁾	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	
	(en millones de pesos mexicanos)				
Deuda a Corto Plazo					
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Préstamos bancarios	1,400	–	–	–	1,400
<i>Pesos argentinos:</i>					
Préstamos bancarios	–	1,179	–	–	1,179
<i>Pesos colombianos:</i>					
Préstamos bancarios	–	496	–	–	496
<i>Bolívares fuertes venezolanos:</i>					
Préstamos bancarios	–	741	–	–	741
Deuda a Largo Plazo⁽¹⁾					
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Préstamos bancarios	9,512	10,550	10,555	–	30,617
Unidades de Inversión (UDI's)⁽³⁾	2,964	–	–	–	2,964
<i>Dólares americanos:</i>					
Préstamos bancarios	–	2,873	3,309	–	6,182
Arrendamiento financiero	–	15	–	–	15
<i>Pesos argentinos:</i>					
Préstamos bancarios	–	69	–	–	69
Total	Ps. 13,876	Ps. 15,923	Ps. 13,864	–	Ps. 43,663
Costo Promedio⁽²⁾					
Pesos mexicanos	8.5%	6.2%	8.2%	–	7.7%
Dólares americanos	–	2.0%	1.6%	–	1.8%
Pesos argentinos	–	20.7%	–	–	20.7%
Bolívares fuertes venezolanos	–	18.1%	–	–	18.1%
Pesos colombianos	–	4.9%	–	–	4.9%
Total	8.5%	7.1%	6.6%	–	7.4%

⁽¹⁾ Incluye la porción circulante de deuda a largo plazo por Ps. 5,037 millones.

⁽²⁾ Incluye el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés.

Restricciones Impuestas por Instrumentos de Deuda

En términos generales, las obligaciones de los acuerdos crediticios y otros instrumentos que controlan nuestra deuda contraídos por nosotros y nuestras subtenedoras, incluyen limitaciones respecto a la contratación de deuda adicional, que operan según ciertas razones de cobertura de intereses y/o índices de apalancamiento. Los acuerdos crediticios contraídos por nosotros y nuestras subtenedoras o sus subsidiarias, generalmente incluyen cláusulas restrictivas aplicables a nosotros y a nuestras subtenedoras y sus subsidiarias. No existen garantías recíprocas entre compañías subtenedoras. Al 31 de diciembre 2009, la obligación de FEMSA por Ps. 2,800 millones contraída en un préstamo bancario esta garantizada por FEMSA Cerveza. Adicionalmente, la obligación de FEMSA por Ps. 3,112 millones está garantizada por FEMSA Comercio. Adicionalmente, FEMSA garantizó la obligación de FEMSA Cerveza por Ps. 3,473 millones. Ciertos de nuestros instrumentos financieros mencionados anteriormente están sujetos a ser acelerados o a pactos de recompra con los acreedores o tenedores a su opción si, en el caso de FEMSA, las personas que ejercen el control de FEMSA dejan de ejercer dicho control, y en el caso de FEMSA Cerveza, FEMSA deja de controlar FEMSA Cerveza.

Al 31 de diciembre de 2009, nos encontramos en cumplimiento de todas nuestras obligaciones de hacer o no hacer. Un deterioro significativo y prolongado de nuestros resultados de operación consolidados, podría causar que dejemos de estar en cumplimiento de ciertos adeudos en el futuro. No podemos asegurar que tendremos la capacidad de contratar deuda o refinanciar la deuda existente, en términos similares en el futuro.

Resumen de Deuda

A continuación se presenta un detalle del endeudamiento a nivel compañía subtenedora y para FEMSA al 31 de diciembre de 2009:

- *Coca-Cola FEMSA*: La deuda total de Coca-Cola FEMSA ascendió a Ps. 15,923 millones al 31 de diciembre de 2009, comparada con Ps. 18,543 millones al 31 de diciembre de 2008. La deuda a corto plazo (incluyendo la porción circulante de la deuda a largo plazo) y largo plazo fue de Ps. 5,427 millones y Ps. 10,496, respectivamente, al 31 de diciembre de 2009, comparada con Ps. 6,095 millones y Ps. 12,448 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2008. Al 31 de diciembre de 2009, el efectivo, valores negociables y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos principalmente de dólares americanos, pesos mexicanos, reales brasileños, bolívares fuertes venezolanos, pesos colombianos y pesos argentinos, representando 45.8%, 27.7%, 19.0%, 3.7%, 2.5% y 0.7%, respectivamente. Al 31 de diciembre del 2009, el efectivo, los valores de realización inmediata y los valores negociables fue de Ps. 9,740 millones, en comparación con Ps. 6,192 millones de efectivo y valores de realización inmediata al 31 de diciembre de 2008. Aproximadamente Ps. 215 millones en efectivo se consideran efectivo restringido, porque se ha depositado para pagar cuentas por pagar en Venezuela y Brasil. Al 31 de diciembre de 2009, Coca-Cola FEMSA tuvo un déficit de capital de trabajo (definido como el exceso de pasivo actual sobre activos actuales) de Ps. 191 millones, reflejando el decremento de efectivo y valores de realización inmediata, cuentas por cobrar y otros activos.

Como parte de la política de financiamiento de Coca-Cola FEMSA, se espera que siga financiando sus necesidades de liquidez a través de efectivo generado en operaciones. Sin embargo, como resultado de regulaciones en ciertos países en los que opera, podrían resultar no benéficos o, como el caso de control de tipos de cambio en Venezuela, práctico para Coca-Cola FEMSA al remitir efectivo generado en operaciones locales para fondar requerimientos de efectivo en otros países. Controles de cambio como los vistos en Venezuela pueden incrementar el precio real de remitir efectivo para cumplir con los requerimientos de financiamiento de deuda en otros países. Adicionalmente, en caso de que el flujo de operación en estos países no sea suficiente para fondar futuros requerimientos de capital de trabajo e inversiones de activo fijo, Coca-Cola FEMSA podría decidir, o requerir fondar necesidades de efectivo en estos países, a través de préstamos locales en lugar de remitir fondos de otro país. Adicionalmente, en el futuro Coca-Cola FEMSA podría requerir el financiamiento de su capital de trabajo e inversiones con deuda a corto plazo u otros préstamos.

El costo promedio de deuda de Coca-Cola FEMSA, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés era de 2.6% en dólares americanos, 7.2% en pesos mexicanos, 12.5% en pesos colombianos, 18.9% en bolívares venezolanos y 21.6% en pesos argentinos, al 31 de diciembre de 2009, comparado con 5.5% en dólares americanos, 9.0% en pesos mexicanos, 15.2% en pesos colombianos, 22.2% en bolívares fuertes venezolanos y 19.6% en pesos argentinos al 31 de diciembre de 2008.

- *FEMSA Cerveza*: Al 31 de diciembre de 2009, la deuda total de FEMSA Cerveza, ascendía a Ps. 13,864 millones, la cual incluía Ps. 314 millones en préstamos de contratación a corto plazo y capital de trabajo. Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza tenía Ps. 13,550 millones de deuda total a largo plazo consistente en préstamos bancarios bilaterales y préstamos para el financiamiento de equipos. El efectivo y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos de pesos mexicanos, reales brasileños y dólares americanos,

representando 57%, 40% y 3%, respectivamente. El efectivo y los valores de realización inmediata fue de Ps. 1,229 millones al 31 de diciembre de 2009, en comparación con Ps. 936 millones al 31 de diciembre de 2008. El costo de deuda promedio de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2009, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 8.21% en pesos mexicanos y 1.63% en dólares americanos. El 30 de abril de 2010, Heineken asumió la deuda total de FEMSA Cerveza. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes”.

- *FEMSA Comercio*: Al 31 de diciembre de 2009, FEMSA Comercio no tenía deuda.
- *FEMSA y Otros Negocios*: Al 31 de diciembre de 2009, la deuda total de FEMSA y de las compañías que conforman nuestros otros negocios fue de Ps. 13,876 millones, compuesta por Ps. 3,112 millones de deuda total a corto plazo (incluyendo la porción circulante del pasivo a largo plazo). Al 31 de diciembre de 2009 la deuda total a largo plazo fue de 10,764, la cual consistía de Ps. 1,500 millones de certificados bursátiles, los cuales vencen en mayo del 2011, Ps. 3,500 millones de certificados bursátiles los cuales vencen en abril del 2013 y Ps. 2,964 millones de *unidades de inversión* (UDI's) que vencen en diciembre del 2017 y Ps. 2,800 millones con vencimiento en abril del 2011. Adicionalmente, Ps. 12,862 millones de esta deuda fueron asignados a FEMSA Cerveza a través documentos intercompañías, con fecha al cierre de la transacción con Heineken el 30 de abril de 2010. Heineken pagó el monto total de esta deuda. Al 31 de diciembre de 2009, el costo de deuda promedio de FEMSA, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 8.49% en pesos mexicanos.

Contingencias

Tenemos varias contingencias, para las cuales se han registrado reservas en aquellos casos donde creemos probable una resolución no favorable. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales” La mayoría de estas contingencias fueron registradas como reservas resultantes de las adquisiciones de Panamco y de Kaiser. Cualquier monto requerido a ser pagado, en conexión con estas contingencias, será pagado con el efectivo disponible.

En 2009, el gobierno brasileño ofreció una amnistía que concede un descuento por multas y recargos en relación con contingencias fiscales indirectas y permite la aplicación de las pérdidas por impuesto sobre la renta al saldo restante. En noviembre de 2009, nuestras operaciones en Brasil anunciaron al gobierno brasileño la adopción de esta amnistía. En consecuencia a ésto, la Compañía canceló contingencias fiscales indirectas por Ps. 1,008 y aplicó pérdidas por impuesto sobre la renta por Ps. 6,886. Tras la aprobación de esta amnistía, al 31 de diciembre 2009, las contingencias fiscales indirectas brasileñas y las pérdidas por impuesto a la utilidad por amortizar ascendieron a Ps. 941, y Ps. 6,617, respectivamente. Adicionalmente, a partir la adquisición de Kaiser, la Compañía identificó algunas contingencias como poco probables de suceder. Molson Coors, antiguo controlador de Kaiser, aceptó indemnizar las pérdidas vinculadas a dichas contingencias en cuanto estuviesen reconocidas como parte de la adquisición de Kaiser en 2006; dicha indemnización se limitó al 82,95%, que es el porcentaje de Kaiser que la Compañía adquirió de MolsonCoors. En consecuencia, la Compañía mantiene una cuenta por cobrar con MolsonCoors de Ps. 1,487 en relación al uso de pérdidas fiscales para cancelar dichas contingencias las cuales fueron registradas como parte de las cuentas por cobrar y otros activos. Véase “Punto 18. Estados Financieros—Nota 23. Entorno Fiscal.”

La siguiente tabla presenta la naturaleza y monto de las contingencias al 31 de diciembre de 2009:

	Contingencias Al 31 de diciembre de 2009
	(en millones de pesos mexicanos)
Impuestos indirectos	Ps. 1,164
Laborales.....	1,672
Legales	216
Total	<u>Ps. 3,052</u>

Como es común en Brasil, las Autoridades de Impuestos nos han solicitado saldar las contingencias fiscales actualmente en disputa por Ps. 3,251 millones; por lo que estamos garantizando activos fijos y utilizando líneas de crédito disponible.

Tenemos otras contingencias por las que no hemos registrado reservas. Estas contingencias o nuestra evaluación de las mismas, pueden cambiar en el futuro y podríamos registrar reservas o ser solicitados para realizar pagos en relación con estas contingencias. Al 31 de diciembre de 2009, la suma de las contingencias por las cuales no hemos registrado una reserva

fue de Ps. 11,922 millones. Estas contingencias han sido clasificadas como menos que probable por parte de nuestros abogados.

Inversiones en Activo Fijo

En los últimos cinco años, hemos realizado importantes inversiones en activo fijo que han sido en gran parte financiados con el efectivo proveniente de las operaciones. Las inversiones de activo fijo alcanzaron Ps. 13,178 millones en 2009, comparado con Ps. 14,234 millones en 2008, una disminución de 7.4%. Esto se debió principalmente a una disminución en las inversiones en las unidades de negocio de bebidas relacionadas con la desaceleración económica. Los principales componentes de nuestros programas de inversión son: equipo, inversiones en el mercado y expansión de la capacidad productiva y de la red de distribución en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo”.

Presupuesto de Inversiones en Activo Fijo para el 2010

Nuestro presupuesto de inversión para el 2010 se espera que sea de aproximadamente a \$772 millones de dólares. El siguiente análisis se basa en los presupuestos internos del año 2010 preparados por cada una de nuestras compañías subtenedoras. El presupuesto de inversión para el 2010 está sujeto a cambios en las condiciones del mercado, los resultados de las operaciones y los recursos financieros de las subsidiarias.

En 2010, se espera que las inversiones en activo fijo de Coca-Cola FEMSA sean aproximadamente hasta \$500 millones de dólares, principalmente para:

- inversión en líneas de embotellado;
- botellas retornables y cajas;
- inversiones de mercado (principalmente para la colocación de equipo de refrigeración); y
- mejoras a través de toda nuestra red de distribución.

- inversión en tecnología de información.

Coca-Cola FEMSA estima que del total de su inversión proyectada para el 2010 se esté aproximadamente asignando 45% para su operación en México y el resto para los territorios fuera de México. Coca-Cola FEMSA considera que la generación interna de efectivo será suficiente para cubrir su presupuesto de inversión en activo fijo durante 2010. El plan de inversión de Coca-Cola FEMSA para 2010 puede cambiar en base al mercado, otras condiciones y basado en los resultados financieros y de operación.

En 2010, se espera que el presupuesto de inversiones en activo fijo de FEMSA Comercio será aproximadamente \$238 millones de dólares y se destinará a la apertura de nuevas tiendas OXXO, a la inversión en dos nuevos centros de distribución, y en menor medida la remodelación de algunas tiendas OXXO existentes. Adicionalmente, FEMSA Comercio tiene inversiones planeadas para los sistemas de información, la actualización del sistema ERP y el equipo de transportación.

Coberturas

Nuestras operaciones requieren la contratación o emisión de instrumentos financieros derivados que ayudan a cubrir nuestra exposición a ciertos riesgos relacionados con la fluctuación de tasas de interés, tipo de cambio de divisas extranjeras, fluctuaciones en el mercado de capitales y precios de materias primas. Véase “Punto 11. Divulgaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre el Riesgo del Mercado”.

La siguiente tabla presenta un resumen del valor razonable de los contratos sobre instrumentos financieros derivados al 31 de diciembre de 2009. En el caso de que dichos instrumentos financieros derivados no tengan un mercado formal, el valor razonable se determina a través de modelos soportados que creemos cuentan con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero.

Valor Razonable					
Al 31 de diciembre de 2009					
	Vence menos de 1 año	Vence 1 - 3 años	Vence 3 - 5 años	Vence en más de 5 años	Valor Razonable Activo (Pasivo)
		(en millones de pesos mexicanos)			
Precios cotizados por fuentes externas.....	(791)	(526)	(342)	468	(507)

Plan para la Disposición de Ciertos Activos Fijos

Hemos identificado ciertos activos fijos, consistentes en terrenos, edificios y equipo, para su venta, y hemos aprobado un programa para la venta de estos activos fijos, los cuales se encuentran en desuso y han sido valuados a su valor estimado neto de realización sin excederse de su costo de adquisición declarado. Estos activos se integran como sigue:

	Al 31 de diciembre del:	
	2009	2008
	(en millones de pesos mexicanos)	
Coca-Cola FEMSA	Ps. 288	Ps. 394
FEMSA Cerveza	208	291
FEMSA y otras.....	42	45
Total.....	Ps. 538	Ps. 730

En entornos económicos inflacionarios, los activos fijos registrados a sus valores estimados de realización son considerados como un activo monetario, sobre el cual se calcula una pérdida por posición monetaria y se registra en los resultados del ejercicio.

Conciliación U.S. GAAP

Las principales diferencias entre las NIF mexicanas y los U.S. GAAP que afectan a nuestra utilidad neta y capital contable mayoritario, se relacionan con los tratamientos contables de la siguiente manera:

- consolidación de nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA, la cual es consolidada como una de nuestras subsidiarias bajo las Normas de Información Financieras Mexicanas pero presentada en U.S. GAAP bajo el método de participación;
- adquisición y venta de participación minoritaria de FEMSA;
- impuestos diferidos y participación de los trabajadores sobre las utilidades diferida;
- ajuste inflacionario de maquinaria y equipo hasta el 2007;
- capitalización del resultado integral de financiamiento;
- pasivos laborales, y
- gastos por inicio de operaciones.

Para una descripción más detallada de las diferencias entre las NIF mexicanas y los U.S. GAAP que afectan a la compañía, así como un estado de situación financiera, un estado de resultados y de la utilidad integral y flujos de efectivo presentados bajo U.S. GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo Normas de Información Financiera, un estado consolidado de capital contable por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008, así como una conciliación de la

utilidad neta y el capital contable bajo NIF mexicanas a la utilidad neta y capital contable bajo U.S. GAAP, ver Notas 26 y 27 de nuestros estados financieros consolidados auditados.⁽⁴⁾

De conformidad con las NIF mexicanas, nuestros estados financieros consolidados al 2007 reconocen ciertos efectos inflacionarios de conformidad con el Boletín B-10. Estos efectos no son eliminados en la conciliación a U.S. GAAP. A partir de 2008, de acuerdo a la NIF B-10 descontinuamos la contabilidad ajustada por inflación para los entornos económicos no inflacionarios.

Bajo U.S. GAAP tuvimos una utilidad neta atribuible a la participación mayoritaria de Ps. 9,902 millones y Ps. 6,852 millones en 2009 y 2008, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas tuvimos una utilidad neta por participación mayoritaria de Ps. 9,908 millones y Ps. 6,708 millones en 2009 y 2008, respectivamente. En 2009, la utilidad neta atribuible a la participación mayoritaria bajo U.S. GAAP fue ligeramente menor que la reportada bajo NIF mexicanas, principalmente debido a una mayor similitud entre ambas normas de información financiera.

La participación mayoritaria bajo U.S. GAAP al 31 de diciembre de 2009 y 2008, fue de Ps. 98,168 millones y Ps. 85,537 millones, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas la participación mayoritaria al 31 de diciembre de 2009 y 2008 fue Ps. 81,637 millones y Ps. 68,821 millones, respectivamente. La principal razón de la diferencia entre la participación mayoritaria bajo U.S. GAAP y la participación mayoritaria bajo NIF mexicanas se debió al efecto del crédito mercantil generado por la adquisición de participación minoritaria, impuestos diferidos, pasivos laborales, la participación de los trabajadores en las utilidades diferidas y los gastos de inicio de operaciones.

PUNTO 6. CONSEJEROS, EJECUTIVOS Y EMPLEADOS

Consejeros

El consejo de administración y nuestro director general están a cargo de la administración de nuestros negocios. Nuestros estatutos sociales establecen que el consejo de administración se compondrá de máximo 21 consejeros y sus correspondientes consejeros suplentes electos por nuestros accionistas en la AGO de Accionistas; dichos consejeros son electos por un término de un año. Los consejeros suplentes están facultados para servir en el consejo de administración en lugar de los consejeros ausentes y podrán participar de las actividades del mismo. Diecinueve miembros conforman nuestro consejo de administración. Nuestros estatutos sociales establecen que los tenedores de las Acciones Serie B eligen a por lo menos once consejeros y los tenedores de las Acciones Serie D eligen a cinco consejeros. Véase “Punto 10. Información Adicional—Estatutos”.

De acuerdo a nuestros estatutos sociales y al artículo 24 de la Nueva Ley del Mercado de Valores, por lo menos el 25% del consejo de administración deberá estar integrado por consejeros independientes.

El consejo de administración puede designar a consejeros temporales en el caso que un consejero se ausente o un consejero electo y el consejero suplente designado no se encuentren facultados para servir. Los consejeros temporales estarán facultados para servir hasta la próxima AGO, en la cual los accionistas deberán elegir un reemplazo.

Nuestros estatutos sociales establecen que el consejo de administración debe reunirse por lo menos una vez cada 3 meses. Las acciones que lleva a cabo el consejo de administración deben de ser aprobadas por mayoría de votos de los miembros del consejo presentes. El Presidente del consejo de administración, el presidente de nuestro Comité de Auditoría o nuestro Comité de Prácticas Societarias, o por lo menos el 25% de nuestros consejeros podrán convocar a junta al consejo de administración e incluir asuntos en el orden del día.

⁽⁴⁾ Las Notas 26 y 27 aquí referidas, relativas a U.S. GAAP, no están contenidas en los estados financieros de este reporte anual debido a que no son requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras.

Consejeros de la Serie “B”

José Antonio Fernández Carbajal <i>Consejero y Presidente del Consejo de Administración</i>	Fecha de Nacimiento	Febrero de 1954
	Designado por primera vez (Presidente del consejo):	2001
	Designado por primera vez (Consejero):	1984
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Director General de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.
	Otros cargos como Consejero:	Presidente del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA, Vicepresidente del consejo de supervisión de Heineken y miembro del consejo de Heineken Holding. Vicepresidente del consejo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. (ITESM) y miembro de los consejos de administración de BBVA Bancomer, Bancomer, Industrias Peñoles, S.A.B. de C.V. (Peñoles), Grupo Industrial Bimbo, S.A.B. de C.V. (Bimbo), Grupo Televisa, S.A.B. (Televisa), Controladora Vuela Compañía de Aviación, S.A. de C.V. (“Volaris”), Xignus, S.A. de C.V. y Cemex S.A.B. de C.V. (Cemex)
	Experiencia profesional:	Se incorporó al Departamento de Planeación Estratégica de FEMSA en 1987. Ocupó posiciones gerenciales en la división comercial de FEMSA Cerveza y en OXXO. Fue nombrado nuestro Director General en 1995
Educación:	El Sr. Fernández tiene un título en Ingeniería Industrial y una maestría en Administración de Empresas del ITESM	
Consejero suplente:	Federico Reyes García	
Eva Garza Lagüera Gonda ⁽¹⁾ <i>Consejera</i>	Fecha de Nacimiento:	Abril de 1958
	Designada por primera vez:	1999
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Inversionista Privada
	Otros cargos como Consejera:	Miembro de los consejos de Coca-Cola FEMSA, ITESM y Premio Eugenio Garza Sada
Educación:	La Sra. Garza tiene un título en Ciencias de la Comunicación del ITESM	
Consejera suplente:	Paulina Garza Lagüera Gonda ⁽²⁾	
Bárbara Garza Lagüera Gonda ⁽²⁾ <i>Consejera</i>	Fecha de Nacimiento:	Diciembre 1959
	Designada por primera vez:	2002
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Inversionista Privada
	Experiencia Profesional:	Ex-Presidenta/Directora General de Alternativas Pacíficas, A.C. (una organización sin fines de lucro)
	Educación:	La Sra. Garza tiene un título en Administración de Empresas del ITESM
Consejera suplente:	Enrique F. Senior Hernández	
José Fernando Calderón Rojas <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1954
	Designado por primera vez:	2005
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente de los consejos de administración y Director General de Franca Servicios, S.A. de C.V., Servicios Administrativos de Monterrey, S.A. de C.V., Regio Franca, S.A. de C.V., y Franca Industrias, S.A. de C.V.
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Bancomer y

	Educación:	Alfa, S.A.B. de C.V. (Alfa) Se graduó en Derecho de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y completó estudios de especialización en Impuestos en la UANL
	Consejero suplente:	Francisco José Calderón Rojas ⁽³⁾
Consuelo Garza de Garza <i>Consejera</i>	Fecha de Nacimiento	Octubre de 1930
	Designada por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Experiencia profesional:	Fundadora y Ex Presidente de la Asociación Nacional Pro-Superación Personal, A.C. (una organización sin fines de lucro)
	Consejero suplente:	Alfonso Garza Garza ⁽⁴⁾
Max Michel Suberville <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1932
	Designado por primera vez:	1985
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Inversionista Privado
	Otros cargos como Consejero:	Co-presidente del comité de accionistas de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. (Liverpool), Miembro de los consejos de administración, Peñoles, Grupo Nacional Provincial, S.A. (GNP), Grupo Profuturo, S.A. de C.V. (Profuturo), Grupo GNP Pensiones S.A. de C.V. y Afianzadora Sofimex S.A.
	Educación:	El Sr. Michel es graduado del Massachussets Institute of Technology y completó estudios de postgrado en la Universidad de Harvard
	Consejero suplente:	Max Michel González ⁽⁵⁾
Alberto Bailleres <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Agosto de 1931
	Designado por primera vez:	1989
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente de los consejos de administración de Grupo BAL, S.A. de C.V., Peñoles, GNP, Fresnillo plc, Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., Profuturo, Instituto Tecnológico Autónomo de México y consejero de Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V.
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de BBVA Bancomer, Dine, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Dine), Televisa y Grupo Kuo, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Kuo)
	Educación:	El Sr. Bailleres es egresado en Economía del Instituto Tecnológico Autónomo de México
	Consejero suplente:	Arturo Fernández Pérez

Francisco Javier Fernández Carbajal ⁽⁶⁾ <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Abril de 1955
	Designado por primera vez:	2005
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Director General de Servicios Administrativos Contry, S.A. de C.V.
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Visa, Inc., Grupo Aeroportuario del Pacífico, S.A.B. de C.V., Alfa y Fresnillo, Plc.
	Educación:	El Sr. Fernández es graduado en Ingeniería Mecánica y Eléctrica del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en la Universidad de Harvard
Consejero suplente:	Javier Astaburuaga Sanjines	
Ricardo Guajardo Touché <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Mayo de 1948
	Designado por primera vez:	1988
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente de Solfi, S.A. y Director de Grupo Valores Monterrey
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Liverpool, Alfa, BBVA Bancomer, Grupo Aeroportuario del Sureste, S.A. de C.V. (ASUR), Bimbo, BBVA Compass Bank, Nacional Monte de Piedad, Grupo Coppel y Coca-Cola FEMSA
	Experiencia profesional:	Se ha desempeñado en distintas direcciones ejecutivas en nuestra Compañía, Grupo AXA, S.A. de C.V. y Valores de Monterrey, S.A. de C.V. y Ex-Presidente del consejo de administración de BBVA Bancomer
Educación:	El Sr. Guajardo es graduado en Ingeniería Electrónica del ITESM y de la Universidad de Wisconsin y posee una maestría en administración de la Universidad de California en Berkeley	
Consejero suplente:	Othón Páez Garza	
Alfredo Livas Cantú <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1951
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente de Praxis Financiera, S.C.
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Grupo Industrial Saltillo, S.A.B. de C.V., British American Tobacco (consejo mexicano), Nacional Monte de Piedad, I.A.P., Primero Fianzas, Grupo Christus Muguerza, y Grupo Financiero Banorte, S.A.B. de C.V. (suplente)
	Experiencia profesional:	Se incorporó a FEMSA en 1978 y ha desempeñado cargos en las áreas de Planeación Financiera y Tesorería. Se desempeñó como Director de Finanzas de 1989 a 1999
Educación:	El Sr. Livas es graduado en Economía de la UANL y posee maestrías en Administración de Empresas y en Economía de la Universidad de Texas	
Consejero Suplente:	Sergio Deschamps Ebergenyi	
Roberto Servitje Sendra <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Enero de 1928
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente del consejo de administración de Bimbo
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Chrysler

Carlos Salguero
Consejero

Fecha de Nacimiento: Octubre de 1929
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2011
Experiencia profesional: Ex-Vicepresidente Ejecutivo de Phillip Morris Latinoamérica/Iberia, Presidente del consejo de administración de Salguero Holdings BVI y Salguero Hotels Chile; y socio de Salguero Hotels AR
Otros cargos como Consejero: Miembro de los consejos de administración de Hotel Esencia en México, City Net, S.A., Retail Media, S.L., Mazarron Beach en España y Stratek Plastic Ltd en Irlanda
Educación: El Sr. Salguero es graduado de la Facultad de Ciencias Económicas de Columbia, posee un título de postgrado en Economía y Administración de Albany Business College y de la University College (Syracuse). Fue distinguido con el Mérito Civil por su Majestad el Rey de España en 1995

Mariana Garza Lagüera Gonda⁽²⁾
Consejera

Consejero suplente: Alfonso González Migoya
Fecha de Nacimiento: Abril de 1970
Designada por primera vez: 2001
Duración en el cargo hasta: 2011
Experiencia profesional: Inversionista Privada
Otros cargos como Consejera: Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA, Hospital San José Tec de Monterrey y Museo de Historia Mexicana
Educación: La Sra. Garza tiene un título en Administración de Empresas del ITESM y una maestría en Administración Internacional de Thunderbird American Graduate School of International Management
Consejero suplente: Carlos Salazar Lomelín
Experiencia profesional: Miembro fundador y presidente activo del consejo de administración de Bimbo
Educación: El Sr. Servitje tiene un título de Administración de Empresas (PMD) de la Universidad de Harvard
Consejero suplente: Juan Guichard Michel⁽⁷⁾

José Manuel Canal Hernando <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Febrero de 1940
	Designado por primera vez:	2003
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal	Consultor Privado
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA, BBVA Bancomer, Banco Compartamos, S.A., ALSEA, S.A.B. de C.V., Kuo, Consorcio Comex y Grupo Proa
	Experiencia profesional:	exsocio director de Ruiz, Urquiza y Cía, S.C., de 1981 a 1999. Se desempeñó como comisario de la Compañía de 1984 al 2002. Presidió el Comité de Vigilancia del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas y ha participado en varias comisiones del Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Cuenta con amplia experiencia en auditoría financiera para compañías controladoras, bancos e intermediarios financieros
	Educación:	El Sr. Canal posee un título de Contador Público de la Universidad Nacional Autónoma de México
Consejero suplente:	Ricardo Saldívar Escajadillo	

Consejeros de la Serie “D”

Armando Garza Sada <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Junio de 1957
	Designado por primera vez:	2003
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Presidente del Consejo de Administración de Alfa
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los Consejos de Administración de Alfa, Grupo Gigante, S.A. de C.V., Liverpool, Grupo Lamosa, S.A.B. de C.V., Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., MVS Comunicaciones, S.A. de C.V., ITESM, Frisa Forjados, S.A. de C.V. y CYDSA, S.A.B. de C.V.
	Experiencia profesional:	Tiene una larga carrera en Alfa incluyendo el puesto de Vicepresidente ejecutivo de Desarrollo Corporativo
	Educación:	El Sr. Garza Sada es Ingeniero Industrial por el ITESM, y tiene una maestría en administración de empresas de la Universidad de Stanford
Consejero suplente:	Eduardo Padilla Silva	

Alexis E. Rovzar de la Torre <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1951
	Designado por primera vez:	1988
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Socio Ejecutivo de White & Case, S.C., despacho de abogados
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA (presidente de su Comité de Auditoría), Bimbo, Bank of Nova Scotia, Grupo Comex, S.A. de C.V. y Grupo ACIR, S.A. de C.V.
	Experiencia profesional:	El Sr. Rovzar es experto en fusiones y adquisiciones privadas y públicas, así como en aspectos de la legislación financiera. Ha sido consultor para diversas compañías en transacciones comerciales internacionales y alianzas estratégicas
	Educación:	El Sr. Rovzar es graduado en Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México
Consejero suplente:	Francisco Zambrano Rodríguez	

Helmut Paul <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Marzo de 1940
	Designado por primera vez:	1988

	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal:	Consultor senior de Darby Overseas Investments, Ltd. y del Consejero de Zurich Emerging Markets Solutions Financial Services
	Otros cargos como Consejero:	Miembro del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA
	Educación:	El Sr. Paul posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Hamburgo
	Consejero suplente:	Michael Larson
Lorenzo H. Zambrano <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Marzo de 1944
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal	Presidente y Director General de Cemex
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de IBM Corporation, Axtel, S.A.B. de C.V., miembro de la Junta Asesora de Citigroup International y Presidente del consejo de administración del ITESM
	Educación:	El Sr. Zambrano se graduó en Ingeniería Mecánica y de Administración de Empresas del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Stanford
	Consejero suplente:	Francisco Garza Zambrano
Robert E. Denham <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Agosto de 1945
	Designado por primera vez:	2001
	Duración en el cargo hasta:	2011
	Ocupación principal	Socio de Munger, Tolles & Olson LLP, despacho de abogados
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Wesco Financial Corporation, New York Times Co., Oaktree Capital Group, LLC y Chevron Corp.
	Experiencia profesional:	Fue Director General de Salomon, Inc., representante del Consejo Asesor del APEC Business Advisory Council, miembro del Grupo Asesor del Sector Comercial OECD para el Gobierno Corporativo
	Educación:	El Sr. Denham es graduado <i>Magna Cum Laude</i> de la Universidad de Texas, es abogado egresado de la Facultad de Derecho de Harvard y posee una maestría en Gobierno de la Universidad de Harvard
	Consejero suplente:	José González Ornelas

-
- (1) Esposa de José Antonio Fernández Carbajal.
(2) Cuñada de José Antonio Fernández Carbajal.
(3) Hermano de José Calderón Rojas.
(4) Hijo de Consuelo Garza de Garza.
(5) Hijo de Max Michel Suberville.
(6) Hermano de José Antonio Fernández Carbajal.
(7) Sobrino de Max Michel Suberville.

Ejecutivos

Los nombres y puestos de nuestros actuales principales ejecutivos y el de los principales ejecutivos de nuestras principales subtenedoras, su fecha de nacimiento e información relacionada con sus actividades comerciales principales fuera de FEMSA son los siguientes:

FEMSA

José Antonio Fernández Carbajal <i>Director General</i>	Véase “—Consejeros” Se incorporó a FEMSA: Nombrado para el cargo actual:	1987 1994
Javier Astaburuaga Sanjines <i>Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico</i>	Fecha de Nacimiento: Se incorporó a FEMSA en: Nombrado para el cargo actual: Experiencia profesional en FEMSA: Cargos como Consejero: Educación:	Julio de 1959 1982 2006 Se incorporó a FEMSA como Analista de información financiera, posteriormente adquirió experiencia en desarrollo corporativo, administración y finanzas. Entre 1993 y 2001, ocupó varios puestos ejecutivos en FEMSA Cerveza, incluyendo el de Director de Finanzas. Hasta el 2003 fue Director de Ventas de la Zona Norte de México de FEMSA Cerveza, y hasta su nombramiento actual, se desempeñó como Director General Operativo de FEMSA Cerveza Miembro del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA y miembro del consejo de supervisión de Heineken El Sr. Astaburuaga posee un título de Contador Público del ITESM
Federico Reyes García <i>Director de Desarrollo Corporativo</i>	Fecha de Nacimiento: Se incorporó a FEMSA en: Nombrado para el cargo actual: Experiencia profesional en FEMSA: Otra experiencia profesional: Cargos como Consejero: Educación:	Septiembre de 1945 1999 2006 Director de Desarrollo Corporativo, 1992, y Director de Finanzas de 1999 hasta 2006. El Sr. Reyes se desempeñó como Director Corporativo del Grupo AXA, S.A. de C.V. y posee amplia experiencia en el sector de seguros, habiendo trabajado ocho años en Valores de Monterrey, S.A. de C.V., seis de ellos como Director General. Miembro del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA y consejero suplente en el consejo de administración de Bimbo El Sr. Reyes posee un título de Contador Público del ITESM
José González Ornelas <i>Director de Administración y Control Operativo Principal</i>	Fecha de Nacimiento: Se incorporó a FEMSA en: Nombrado para el cargo actual: Experiencia profesional en FEMSA: Educación:	Abril de 1951 1973 2001 Ocupó varios cargos gerenciales en FEMSA, incluyendo Director de Finanzas de FEMSA Cerveza, Director de Planeación y Desarrollo Corporativo de FEMSA y Director General de FEMSA Logística, S.A. de C.V. Es Sr. González es Contador Público por la UANL y

realizó estudios de postgrado en Administración de Empresas en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (“IPADE”)

Alfonso Garza Garza <i>Director de Recursos Humanos, Insumos Estratégicos y Tecnologías de la Información</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA	Julio de 1962
	Nombrado para el cargo actual:	2005
	Otros cargos de Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA y Hospital San José Tec de Monterrey
	Experiencia profesional en FEMSA:	Tiene experiencia en varias unidades y departamentos de negocios de FEMSA, incluyendo Ventas Domésticas, Ventas Internacionales, Abastecimiento y Mercadotecnia, principalmente en Cervecería Cuauhtémoc, S.A. de C.V. y como Director General de FEMSA Empaques
Cargos como Consejero:	Miembro del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA	
Educación:	Es graduado en Ingeniería Industrial del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en el IPADE	
Genaro Borrego Estrada <i>Director de Asuntos Corporativos</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA	Febrero de 1949
	Nombrado para el cargo actual:	2007
	Experiencia profesional:	Gobernador Constitucional del Estado de Zacatecas de 1986 a 1992, Director General del Instituto Mexicano del Seguro Social de 1993 a 2000 y Senador de la República por el Estado de Zacatecas de 2000 a 2006
Cargos como Consejero:	Miembro del consejo de administración de TANE, S.A. de C.V.	
Educación:	Egresado de la carrera de Relaciones Internacionales de la Universidad Iberoamericana	
Carlos Aldrete Ancira <i>Director Jurídico y Secretario del Consejo</i>	Fecha de Nacimiento:	Agosto de 1956
	Se incorporó a FEMSA en:	1979
	Nombrado para el cargo actual:	1996
	Otros cargos de Consejero:	Secretario del consejo de administración de FEMSA, Secretario del consejo de administración de todas las subsidiarias de FEMSA
	Experiencia profesional en FEMSA:	Amplia experiencia en transacciones internacionales comerciales y financieras, emisión de deuda y reestructuraciones corporativas, fusiones y adquisiciones y derecho bursátil
Educación:	El Sr. Aldrete se graduó en Derecho de la UANL y posee una maestría en Derecho Comparado de la Facultad de Derecho de la Universidad de Illinois	

Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín <i>Director General</i>	Fecha de Nacimiento:	Abril de 1951
	Se incorporó a FEMSA en:	1973
	Nombrado para el cargo actual:	2000
	Experiencia profesional en	

FEMSA: Desempeñó posiciones gerenciales en varias unidades comerciales de FEMSA, incluidas Grafo Regia, S.A. de C.V., Plásticos Técnicos Mexicanos, S.A. de C.V. Se desempeñó como Director General de FEMSA Cerveza donde también ocupó diversos puestos gerenciales en las divisiones de Planeación Comercial y Exportación

Cargos como Consejero: Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA, BBVA Bancomer, Bancomer, AFORE Bancomer, S.A. de C.V., Seguros Bancomer, S.A. de C.V. y Premio Eugenio Garza Sada

Educación: El Sr. Salazar posee una licenciatura en Economía del ITESM, además de haber realizado estudios de postgrado en Administración y Desarrollo Económico en Italia

Héctor Treviño Gutiérrez
*Director de Finanzas y
Administración*

Fecha de Nacimiento: Agosto de 1956
Se incorporó a FEMSA en: 1981
Nombrado para el cargo actual: 1993
Experiencia profesional en FEMSA: Desempeñó posiciones gerenciales en las áreas de finanzas internacional, planeación financiera, planeación estratégica y desarrollo corporativo de FEMSA

Cargos como Consejero: Consejero independiente del Comité de Inversiones de SIEFORES, Seguros y Pensiones de BBVA Bancomer

Educación: El Sr. Treviño se graduó de Ingeniero Químico del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas en Wharton Business School

FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva
Director General

Fecha de Nacimiento: Enero de 1955
Se incorporó a FEMSA en: 1997
Nombrado para el cargo actual: 2004
Experiencia profesional en FEMSA: Director de Planeación y Control de FEMSA de 1997 a 1999. Director General de Empresas Estratégicas del 2000 a 2003

Otra experiencia profesional: Ha desarrollado una carrera de veinte años en Alfa, culminando con diez años como Director General de Terza, S.A. de C.V. Sus áreas principales de experiencia son control operativo, planificación estratégica y reestructuración financiera

Cargos como Consejero: Miembro del consejo de administración de Grupo Lamosa, S.A. de C.V. y consejero suplente en Coca-Cola FEMSA

Educación: El Sr. Padilla es Ingeniero Mecánico graduado del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad Cornell

Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos

La remuneración de los Consejeros es aprobada por la AGO. Para el año terminado el 31 de diciembre de 2009, la remuneración total pagada a nuestros Consejeros fue de aproximadamente Ps. 12 millones.

Para el año terminado el 31 de diciembre de 2009, la remuneración total pagada a los directores de FEMSA y subsidiarias fue de aproximadamente Ps. 1,494 millones. La remuneración total incluye bonos que pagamos a ciertos ejecutivos y los pagos relacionados con el Plan de Incentivos de Acciones que se describe en la Nota 16 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Nuestra gerencia y directores ejecutivos participan en nuestro plan de pensiones y plan de servicios médicos post-retiro en la misma base en la que participan nuestros demás empleados. Los miembros de nuestro

consejo de administración no participan en nuestros planes de pensiones y de servicios médicos post-retiro, al menos que sean empleados retirados de nuestra Compañía. Al 31 de diciembre de 2009, los montos en reserva y acumulados para todos los empleados bajo estos planes de retiro fueron de Ps. 7,883 millones, de los cuales Ps. 3,417 millones se encuentran ya aportados.

Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA

En 2004, junto con nuestras subsidiarias, iniciamos un nuevo Plan de Incentivos de Acciones para beneficio de nuestros ejecutivos, al cual nos referiremos como Plan de Incentivos de Acciones VEA. Este plan remplazó al Plan de Incentivos de Acciones descrito en la Nota 16 de nuestros estados financieros consolidados auditados y fue desarrollado por Stern Stewart & Co, una firma consultora especializada en compensaciones usando como principal métrica de evaluación para los primeros tres años el Valor Económico Agregado (“VEA”). Conforme al Plan de Incentivos de Acciones VEA propuesto, los ejecutivos que sean seleccionados tienen derecho a recibir un bono especial en efectivo, que se utilizará para la compra de acciones.

Conforme a este plan, cada año, nuestro Director General, conjuntamente con nuestro consejo de administración, junto con el director general de la respectiva subtenedora, determina el monto del bono especial en efectivo utilizado para la compra de acciones. El monto se determina con base en el nivel de responsabilidad de cada ejecutivo y en base al VEA generado por Coca-Cola FEMSA o FEMSA, según aplique.

Las acciones son administradas por un fideicomiso para el beneficio de los ejecutivos seleccionados. Bajo el Plan de Incentivos de Acciones VEA, cada vez que un bono especial en efectivo sea asignado a un ejecutivo, éste lo aportará al fideicomiso. Conforme a este plan, el fideicomiso adquiere Unidades BD de FEMSA, o en el caso de los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, una proporción específica de acciones de FEMSA que cotizan en bolsa y de Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA en la Bolsa Mexicana de Valores, utilizando el bono especial contribuido por cada ejecutivo. La propiedad de las acciones de FEMSA que cotizan en la bolsa local y, en el caso de los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, las Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, es conferida a una tasa equivalente al 20% del número total de acciones de FEMSA y de las Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA que operan en la bolsa local.

Al 30 de abril de 2010, el fideicomiso que administra el Plan de Incentivos de Acciones VEA, tenía un total de 12,321,023 Unidades BD de FEMSA y 3,135,286 Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, cada una representando el 0.07% y 0.17% de la totalidad de las acciones circulantes de FEMSA y de Coca-Cola FEMSA, respectivamente.

Pólizas de Seguro

Mantenemos pólizas de seguro de vida para todos nuestros empleados. Estas pólizas reducen el riesgo de tener que pagar beneficios por muerte en la eventualidad de un accidente industrial. Mantenemos una póliza de seguro para consejeros y funcionarios que ampara a todos los consejeros y ciertos funcionarios clave por responsabilidades incurridas en su capacidad de consejeros y funcionarios.

Acciones Propiedad de la Administración

Varios de nuestros consejeros son participantes de un fideicomiso de voto. Cada uno de los participantes en el fideicomiso de voto se considera que tiene propiedad beneficiaria con voto compartido sobre las acciones depositadas en dicho fideicomiso de voto. Al 30 de abril de 2010, 6,922,159,485 Acciones Serie B representando el 74.86% de las Acciones Serie B en circulación, fueron depositadas en el fideicomiso de voto. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas”.

El cuadro a continuación muestra las Acciones Serie B, las Acciones Serie D-B y las Acciones Serie D-L, al 30 de abril de 2010, que son propiedad o de las cuales son beneficiarios nuestros consejeros que participan en el Fideicomiso de Voto, distintas de las acciones depositadas en el Fideicomiso de Voto:

Beneficiarios	Serie B		Serie D-B		Serie D-L	
	Acciones	Porcentaje de la clase	Acciones	Porcentaje de la clase	Acciones	Porcentaje de la clase
Eva Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Mariana Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Barbara Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Paulina Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Consuelo Garza de Garza	69,401,775	0.75%	12,574,950	0.29%	12,574,950	0.29%
Alberto Bailleres	7,894,821	0.08%	15,789,642	0.36%	15,789,642	0.36%
Alfonso Garza Garza	272,029	–	544,058	0.01%	544,058	0.01%

La Compañía no tiene conocimiento, que ningún otro consejero o director sea propietario o beneficiario de más del 1% de cualquier clase de nuestras acciones.

Prácticas del Consejo de Administración

Nuestros estatutos establecen que el consejo de administración se reunirá por lo menos una vez cada tres meses, para discutir nuestros resultados operativos y el progreso en el desarrollo de los objetivos estratégicos. Además, nuestro consejo de administración también puede celebrar reuniones extraordinarias. Véase “Punto 10. Información Adicional—Estatutos”.

De acuerdo con nuestros estatutos, los consejeros se desempeñan en su cargo por periodos de un año, sin embargo continúan en su cargo aún después del término para el cual fueron nombrados hasta transcurrir 30 días calendario, según lo indicado en el artículo 24 de la Ley del Mercado de Valores. Ninguno de nuestros consejeros o funcionarios de nuestras subsidiarias tiene contratos laborales que estipulen beneficios ante la terminación del empleo, salvo los planes de servicios médicos y planes de pensiones de retiro de nuestros ejecutivos sobre la misma base que nuestros empleados.

Nuestro consejo de administración es apoyado por comités, que son grupos de trabajo que analizan asuntos y ofrecen recomendaciones al consejo de administración con respecto a sus áreas respectivas de competencia. Los funcionarios ejecutivos interactúan periódicamente con los comités para tratar asuntos administrativos. Cada comité tiene un secretario quien atiende reuniones pero no es un miembro del comité. Los siguientes son los tres comités del consejo de administración:

- **Comité de Auditoría.** El Comité de Auditoría es responsable de (1) revisar la exactitud e integridad de los reportes financieros trimestrales y anuales con base en requisitos contables, de control interno y de auditoría, (2) nombramiento, contratación, contraprestación y vigilancia del auditor externo, que le reporta directamente a este comité y (3) identificar y darle seguimiento a contingencias y procedimientos legales. El Comité de Auditoría ha establecido procedimientos para recibir, conservar y resolver las quejas sobre la contabilidad, asuntos de control interno y auditoría, incluyendo, la presentación de quejas confidenciales o anónimas de los empleados respecto de prácticas contables o de auditoría dudosas. Para el cumplimiento de sus tareas, el Comité de Auditoría puede contratar un abogado externo independiente y otros consultores. En la medida de lo necesario, la Compañía compensa al auditor externo y a cualquier otro asesor contratado por el Comité de Auditoría y provee los fondos para los gastos administrativos normales incurridos por el Comité de Auditoría en el desarrollo de sus actividades. Alexis Rovzar es el presidente del Comité de Auditoría. Los demás miembros del comité son: José Manuel Canal Hernando (experto financiero), Francisco Zambrano Rodríguez y Alfonso González Migoya. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente, de conformidad con la Ley del Mercado de Valores y las disposiciones aplicables en NYSE. José González Ornelas, director del departamento de auditoría interna de FEMSA, es el Secretario del Comité de Auditoría.
- **Comité de Planeación y Finanzas.** Las responsabilidades del comité incluyen: (1) evaluar las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General y (2) evaluar los factores de riesgo a los que está expuesta la empresa, así como evaluar sus políticas administrativas. Los integrantes actuales del comité de Planeación y Finanzas son: Ricardo Guajardo Touché (presidente), Federico Reyes García, Robert E. Denham, Francisco Javier Fernández Carbajal y Alfredo Livas Cantú. Javier Astaburuaga Sanjines es el secretario designado de este comité.

- *Comité de Prácticas Societarias.* El Comité de Prácticas Societarias, es responsable de prevenir o reducir los riesgos en las operaciones realizadas que pudieran dañar el valor de nuestra Compañía o que beneficie a un grupo de accionistas en particular. El Comité puede convocar una asamblea de accionistas así como incluir temas en la agenda de la reunión que sean considerados necesarios, aprobar políticas respecto al uso de los activos de la Compañía o transacciones con partes relacionadas, aprobar el esquema de compensación para los directores ejecutivos y ejecutivos clave, así como apoyar al consejo de administración en la elaboración de reportes de prácticas contables. Lorenzo H. Zambrano es el presidente del Comité de Prácticas Societarias, además de estar conformado por los consejeros Carlos Salguero y Helmut Paul. Cada miembro del Comité de Prácticas Societarias es un consejero independiente, de conformidad con la Ley del Mercado de Valores. Alfonso Garza Garza es el secretario designado de este Comité.

Empleados

Al 31 de diciembre de 2009, nuestra cuenta de empleados por región geográfica era la siguiente: 84,807 en México, 5,412 en Centroamérica, 9,040 en Colombia, 8,334 en Venezuela, 15,663 en Brasil y 3,953 en Argentina. En este número incluimos empleados de distribuidores independientes, a los cuales no consideramos nuestros empleados. El cuadro a continuación presenta el número de nuestros empleados por los años terminados al 31 de diciembre del 2009, 2008 y 2007:

	Empleados de FEMSA por los años terminados el 31 de diciembre del:						
	2009			2008		2007	
	No Sindicalizados	Sindicalizados	Total	No Sindicalizados	Sindicalizados	No Sindicalizados	Sindicalizados
Compañía subtenedora							
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	35,734	31,692	67,426	34,773	30,248	32,657	25,465
FEMSA Cerveza.....	14,003	10,738	24,741	15,181	10,844	13,751	10,708
FEMSA Comercio ⁽²⁾	5,713	17,760	23,473	4,919	16,342	4,488	11,336
Otras.....	6,592	4,947	11,539	6,186	4,488	2,661	3,954
Total	62,042	65,137	127,179	61,059	61,922	53,557	51,463

⁽¹⁾ Incluye empleados de distribuidores independientes que no consideramos como nuestros empleados de 17,241, 17,888 y 16,089 en 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

⁽²⁾ No incluye a empleados de tienda que no sean de nivel gerencial, los cuales son empleados directamente por cada tienda individual.

Al 31 de diciembre de 2009, nuestras subsidiarias habían celebrado 448 contratos colectivos de trabajo o convenios similares con el personal empleado en nuestras operaciones. Cada uno de los sindicatos en México está asociado con una de ocho organizaciones sindicales nacionales. En general, tenemos una buena relación con los sindicatos en nuestras operaciones, excepto en Colombia y Venezuela, que están sujetos a litigios laborales importantes. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales—Coca-Cola FEMSA”. Los acuerdos aplicables a nuestras operaciones mexicanas, generalmente tienen un término indefinido y disponen que se lleve a cabo una revisión salarial anual y se revisen también otros términos y condiciones, tales como prestaciones suplementarias, cada dos años.

El cuadro a continuación establece el número de contratos colectivos de trabajo y sindicatos de nuestros empleados:

Contratos Colectivos de Trabajo entre Compañías Subtenedoras y los Sindicatos Al 31 de diciembre de 2009

Compañía subtenedora	Contratos Colectivos	
	de Trabajo	Sindicatos
Coca-Cola FEMSA	102	48
FEMSA Cerveza	188	18
FEMSA Comercio ⁽¹⁾	80	4
Otras.....	78	8
Total.....	448	78

⁽¹⁾ No incluye a empleados de tienda que no sean de nivel gerencial, los cuales son empleados directamente por cada tienda individual.

PUNTO 7. PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

Principales Accionistas

El siguiente cuadro identifica a cada propietario de más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones al 30 de abril de 2010. A excepción de lo que se describe a continuación, no tenemos conocimiento de que ningún titular posea más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones. En virtud de nuestros estatutos, solamente las acciones Clase B tienen derecho de voto pleno.

Titularidad del Capital Accionario al 30 de abril de 2010

Accionista	Acciones Serie B ⁽¹⁾		Acciones Serie D-B ⁽²⁾		Acciones Serie D-L ⁽³⁾		Total de Acciones comunes de FEMSA
	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	
Comité Técnico y Participantes del Fideicomiso de Voto ⁽⁴⁾	6,922,159,485	74.86%	0	0.00%	0	0.00%	38.69%
William H. Gates III ⁽⁵⁾	271,831,490	2.9%	543,662,980	12.6%	543,662,980	12.6%	7.6%

(1) Al al 30 de abril de 2010, había 9,246,420,270 Acciones Serie B en circulación.

(2) Al al 30 de abril de 2010, había 4,322,355,540 Acciones Serie D-B en circulación.

(3) Al al 30 de abril de 2010, había 4,322,355,540 Acciones Serie D-L en circulación.

(4) Como consecuencia de los procedimientos internos del comité técnico, los siguientes participantes del se consideran como beneficiarios con derecho de voto compartido con respecto a esas mismas acciones depositadas: BBVA Bancomer Servicios, S.A. de C.V., como Fideicomisario en virtud del Fideicomiso No. F/25078-7 (controlado por Max Michel Suberville), Paulina Garza de Lagüera Gonda, Bárbara Garza Lagüera Gonda, Mariana Garza Lagüera Gonda, Eva Gonda Rivera, Eva María Garza Lagüera Gonda, Consuelo Garza Lagüera de Garza, Alfonso Garza Garza, Patricio Garza Garza, Juan Carlos Garza Garza, Eduardo Garza Garza, Eugenio Garza Garza, Alberto Bailleres González, María Teresa Gual Aspe de Bailleres, Inversiones Bursátiles Industriales, S.A. de C.V. (controlada por la Familia Garza Lagüera), Corbal, S.A. de C.V. (controlada por Alberto Bailleres González), Magdalena Michel de David, Alepage, S.A. (controlada por Consuelo Garza Lagüera de Garza), BBVA Bancomer Servicios, S.A. como Fideicomisario en virtud del Fideicomiso No. F/29013-0 (controlada por la sucesión de José Calderón Ayala, difunto padre de José Calderón Rojas), Max Michel Suberville, Max David Michel, Juan David Michel, Monique David de VanLathem, Renee Michel de Guichard, Magdalena Guichard Michel, Rene Guichard Michel, Miguel Guichard Michel, Graciano Guichard Michel, Juan Guichard Michel, Franca Servicios, S.A. de C.V. (controlada por la sucesión de José Calderón Ayala, difunto padre de José Calderón Rojas), BBVA Bancomer Servicios, S.A., como Fideicomisario en virtud del Fideicomiso No. F/29490-0 (controlada por Alberto, Susana y Cecilia Bailleres), BBVA Bancomer Servicios, S.A. de C.V., como Fideicomisario en virtud del Fideicomiso No. F/710004 (controlado por Magdalena Michel de David) y BBVA Bancomer Servicios, S.A. como Fideicomisario en virtud del Fideicomiso No. F/700005 (controlada por Renee Michel de Guichard).

(5) De acuerdo a lo reportado en el suplemento 13D presentado el 26 de abril de 2010, se incluye el total de acciones que son propiedad de Cascade Investments, LLC. sobre la cual William H. Gates III tiene voto pleno y poder de disposición; y las acciones propiedad de Bill y Melinda Gates Foundation Trust, del cual William H. Gates III y Melinda French Gates tienen voto compartido y poder de disposición.

Al 18 de junio de 2010, había 251 tenedores registrados de ADSs en los Estados Unidos, los cuales representaban aproximadamente 60% de nuestras Unidades B-D en circulación. Dado que una cantidad sustancial de ADSs es mantenida a nombre de las personas asignadas por los beneficiarios, incluyendo la persona nombrada por *The Depository Trust Corporation*, la cantidad de beneficiarios de ADSs es sustancialmente mayor a la cantidad de tenedores registrados de estos valores.

Operaciones con Partes Relacionadas

Fideicomiso de Voto

Los participantes del fideicomiso de voto, quienes son nuestros principales accionistas, acordaron en abril de 1998 depositar la mayoría de sus acciones (los "Activos del Fideicomiso") de FEMSA en el fideicomiso de voto, y subsecuentemente formalizaron un convenio modificatorio de fecha 8 de agosto de 2005, sustituyeron al fiduciario y designaron a Banco Invex, S.A. como nuevo fiduciario del fideicomiso de voto. El objeto principal del fideicomiso de voto es permitir que se voten los Activos del Fideicomiso como un bloque, de acuerdo con las instrucciones del comité técnico. Los participantes del fideicomiso de voto están divididos en siete grupos dentro del fideicomiso, y el comité técnico está compuesto por un representante de cada grupo de participantes. La cantidad de Unidades B depositadas por cada uno de los grupos del fideicomiso (la participación proporcional de las acciones depositadas en el fideicomiso de cada uno de dichos grupos) determina el número de votos que dicho grupo del fideicomiso posee en el comité técnico. Gran parte de los asuntos se deciden por simple mayoría de los Activos del Fideicomiso.

Los participantes del fideicomiso aceptaron ciertas restricciones a la transferencia de Activos del Fideicomiso. El fideicomiso de voto es irrevocable, por un término que finalizará el 31 de mayo del 2013 (sujeto a renovaciones adicionales de cinco años), y durante dicho término, los participantes del fideicomiso pueden transferir los Activos del Fideicomiso a sus cónyuges y familiares directos y, sujeto a ciertas condiciones, a compañías que pertenezcan en su totalidad a los participantes

del fideicomiso (“Cesionario Permitidos”), siempre que en todos los casos el Cesionario Permitido acepte adherirse a los términos del fideicomiso de voto. En el caso que un participante del fideicomiso desee vender parte de sus Activos del Fideicomiso a alguien que no sea un Cesionario Permitido, los otros participantes del fideicomiso tendrán derecho de preferencias sobre los Activos del Fideicomiso que el participante del fideicomiso desee vender. Si ninguno de los participantes del fideicomiso opta por comprar los Activos del Fideicomiso al participante del Fideicomiso que los vende, el comité técnico tendrá el derecho de designar (previa aprobación de los miembros del comité técnico que representen el 75% de los Activos del Fideicomiso, excluidos aquellos Activos del Fideicomiso objeto de la venta) un comprador para dichos Activos del Fideicomiso. En el caso que ninguno de los participantes del fideicomiso ni el comprador designado quieran adquirir Activos del Fideicomiso, el participante del fideicomiso vendedor tendrá el derecho de vender los Activos del Fideicomiso a un tercero, bajo los mismos términos y condiciones ofrecidos a los participantes del fideicomiso. A los adquirentes de los Activos del Fideicomiso sólo se les permitirá ser parte del fideicomiso de voto mediante el voto afirmativo del comité técnico que represente por lo menos el 75% de los Activos del Fideicomiso, y siempre y cuando dichos Activos del Fideicomiso representen por lo menos a tres grupos de participantes del fideicomiso. En el caso que un participante del fideicomiso que posea la mayoría de los Activos del Fideicomiso decida vender dichos Activos del Fideicomiso, los otros participantes del fideicomiso poseen “derechos de inscripción y participación en el caso de una venta de acciones por parte del otro accionista” que les permitirán vender sus Activos del Fideicomiso al adquirente de los Activos del Fideicomiso del participante del fideicomiso.

En virtud de su tenencia de la mayoría de las Acciones Serie B, los participantes del Fideicomiso controlan a FEMSA. Salvo por la titularidad de acciones Serie B de FEMSA, los Participantes del Fideicomiso no tienen derecho de voto alguno que sea diferente de los derechos del resto de los accionistas.

Interés de Miembros de la Administración en Ciertas Transacciones

El siguiente es un resumen de las operaciones que hemos realizado con empresas de las que miembros de nuestro consejo de administración o de la dirección son miembros de su consejo de administración o dirección. Cada una de estas operaciones fue celebrada en el curso normal de negocios, y consideramos que cada una fue celebrada bajo términos comparables a los que podría obtenerse en operaciones negociadas con terceros no relacionados. Bajo nuestros estatutos, las transacciones que se celebren con partes relacionadas que se aparten del giro ordinario de los negocios están sujetas a aprobación de nuestro consejo de administración, con la previa opinión del Comité de Prácticas Societarias.

Nosotros, junto con algunas de nuestras subsidiarias, nos involucramos regularmente en transacciones de financiamiento y cobertura de seguros, incluyendo celebración de contratos de crédito, oferta de obligaciones en los mercados de capitales locales y líneas de crédito, con subsidiarias de BBVA Bancomer, una compañía tenedora de acciones de servicios financieros de la cual son consejeros José Antonio Fernández Carbajal, nuestro Presidente de consejo y Director General, Alberto Bailleres y Ricardo Guajardo Touché, quienes también son Consejeros de FEMSA. Llevamos a cabo pago de intereses y comisiones a favor de BBVA Bancomer respecto de estas transacciones de Ps. 591 millones, Ps. 780 millones y Ps. 305 millones al 31 de diciembre de los años 2009, 2008 y 2007, respectivamente. El monto total adeudado a BBVA Bancomer al 31 de diciembre del 2009 y 2008 fue de Ps. 10,124 millones y Ps. 10,060 millones, respectivamente.

Mantenemos pólizas de seguro de automóviles y de gastos médicos para ejecutivos, emitidas por Grupo Nacional Provincial, S.A., una compañía de seguros de la cual el presidente del consejo de administración y Director General es Alberto Bailleres, uno de nuestros consejeros. La prima total pagada por estas pólizas en pesos mexicanos fue de aproximadamente Ps. 123 millones, Ps. 83 millones y Ps. 31 millones en los años 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

Nosotros, en conjunto con algunas de nuestras subsidiarias, hemos gastado Ps. 247 millones, Ps. 253 millones y Ps. 178 millones en el curso ordinario de operaciones durante 2009, 2008 y 2007, respectivamente, en publicidad y anuncios comprados a Televisa, una compañía de medios de comunicación de la cual nuestro Presidente y Director General, José Antonio Fernández Carbajal, y dos de nuestros consejeros, Alberto Bailleres y Lorenzo Zambrano, son Consejeros.

Regularmente en nuestro giro ordinario de negocios celebramos transacciones de cobertura entrando en contratos de crédito en términos de mercado y líneas de crédito con subsidiarias de Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. (Banamex), una compañía tenedora de acciones de servicios financieros de la cual Lorenzo Zambrano, uno de nuestros consejeros, es consejero. Los intereses y comisiones pagados a Banamex al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 fueron de Ps. 246 millones y Ps. 289 millones y Ps. 539 millones respectivamente.

En 2009 y 2008, Coca-Cola FEMSA, en su giro ordinario de negocios, compró Ps. 1,044 millones y Ps. 863 millones, respectivamente en jugos de las subsidiarias de Jugos del Valle.

FEMSA Comercio, en el curso ordinario de sus operaciones, compró Ps. 1,733 millones, Ps. 1,578 y Ps. 1,324 millones en los años 2009, 2008 y 2007, respectivamente en productos horneados y golosinas para sus tiendas de subsidiarias de Bimbo, de la cual Roberto Servitje, consejero de FEMSA, es el Presidente de su consejo de administración. Adicionalmente, FEMSA Comercio compró Ps. 1,413, Ps.1,439 millones y Ps. 1,064 millones en 2009, 2008 y 2007, respectivamente, en cigarrillos a British American Tobacco México (BAT México), de donde Alfredo Livas Cantú, quien es miembro del Consejo de Administración, es también miembro del consejo. Estas compras fueron celebradas en el curso ordinario del negocio y creemos que fueron realizadas en términos comparables a aquellos que pudieron haber sido obtenidas en negociaciones con terceras partes no afiliadas.

José Antonio Fernández Carbajal, Eva Garza de Fernández, Ricardo Guajardo Touché y Lorenzo H. Zambrano, quienes son consejeros de FEMSA; también son miembros del consejo directivo del ITESM, una prestigiosa universidad en Monterrey, México que cotidianamente recibe donaciones por parte de FEMSA y sus subsidiarias. Al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, los donativos al ITESM ascendieron a Ps. 100 millones, Ps. 79 millones y Ps.108 millones, respectivamente.

Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company

Coca-Cola FEMSA realiza periódicamente transacciones con The Coca-Cola Company y sus afiliadas. Coca-Cola FEMSA compra todos sus requerimientos de concentrado para refrescos de la marca *Coca-Cola* a The Coca-Cola Company. El total pagado a The Coca-Cola Company por el concentrado fue de aproximadamente Ps. 16,863 millones, Ps. 13,518 millones y Ps. 12,239 millones en 2009, 2008 y 2007, respectivamente. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company se pagan y reembolsan entre sí por gastos de mercadotecnia. The Coca-Cola Company también contribuye al programa de inversión en refrigeradores, botellas y cajas de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA recibió contribuciones para sus gastos de mercadotecnia, que incluyen el programa de inversión en refrigeradores, por Ps.1,945 Ps. 1,995 millones y Ps. 1,582 millones en 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

En diciembre del 2007 y mayo del 2008, Coca-Cola FEMSA vendió la mayoría de marcas de su propiedad a The Coca-Cola Company. Estas marcas están siendo actualmente licenciadas a Coca-Cola FEMSA por The Coca-Cola Company de acuerdo con los contratos de embotellador. La transacción de diciembre de 2007 estuvo valuada en \$48 millones de dólares y la transacción de mayo de 2009 tuvo un valor de \$16 millones. Coca-Cola FEMSA cree que ambas transacciones se llevaron a cabo en condiciones de mercado. Los ingresos por la venta de marcas propias registradas en años pasados y en los que Coca-Cola FEMSA sigue participando significativamente, son diferidos y amortizados contra los costos relacionados de ventas futuras sobre el periodo estimado de ventas. El balance a ser amortizado es de Ps. 616 millones, Ps. 571 millones y Ps. 603 millones al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, respectivamente. Las porciones a corto plazo se encuentran dentro de otros pasivos circulantes vigentes al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 y alcanzaron los Ps. 203 millones, Ps.139 millones y Ps. 113 millones, respectivamente.

En Argentina, Coca-Cola FEMSA adquiere parte de sus requerimientos de preformas para producir botellas de plástico, y todos sus requerimientos de botellas de plástico retornables de Embotelladora del Atlántico, S.A., una subsidiaria local de Embotelladora Andina, S.A., un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile y Brasil, de la cual The Coca-Cola Company tiene una participación sustancial.

En noviembre de 2007, Administración, S.A.P.I. adquirió el 100% de las acciones del capital social de Jugos del Valle. El negocio de Jugos del Valle en los Estados Unidos fue adquirido y vendido por The Coca-Cola Company. En junio de 2008, Administración y Jugos del Valle (empresa fusionante) se fusionaron. Posteriormente, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company y todos los embotelladores de Coca-Cola en México y Brasil entraron en una alianza estratégica para la operación de Jugos del Valle en México y en Brasil, respectivamente, por medio de transacciones realizadas durante el año 2008. Coca-Cola FEMSA tiene una participación aproximada de 20% en cada una de las operaciones de México y Brasil. Jugos del Valle vende bebidas a base de jugo y derivados de frutas. . Coca-Cola FEMSA distribuye la línea de bebidas a base de jugo de Jugos del Valle en Brasil y sus territorios en Latincentro.

En febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA adquirió con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada Brisa de Bavaria, una subsidiaria de SABMiller. Coca-Cola FEMSA adquirió los activos de producción y los derechos para distribuir en el territorio, y The Coca-Cola Company adquirió la marca Brisa. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company compartieron en partes iguales el costo del precio de compra de \$92 millones de dólares. Tras un período de transición, en junio de 2009, Coca-Cola FEMSA comenzó a vender y distribuir la cartera de productos de Brisa en Colombia.

En mayo de 2009, Coca-Cola FEMSA completó una transacción para desarrollar el negocio de la marca de agua Crystal en Brasil en conjunto con The Coca-Cola Company.

PUNTO 8. INFORMACIÓN FINANCIERA

Información Financiera Consolidada

Ver páginas F-1 a F-54, incorporadas al presente por referencia.

Política de Dividendos

Para el análisis de nuestra política de dividendos, Véase “Punto 3. Información Clave—Dividendos” y “Punto 10. Información Adicional.”

Procedimientos Legales

Nosotros somos parte en diversos procedimientos legales surgidos en el curso normal de los negocios. Fuera de los casos señalados en el presente documento, actualmente no somos parte en ningún litigio o procedimiento de arbitraje, incluyendo los que están en trámite o que pudieran presentarse y que son de nuestro conocimiento que consideramos tendrán o han tenido, un efecto material adverso sobre nuestra Compañía. Otros procedimientos legales que están pendientes en contra o que nos involucre a nosotros y a nuestras subsidiarias son incidentales a nuestro y sus negocios. Consideramos que la resolución de esos otros procedimientos, de manera individual o conjunta, no tendrá un efecto adverso significativo sobre nuestra situación financiera o resultados de operación.

Coca-Cola FEMSA

México

Procedimientos ante la Comisión Federal de Competencia.

Durante el año 2000, la Comisión Federal de Competencia (CFC), como resultado de denuncias presentadas por PepsiCo y algunos de sus embotelladores en México, inició una investigación en contra de The Coca-Cola Company Export Corporation (TCCEC) por presuntas prácticas monopólicas a través de acuerdos de exclusividad con detallistas.

Posterior a los procedimientos legales correspondientes en 2008 ante el Tribunal Colegiado de Circuito, se emitió una resolución en contra de dos de las seis subsidiarias mexicanas involucradas de Coca-Cola FEMSA, confirmando una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones impuesta por la CFC para cada una de ambas subsidiarias y ordenando la suspensión inmediata de dichas prácticas de presuntos acuerdos de exclusividad y transacciones condicionales. Coca-Cola FEMSA ya pagó ambas multas y ha establecido reservas para las cuatro restantes. La Suprema Corte de Justicia de México decidió determinar los procedimientos respecto a las denuncias en contra de las otras cuatro subsidiarias restantes, y el 9 de junio de 2010, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ordenó a la CFC reconsiderar ciertos aspectos de estos procedimientos, lo que significa que la CFC podría emitir una resolución nueva para este caso, siguiendo ciertas pautas específicas definidas por la Suprema Corte de Justicia. Coca-Cola FEMSA no ha recibido el texto completo de esta sentencia. Aun y cuando no podemos predecir el resultado, si llegasen a restablecerse cualquiera de las multas, estimamos que no tendrán un efecto materialmente adverso en la situación financiera o resultados de operación de Coca-Cola FEMSA.

En febrero de 2009, la CFC comenzó una nueva investigación de supuestas prácticas monopólicas consistiendo en ventas de bebidas carbonatadas sujetas a acuerdos de exclusividad y el otorgamiento de descuentos y/o beneficios por acuerdos de exclusividad con ciertos detallistas. Como parte de esta investigación, la CFC ha estado requiriendo que ciertas embotelladoras de Coca-Cola en México entreguen información acerca de sus prácticas comerciales y a Coca-Cola FEMSA se le requirió en febrero de 2010. En caso que la CFC encuentre evidencia de prácticas monopólicas, pueden comenzar procedimientos administrativos contra las compañías involucradas. No podemos determinar el alcance de dicha investigación en este momento..

Centroamérica

Asuntos de competencia en Costa Rica.

Durante agosto del 2001, la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica, a la cual nos referiremos como Comisión de Competencia de Costa Rica, de conformidad con una denuncia presentada por PepsiCo y su embotellador en Costa Rica inició una investigación sobre las prácticas comerciales de The Coca-Cola Company y la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica por presuntas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas, incluyendo ventas obtenidas por medio de contratos de exclusividad. En julio del 2004 la Comisión de Competencia de Costa Rica emitió una resolución que determinó que la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica incurrió en prácticas monopólicas respecto

de acuerdos de exclusividad, de precio y el compartir los refrigeradores bajo ciertas circunstancias e impuso una multa de \$130,000 dólares. El recurso de apelación de Coca-Cola FEMSA a la resolución de la Comisión de Competencia de Costa Rica fue rechazado. Coca-Cola FEMSA apeló esta resolución de la Comisión de Competencia y el procedimiento judicial está pendiente de resolución en procesos judiciales adicionales. Consideramos que este asunto no tendrá un efecto material adverso en su condición financiera o en los resultados de operación.

En noviembre 2004, Ajecen del Sur S.A., el embotellador de Big Cola en Costa Rica, entabló una demanda ante la Comisión de Competencia de Costa Rica con base en supuestas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas por medio y por la implementación de contratos de exclusividad contra The Coca-Cola Company y la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica. La Comisión de Competencia de Costa Rica ha decidido iniciar una investigación al respecto. El periodo para reunir evidencias concluyó en agosto del 2008, y los argumentos finales han sido presentados. Coca-Cola FEMSA espera que el monto máximo de la multa impuesta sea de US\$ 300 mil. Coca-Cola FEMSA se encuentra a la espera de la resolución final de la Comisión de Competencia de Costa Rica.

Colombia

Asuntos laborales.

Durante julio del 2001, un sindicato y varios individuos de la República de Colombia presentaron una demanda ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos correspondiente al Distrito Sur de Florida en contra de ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA. Los demandantes alegaron que las subsidiarias participaron en acciones ilícitas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, incluyendo secuestro, tortura, amenazas de muerte e intimidación. La denuncia alega demandas bajo las leyes denominadas *U.S. Alien Tort Claims Act*, *Torture Victim Protection Act*, *Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act* y la ley estatal sobre agravios. La demanda solicita el pago de daños y perjuicios por más de \$500 millones de dólares, incluyendo el pago de daños punitivos y por triplicado y gastos relacionados con la demanda, incluyendo el pago de los honorarios de los abogados. En septiembre de 2006, la tribunal de distrito desechó la demanda, respecto a todas las demandas interpuestas. Los demandantes apelaron en agosto de 2009, el Tribunal de Apelación confirmó la decisión a favor de las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA. Los demandantes solicitaron un audiencia en Septiembre de 2009, la solicitud fue denegada. Los demandantes buscaron la reconsideración en pleno pero la Corte aun no han considerado dicha petición.

Venezuela

Asuntos fiscales.

En 1999, algunas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA en Venezuela recibieron una notificación de reclamaciones fiscales indirectas determinadas por las autoridades fiscales de Venezuela. Estas subsidiarias han presentado las medidas apropiadas en contra de estos requerimientos a nivel administrativo y presentó apelaciones ante los juzgados Venezolanos. Estas reclamaciones actualmente ascienden a la cantidad aproximada de \$21.1 millones de dólares. Coca-Cola FEMSA tiene ciertos derechos a ser indemnizado por parte de Venbottling Holding, Inc., empresa que fuera accionista de Panamco, así como por The Coca-Cola Company, en una parte sustancial de dichas reclamaciones. Coca-Cola FEMSA no considera que la decisión final en relación con estos casos tendrá un efecto sustancial adverso en su condición financiera o resultados de operación.

Brasil

Asuntos de competencia.

Varias denuncias han sido presentadas en contra de Coca-Cola FEMSA por entidades privadas, que argumentan prácticas anticompetitivas en las operaciones brasileñas de Coca-Cola FEMSA. Los demandantes son Ragi (Dolly), un productor brasileño de bebidas de "marcas B", y PepsiCo, argumentando practicas anticompetitivas por Spal Indústria Brasileira de Bebidas, S.A. y Racofarma Indústria do Amazonas, Ltda. De las cuatro denuncias presentadas por Dolly en contra de Coca-Cola FEMSA, la única que prevalece concierne a la negociación al acceso a proveedores comunes. De las dos denuncias hechas por PepsiCo, la primera concierne a acuerdos de exclusividad en el punto de venta, y la segunda es respecto a un presunto espionaje corporativo contra el embotellador de Pepsi, BAESA, la cual el Ministerio de Economía recomendó que se desechara por falta de evidencia. Bajo las leyes brasileñas, cada una de estas denuncias pudiera generar multas sustanciales, así como otras penalidades. Consideramos que estas demandas son infundadas.

Cambios Significativos

A partir del 31 de diciembre 2009, han ocurrido los siguientes cambios significativos en nuestro negocio, cada uno descrito más detalladamente en “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas. Eventos Recientes.” y en la Nota 29 de nuestros estados financieros consolidados:

- El 10 de marzo de 2010, FEMSA anunció que sus subsidiarias firmaron un acuerdo con las subsidiarias de The Coca-Cola Company para modificar el Convenio de Accionistas de Coca-Cola FEMSA.
- El 30 de abril de 2010, FEMSA anunció el cierre de la transacción en la cual FEMSA acordó intercambiar el 100% de sus operaciones de cerveza por una participación económica del 20% en el Grupo Heineken.

PUNTO 9. LA OFERTA Y LISTADO

Descripción de Valores

Tenemos tres series de capital accionario, cada una sin valor nominal:

- Acciones Serie B;
- Acciones Serie D-B; y
- Acciones Serie D-L.

Las Acciones de la Serie B tienen derechos de voto plenos, y las Acciones de las Series D-B y D-L tienen derechos de voto limitados. Las acciones de nuestra Compañía son vinculadas y sólo pueden transferirse bajo las siguientes formas:

- Unidades B, consistentes en cinco Acciones Serie B; y
- Unidades BD, consistentes en una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L.

En nuestra AGO celebrada el 29 de marzo de 2007, nuestros accionistas aprobaron la subdivisión (split) en razón de tres a uno en todas las acciones en circulación de FEMSA. Al realizarse la subdivisión, el total de capital social consiste de 2,161,177,770 Unidades BD y 1,417,048,500 Unidades B. La subdivisión de acciones, en razón de tres a uno, también aplicó en nuestras Acciones Depositarias Americanas. La subdivisión de acciones se realizó proporcionalmente para todos nuestros accionistas de las Unidades y ADSs registrados al 25 de mayo de 2007; y las proporciones actuales de acciones con y sin derecho a voto se mantienen, conservando el mismo capital accionario en circulación previo a la subdivisión de acciones.

El 22 de abril de 2008, nuestros accionistas aprobaron la propuesta de modificación de nuestros estatutos para preservar, la estructura de unidades vinculadas para nuestras acciones que ha existido desde mayo de 1998 y mantener nuestra estructura accionaria actual posterior al 11 de mayo de 2008.

Anteriormente, nuestros estatutos establecían que el 11 de mayo de 2008, cada Acción Serie D-B se convertiría automáticamente en Acciones Serie B con derechos de voto pleno, y que cada Acción Serie D-L se convertiría automáticamente en Acción Serie L con derechos de voto limitado. En ese momento:

- las Unidades BD y las Unidades B dejarían de existir, y las Acciones subyacentes de las Series B y L se desvincularían; y
- las Acciones de las Series B y L tendrían igual derecho a la distribución de dividendos, y se extinguirían las preferencias para la distribución de dividendos de las Acciones Serie D-B y de las Acciones Serie D-L de un 125% sobre cualquier monto distribuido con respecto a cada una de las Acciones Serie B existentes antes del 11 de mayo de 2008.

Sin embargo, posterior a la aprobación de nuestros accionistas el 22 de abril de 2008, estos cambios no ocurrirán y en su lugar nuestras acciones y estructura de unidades vinculadas permanecerán sin cambio, de no existir ninguna acción futura por parte de nuestros accionistas, de la siguiente forma:

- las unidades BD y las unidades B continuarán existiendo; y
- el dividendo preferencial de las Acciones de las Series D-B y D-L del 125% de cualquier cantidad distribuida respecto a las Acciones Serie B continuará existiendo.

En el siguiente cuadro se incluye información sobre nuestro capital accionario al 30 de abril de 2010:

<u>Clase</u>	<u>Número</u>	<u>Porcentaje del Capital</u>	<u>Porcentaje Derechos Plenos de voto</u>
Acciones Serie B (sin valor nominal)	9,246,420,270	51.68%	100.0%
Acciones Series D-B (sin valor nominal).....	4,322,355,540	24.16	0.0
Acciones Series D-L (sin valor nominal)	4,322,355,540	24.16	0.0
Total de Acciones.....	<u>17,891,131,350</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<u>Unidades</u>			
Unidades BD.....	2,161,177,770	60.4	23.437
Unidades B.....	1,417,048,500	39.6	76.63
Total de Unidades.....	<u>3,578,226,270</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

Mercados de Cotización

A partir del 11 de mayo de 1998, los ADSs que representen Unidades BD cotizan en NYSE y las Unidades BD y las Unidades B cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Cada ADS representa diez Unidades BD depositadas conforme al acuerdo de depósito celebrado con el depositario de los ADSs. Al 18 de Junio de 2010, aproximadamente el 62% de las Unidades BD cotizaban como ADSs.

La clave de pizarra en la Bolsa de Valores de Nueva York para los ADSs es “FMX”. Las claves de pizarra en la Bolsa Mexicana de Valores para las Unidades BD y Unidades B son “FEMSA UBD” y “FEMSA UB”, respectivamente.

Las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el peso mexicano y el dólar americano han afectado el valor equivalente en dólares del valor de nuestras acciones en pesos mexicanos en la Bolsa Mexicana de Valores y, consecuentemente, también han afectado el precio de nuestros ADSs. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio”.

Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores

La Bolsa Mexicana de Valores, situada en la Ciudad de México, es el único mercado de valores en México. Fundada en 1907, está organizada como una *sociedad anónima bursátil*. Las operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores tienen lugar principalmente a través de sistemas automáticos de cotización y el mercado funciona todos los días hábiles de las 8:30 a.m. hasta las 3:00 p.m., hora de la Ciudad de México. La negociación de los títulos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores también puede efectuarse fuera del mercado. La Bolsa Mexicana de Valores opera un sistema para la suspensión automática de la negociación de acciones de un emisor en particular como medio para controlar la excesiva volatilidad de los precios. Sin embargo, bajo las reglas actuales, este sistema no se aplica a las operaciones de títulos, tales como las Unidades BD que cotizan, directa o indirectamente (por ejemplo, mediante ADSs), en un mercado accionario (incluido para estos fines la Bolsa de Valores de Nueva York) fuera de México.

La conciliación se efectúa tres días hábiles después de la transacción de las acciones en la Bolsa Mexicana de Valores. No se permite la conciliación diferida, aun cuando fuera de mutuo acuerdo, sin la aprobación de la CNBV. La mayoría de los valores negociados en la Bolsa Mexicana de Valores, incluidos los nuestros, se encuentran depositados en la *S.D. Indeval, Instituto para el Depósito de Valores, S.A. de C.V.*, al cual nos referimos como Indeval, una institución de depósito de valores privada que actúa como cámara de compensación para las transacciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

Precios Históricos

La siguiente tabla establece, para los periodos indicados, los precios de venta altos, bajos y de cierre, y el promedio de los volúmenes negociados diariamente de las Unidades B y Unidades BD en la Bolsa Mexicana de Valores, y los precios de venta altos, bajos y de cierre, y los volúmenes negociados promedio diarios para los ADSs de la Bolsa de Valores de Nueva York.

	Unidades B ⁽¹⁾						
	Pesos Nominales					Cierre U.S.\$ ⁽⁴⁾	Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo ⁽²⁾	Mínimo ⁽²⁾	Cierre ⁽³⁾	Tipo de Cambio			
2005	24.17	15.60	21.67	10.63		2.04	674,773
2006	34.03	23.00	33.33	10.80		3.09	197,478
2007	42.33	31.79	37.00	10.92		3.39	1,814
2008							
Primer Trimestre	41.95	32.00	41.94	10.63		3.95	692
Segundo Trimestre	46.00	40.00	40.00	10.30		3.88	34,993
Tercer Trimestre	44.00	40.00	42.00	10.97		3.83	481
Cuarto Trimestre	42.00	34.99	34.99	13.83		2.53	7
2009							
Primer Trimestre	34.00	30.50	30.50	14.21		2.15	18
Segundo Trimestre	38.79	31.00	35.60	13.17		2.70	556
Tercer Trimestre	41.00	35.00	38.60	13.48		2.86	363
Cuarto Trimestre	57.00	38.00	55.00	13.06		4.21	440
Octubre	55.00	38.00	54.49	13.16		4.14	579
Noviembre	57.00	54.40	57.00	12.92		4.41	538
Diciembre	57.00	55.00	55.00	13.06		4.21	667
2010							
Enero	55.00	44.00	49.90	13.03		3.83	437
Febrero	49.92	47.00	48.46	12.76		3.80	1,200
Marzo	51.50	48.00	48.50	12.30		3.94	5,047
Primer Trimestre	55.00	44.00	48.50	12.30		3.94	1,900
Abril	51.00	48.00	51.00	12.23		4.17	5,115
Mayo	50.99	45.05	45.05	12.86		3.50	169
Junio ⁽⁶⁾	50.00	49.98	49.98	12.54		3.98	283

⁽¹⁾ Los precios y el promedio de volumen diario de las Unidades B fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Representa la conversión de pesos mexicanos a dólares (U.S.\$) del precio de cierre de las Unidades B en el último día de los periodos presentados en base a la tasa de cotización de mediodía para la compra de dólares, según el informe del *Federal Reserve Bank of New York*, utilizando el tipo de cambio al fin del periodo.

⁽⁵⁾ Información del 1° al 18 de junio de 2010.

Unidades BD⁽¹⁾

	Pesos Nominales					Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo⁽²⁾	Mínimo⁽²⁾	Cierre⁽³⁾	Tipo de Cambio	Cierre U.S.\$⁽⁴⁾	
2005	26.46	18.63	25.69	10.63	2.42	2,088,995
2006	42.25	25.69	41.72	10.80	3.86	2,368,706
2007	48.58	32.73	41.70	10.92	3.82	3,889,800
2008						
Primer Trimestre	46.53	36.13	44.77	10.63	4.21	3,197,835
Segundo Trimestre	49.19	42.77	46.96	10.30	4.56	3,037,459
Tercer Trimestre	49.16	38.50	41.58	10.97	3.79	2,743,194
Cuarto Trimestre	42.03	26.10	41.37	13.83	2.99	3,394,665
2009						
Primer Trimestre	44.24	30.49	35.86	14.21	2.52	3,032,889
Segundo Trimestre	45.99	35.32	42.41	13.17	3.22	2,833,756
Tercer Trimestre	52.26	40.98	51.38	13.48	3.81	2,637,506
Cuarto Trimestre	63.20	55.92	62.65	13.06	4.80	3,552,563
Octubre	62.53	55.92	55.99	13.16	4.26	4,060,068
Noviembre	59.15	56.63	58.88	12.92	4.56	3,740,842
Diciembre	63.20	59.77	62.65	13.06	4.80	2,882,455
2010						
Enero	64.39	54.29	55.36	13.03	4.25	5,766,620
Febrero	55.12	53.33	54.86	12.76	4.30	3,353,689
Marzo	59.83	55.89	59.03	12.30	4.80	3,543,818
Primer Trimestre	64.39	53.33	59.03	12.30	4.80	4,213,385
Abril	59.69	56.98	58.39	12.23	4.78	3,195,390
Mayo	57.76	53.54	56.49	12.86	4.39	3,427,210
Junio ⁽⁵⁾	59.03	54.61	59.03	12.54	4.71	2,466,750

⁽¹⁾ Los precios y el promedio diario de volumen negociado de las Unidades BD fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Representa la conversión de pesos mexicanos a dólares (U.S.\$) del precio de cierre de las Unidades BD en el último día de los periodos presentados, en base a la tasa de cotización de mediodía para la compra de dólares, según el informe del *Federal Reserve Bank of New York*, utilizando el tipo de cambio al fin del periodo

⁽⁵⁾ Información del 1 al 18 de junio de 2010.

	ADSs ⁽¹⁾			
	Dólares			Promedio de Volumen Diario (ADSs)
	Máximo ⁽²⁾	Mínimo ⁽²⁾	Cierre ⁽³⁾	
2005	24.58	16.97	24.17	986,032
2006	39.17	24.41	38.59	1,159,232
2007	44.42	29.96	38.17	1,350,303
2008				
Primer Trimestre	43.35	33.37	41.78	1,173,074
Segundo Trimestre	47.48	41.58	45.51	1,156,991
Tercer Trimestre	49.39	35.07	38.14	1,408,044
Cuarto Trimestre	38.17	19.25	30.13	1,539,345
2009				
Primer Trimestre	32.06	19.91	25.21	1,168,072
Segundo Trimestre	34.96	25.27	32.24	820,917
Tercer Trimestre	40.01	30.58	38.05	899,509
Cuarto Trimestre	49.00	42.65	47.88	1,859,885
Octubre	45.98	42.95	43.31	3,002,220
Noviembre	45.69	42.65	45.51	1,425,004
Diciembre	49.00	46.52	47.88	1,112,896
2010				
Enero	50.01	41.72	42.16	2,140,702
Febrero	42.80	40.82	42.80	1,068,725
Marzo	47.59	43.74	47.53	1,047,073
Primer Trimestre	50.01	40.82	47.53	1,394,455
Abril	48.75	46.01	47.33	843,109
Mayo	46.97	40.73	42.18	1,025,424
Junio ⁽⁴⁾	46.98	41.93	46.98	728,891

⁽¹⁾ Cada ADS está compuesta de 10 Unidades BD. Los precios y el promedio del volumen diario fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Información del 1° al 18 de junio de 2010.

PUNTO 10. INFORMACIÓN ADICIONAL

Estatutos

A continuación se incluye un resumen de ciertas disposiciones de importancia contenidas en nuestros estatutos sociales y en las leyes mexicanas aplicables. La última reforma a los estatutos se realizó el 22 de Abril de 2008. Para una descripción de las disposiciones de nuestros estatutos sociales en relación con nuestro consejo de administración y directores ejecutivos. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados”.

Constitución y Registro

La Compañía es una sociedad anónima bursátil de capital variable, constituida en México de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles. La Compañía fue constituida el 12 de mayo de 1936, como sociedad anónima bajo la denominación, Valores Industriales, S.A., actualmente denominada, Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. La Compañía está inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio de Monterrey, N. L. bajo el folio electrónico número 1044*9.

Derechos de Voto y Ciertos Derechos de las Minorías

Cada Acción Serie B otorga a su tenedor un voto en cualquier Asamblea General de Accionistas de FEMSA, ya sea ordinaria o extraordinaria. Los estatutos sociales establecen que el consejo de administración debe estar compuesto como máximo por 21 miembros. Los tenedores de las Acciones Serie B tienen derecho a elegir por lo menos 11 miembros del consejo de administración de la Compañía. Los tenedores de las Acciones de las Series D tienen derecho a elegir 5 miembros de nuestro consejo de administración. Nuestros estatutos también contemplan que en caso de que ocurra una conversión de

las Acciones de la Subserie D-L a Acciones Serie L de conformidad con el voto de nuestros accionistas de las Series D-B y D-L en asambleas especiales y extraordinaria de accionistas, los tenedores de las Acciones Serie D-L (quienes se convertirían en tenedores de la nueva emisión de Acciones Serie L) tendrán derecho a elegir 2 miembros del consejo de administración. Ninguna de las acciones de la Compañía tiene derechos de votos acumulativos, lo cual es un derecho no regulado bajo la ley mexicana.

De conformidad con nuestros estatutos sociales, los tenedores de las Acciones de las Series D tienen derecho a asistir y votar en las asambleas extraordinarias de accionistas para resolver cualquiera de los siguientes asuntos: (1) transformación la naturaleza societaria de la Compañía, distinta a la transformación de sociedad anónima de capital variable a sociedad anónima y viceversa; (2) fusión con otra sociedad, si la Compañía es la entidad fusionada, y fusiones con otras sociedades en carácter de fusionante, si el objeto social de la sociedad fusionada es diferente al de la FEMSA o sus Subsidiarias; (3) cambio de nacionalidad; (4) disolución y liquidación y (5) la cancelación de la inscripción de las Acciones de las Series D y L en la Bolsa Mexicana de Valores o en cualquier otro mercado de valores extranjero en el cual se encuentren inscritas, excepto en el caso de conversión de estas acciones de conformidad con nuestros estatutos.

Los tenedores de las Acciones Serie D también tienen derecho de voto sobre cuestiones para las cuales estén expresamente autorizados para votar de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores y en las asambleas extraordinarias convocadas para tratar los siguientes temas:

- Aprobación de la conversión de la totalidad de las Acciones Serie D-B y Acciones Serie D-L en circulación a Acciones Serie B con plenos derechos de voto y Acciones Serie L con derechos de voto limitado, respectivamente.
- Acordar la desvinculación de las acciones que se encuentren en unidades vinculadas.

Esta conversión y/o desvinculación de las acciones sería efectiva en dos (2) años contados a partir de la fecha en la que los accionistas hayan pactado dicha conversión y/o desvinculación.

De conformidad con la ley mexicana, los tenedores de acciones de cualquier serie tienen derecho a votar como clase en una asamblea especial regida por las mismas reglas que se aplican a las asambleas extraordinarias de accionistas sobre cualquier asunto que afecte los derechos de los tenedores de acciones de dicha serie. No existen procedimientos para determinar si la acción propuesta y particular de un accionista requiere del voto por clase, y la ley mexicana no dispone de lineamientos al respecto, que se puedan aplicar para tomar dicha determinación.

La Ley del Mercado de Valores, la Ley General de Sociedades Mercantiles y, nuestros estatutos sociales contienen ciertas disposiciones para proteger los derechos de los accionistas minoritarios. Estas disposiciones permiten que:

- tenedores de por lo menos 10% del capital social en circulación con derecho de voto, incluyendo derechos de voto limitado o restringido, para solicitar al Presidente del consejo de administración o del comité de auditoría o del comité de prácticas societarias, se convoque a una asamblea de accionistas;
- tenedores de por lo menos 5% del capital social en circulación, incluyendo derechos de voto limitado o restringido, pueden iniciar una acción de responsabilidad en contra de nuestros consejeros, el secretario del consejo de administración o ejecutivos clave;
- tenedores de por lo menos 10% del capital social en circulación con derecho de voto, incluyendo voto limitado o restringido, tengan derecho de solicitar sean postergados los acuerdos sobre asuntos llevados a la asamblea de accionistas, en los cuales dichos tenedores no se consideren suficientemente informados;
- tenedores del 20% del capital social en circulación pueden oponerse a cualquier resolución adoptada en una asamblea de accionistas en la cual tengan derecho de voto, incluyendo voto limitado o restringido, y presentar una solicitud a tribunal competente, para suspender temporalmente la resolución, siempre y cuando dicha solicitud se presente dentro de los quince días siguientes a la terminación de la asamblea en la cual dicha resolución fue adoptada, siempre y cuando (1) la resolución en disputa sea contraria a la legislación mexicana o a nuestros estatutos, (2) los accionistas reclamantes no hayan asistido a la asamblea, ni hayan votado a favor de la resolución en cuestión, y (3) los accionistas reclamantes tendrán que presentar fianza para garantizar el pago de daños y perjuicios que la Compañía pueda incurrir como resultado de la suspensión de la resolución en el caso de que el tribunal determine en contra del accionista reclamante; y
- tenedores de por lo menos 10% de nuestro capital social en circulación con derecho a voto, incluyendo voto limitado o restringido, puedan designar a un miembro del consejo de administración y a su respectivo suplente.

Asambleas de Accionistas

Las asambleas generales de accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias. Las asambleas extraordinarias son aquellas que se convocan para considerar ciertos asuntos especificados en el Artículo 182 y 228BIS de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en los Artículos 53 y 108(II) de la Ley del Mercado de Valores y en nuestros estatutos sociales. Estos asuntos incluyen: reformas a nuestros estatutos sociales, liquidación, disolución, fusión y transformación de una forma de compañía a otra, emisión de acciones con derechos preferentes y aumentos y reducciones de la parte fija del capital social. Adicionalmente, nuestros estatutos determinan que se requiere de una asamblea extraordinaria de accionistas para considerar la cancelación de la inscripción de las acciones en el Registro Nacional de Valores (“RNV”) o en cualquier otro mercado de valores extranjero en donde nuestras acciones puedan estar inscritas, la amortización de utilidades repartibles en el capital social y un incremento en nuestro capital social de acuerdo a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores. Las asambleas ordinarias son las asambleas generales convocadas para tratar todos los demás asuntos, incluyendo aumentos o disminuciones del capital social en parte variable. Al menos una vez al año dentro de los primeros cuatro meses a partir del fin del ejercicio fiscal anterior, debe llevarse a cabo una asamblea ordinaria. Los tenedores de Unidades BD o Unidades B tienen el derecho de asistir a todas las asambleas de accionistas (de las Acciones Serie B y las Acciones Serie D) y a votar sobre cuestiones que están sujetas a los votos de los accionistas de las acciones subyacentes.

El quórum para una asamblea ordinaria en primera convocatoria es más del 50% de las Acciones Serie B, y la mayoría de las Acciones Serie B representadas en la asamblea pueden tomar una resolución válidamente. Si no se logra el quórum, una segunda o subsiguiente asamblea puede ser convocada por cualquier número de Acciones Serie B presentes, en la cual la mayoría de las Acciones Serie B presentes pueden tomar resoluciones válidamente.

El quórum para una asamblea extraordinaria es de por lo menos el 75% de las acciones en circulación con derecho a votar en la asamblea y la mayoría de las acciones en circulación con derecho a voto pueden tomar resoluciones. Si no se logra el quórum, puede convocarse a una segunda asamblea, en la cual el quórum será la mayoría del capital accionario en circulación con derecho a voto, y los tenedores con la mayoría de las acciones en circulación con derecho a voto pueden tomar resoluciones válidamente.

Las asambleas de accionistas pueden ser convocadas por el consejo de administración, el comité de auditoría o el comité de prácticas societarias; y en determinadas circunstancias, por un tribunal mexicano. Los tenedores de por lo menos 10% del capital social pueden solicitar al presidente del consejo de administración o al presidente del Comité de Auditoría o del Comité de Prácticas Societarias que se convoque una asamblea de accionistas. Se debe publicar en el Periódico Oficial del Estado de Nuevo León o en un periódico de mayor circulación en Monterrey, Nuevo León, México, la convocatoria a la asamblea y el orden del día correspondiente, al menos 15 días antes de la fecha de la asamblea. La convocatoria deberá establecer el lugar, fecha y hora de la asamblea y los asuntos a tratarse en la misma, y deberá estar firmada por la persona que haya convocado. Las asambleas de accionistas se considerarán como válidamente reunidas sin que se haya convocado a la misma en el caso en que se encuentren presentes la totalidad de las acciones en que se divide el capital social de FEMSA. Toda la información relevante relacionada con las asambleas de accionistas se pondrá a disposición de los mismos a partir de la fecha de publicación de la convocatoria. Con el objeto de asistir a una asamblea, los accionistas deberán depositar sus acciones en FEMSA o en una institución de depósito de valores, previo a la asamblea, según se indica en la convocatoria respectiva. Si un accionista tiene derecho a asistir a una asamblea, puede estar representado por un representante legal.

Además de las disposiciones de la Ley General de Sociedades Mercantiles, se deberá convocar una asamblea general ordinaria de accionistas para aprobar cualquier transacción que, en un ejercicio fiscal, represente 20% o más de los activos consolidados de la compañía al trimestre inmediato anterior, independientemente de que la transacción sea realizada en una o varias operaciones. Todos los accionistas tendrán derecho de voto en dicha asamblea general ordinaria de accionistas, incluyendo aquellos con derechos de voto limitado o restringido.

Derechos a Dividendos

En la AGO que se celebren anualmente el consejo de administración presentará los estados financieros de la Compañía para el año fiscal anterior, conjuntamente con un informe al respecto preparado por el consejo de administración. Una vez que los tenedores de las Acciones Serie B hayan aprobado los estados financieros, determinarán la asignación de las utilidades netas de lpara el año precedente. La ley mexicana requiere la separación de al menos 5% de utilidad neta una reserva legal, la cual ya no estará disponible para su distribución sino hasta que la cantidad retenida en dicha reserva sea equivalente a 20% de nuestro capital. De allí en adelante, los tenedores de Acciones Serie B pueden determinar y asignar un cierto porcentaje de utilidades netas a cualquier reserva general o especial, incluida una reserva para compras de acciones propias de la Compañía. El resto de las utilidades netas está disponible para su distribución en forma de dividendos a los accionistas. Los dividendos sólo serán pagados si las utilidades netas son suficientes para cubrir pérdidas de ejercicios anteriores.

Nuestros estatutos sociales establecen que los dividendos se distribuirán entre las acciones en circulación que estén pagadas en su totalidad al momento que un dividendo sea declarado, de tal manera que cada Acción Subserie D-B y Subserie D-L recibirá un 125% del dividendo distribuido respecto de cada Acción Serie B. Los accionistas de Acciones Subserie D-B y Subserie D-L tendrán derecho a la prima por dividendo en relación con todos los dividendos distribuidos por la Compañía.

Variación de Capital

Las acciones de capital en circulación de la Compañía consisten en una porción variable y una porción fija. La porción fija de estas acciones puede ser aumentada o disminuida únicamente por reforma de los estatutos sociales adoptada por una asamblea general extraordinaria de accionistas. La porción variable de las acciones de capital de la Compañía puede ser aumentada o reducida por resolución de una asamblea general ordinaria de accionistas. Los aumentos y reducciones de capital deben registrarse en el libro de registro de acciones de la Compañía y en el libro de variaciones de capital, según corresponda.

Un aumento de acciones de capital puede realizarse por emisión de nuevas acciones para el pago en efectivo o en especie, o por capitalización de deuda o de ciertos renglones del capital contable. Las acciones que se encuentran depositadas en la tesorería de la Compañía podrán sólo ser vendidas en una oferta pública.

Todo aumento o disminución de las acciones de capital de la Compañía o cualquier amortización o recompra estará sujeto a las siguientes limitaciones: (1) las Acciones Serie B siempre representarán al menos 51% de las acciones de capital en circulación, y las Acciones de las Series D-L y L nunca podrán representar más de 25% de las acciones de capital en circulación; y (2) las Acciones de las Series D-B, D-L y L no deben exceder en su totalidad 49% de las acciones de nuestro capital social.

Derechos de Preferencia

Bajo las leyes mexicanas, excepto en limitadas circunstancias, las cuales se describen en el siguiente párrafo, en caso de un aumento de capital, el tenedor de acciones existentes de una serie determinada generalmente tiene un derecho de preferencia de suscribir acciones de la misma serie en cantidad suficiente para mantener las tenencias actuales proporcionales de esa serie. Los derechos de preferencia pueden ejercerse a lo largo de un término establecido por los accionistas en la asamblea en la que se declare dicho aumento de capital, y dicho término no puede ser inferior a los quince (15) días contados a partir de la publicación del aviso de aumento de capital en el Periódico Oficial. Como resultado de las leyes de valores aplicables de los Estados Unidos, los tenedores de ADSs podrán ser restringidos en su posibilidad de participar en el ejercicio de sus derechos de preferencia bajo los términos del convenio de depósito de los ADSs. Las acciones designadas para ser emitidas de conformidad con derechos de preferencia, con relación de aquellos derechos de preferencia no ejercidos, podrán ser vendidas por nosotros a terceros en los mismos términos y condiciones previamente aprobadas por los accionistas o el consejo de administración. Bajo la legislación mexicana, los derechos de preferencia no podrán ser renunciados o cedidos, o estar representados por un instrumento negociable por separado de las correspondientes acciones.

Nuestros estatutos establecen que los accionistas no tendrán derecho a suscribir acciones en caso de un incremento en el capital social o colocación de acciones en tesorería en los supuestos siguientes: (1) una fusión de la Compañía, (2) conversión de obligaciones emitidas en los términos de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, (3) una oferta pública en los términos previstos en los artículos 53, 56 y demás disposiciones de la Ley del Mercado de Valores y (4) aumento del capital mediante el pago en especie de las acciones que se emitan, o mediante la cancelación de pasivos a cargo de la sociedad.

Limitaciones sobre la Tenencia de Acciones

La Ley de Inversión Extranjera y su reglamento regulan la titularidad de acciones de empresas mexicanas por parte de extranjeros. La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras está a cargo de la administración de la Ley de Inversión Extranjera y su reglamento.

Como regla general, la Ley de Inversión Extranjera permite las tenencias extranjeras de hasta el 100% del capital social de compañías mexicanas, excepto de aquellas que se ocupan de ciertas industrias restringidas. La Ley de Inversión Extranjera y sus reglamentos requieren que los accionistas mexicanos retengan el poder de determinar el control administrativo y la dirección de las corporaciones en industrias en las cuales se aplican restricciones especiales a las tenencias extranjeras. La inversión extranjera en las acciones de la Compañía no está limitada bajo la Ley de Inversión Extranjera ni sus reglamentos.

Administración de la Compañía

La administración de la compañía le corresponde al consejo de administración y también al director general, quien está obligado a seguir las estrategias, políticas y lineamientos aprobados por el consejo de administración y la autoridad y obligaciones y deberes expresamente autorizados por la Ley del Mercado de Valores.

Al menos el 25% de los miembros del consejo de administración deberá ser independiente. La independencia de los miembros del consejo de administración se determina en la asamblea de accionistas, sujeta a la objeción de la CNBV de dicha determinación. En el cumplimiento de sus responsabilidades, el consejo de administración será apoyado por un comité de prácticas societarias y un comité de auditoría. El comité de prácticas societarias y el comité de auditoría están compuestos únicamente por consejeros independientes. Cada comité está compuesto por al menos tres consejeros nombrados por los accionistas o por el consejo de administración bajo propuesta del presidente del consejo. Los presidentes de dichos consejos son nombrados (tomando en cuenta su experiencia, capacidad y prestigio profesional) y removidos exclusivamente por una votación en una asamblea de accionistas o por el consejo de administración bajo propuesta del presidente del consejo.

Vigilancia

La vigilancia de la compañía se le encomienda al consejo de administración, el cual será apoyado en la realización de estas funciones por el comité de prácticas corporativas, el comité de auditoría y nuestro auditor externo.

El auditor externo tiene la facultad de asistir a las asambleas del consejo de administración como observador, con derecho a participar, pero sin derecho a voto.

Facultades del Consejo de Administración

El consejo de administración es el representante legal de la Compañía, y está facultado para tomar cualquier acción relacionada con sus operaciones que no haya sido reservada a la asamblea de accionistas. De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores, el consejo de administración deberá aprobar, observando en todo momento sus deberes de diligencia y lealtad, entre otros asuntos:

- cualquier transacción con partes relacionadas que se aparte del curso ordinario de los negocios;
- transferencias o adquisiciones de activos significativos;
- garantías significativas;
- políticas internas; y
- otras transacciones significativas.

Las sesiones del consejo de administración serán válidamente instaladas con la presencia de la mayoría de sus miembros. Las resoluciones presentadas en estas sesiones podrán ser válidamente adoptadas si son aprobadas por una mayoría de consejeros presentes en la reunión. Si es requerido, el Presidente del consejo de administración podrá ejercer voto de calidad en caso de empates.

Amortización

La Compañía puede amortizar parte de sus acciones para su cancelación con utilidades distribuidas, conforme a una resolución de una asamblea general extraordinaria de accionistas. Únicamente las acciones suscritas y totalmente pagadas pueden ser amortizadas. Las acciones que habrán de ser amortizadas deben ser adquiridas en la BMV, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles y la Ley del Mercado de Valores. Las acciones no podrán ser amortizadas si, como consecuencia de tal amortización, las Acciones de las Series D y L, en conjunto, exceden los porcentajes permitidos por los estatutos sociales o si tal amortización redujere el capital fijo por debajo del mínimo.

Recompra de Acciones

De conformidad con nuestros estatutos sociales, y sujeto a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores y reglamentos promulgados por la CNBV, podemos recomprar nuestras acciones.

De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores, nuestras subsidiarias no pueden adquirir, directa o indirectamente, acciones de nuestro capital social o cualquier valor que represente tales acciones.

Pérdida de Derechos

Por requerimiento de ley, los estatutos sociales disponen que los accionistas extranjeros de la Compañía tenedores de Unidades UBD y Unidades UB (1) serán considerados mexicanos respecto a dichas acciones que adquieren o estén en su poder, y (2) no pueden invocar la protección de sus propios gobiernos en relación a la inversión representada por aquellas acciones. La falta de cumplimiento de los estatutos sociales puede dar lugar a una penalidad de pérdida de dicha participación en el capital del accionista a favor del estado mexicano. Carlos E. Aldrete, Director Jurídico de la Compañía, opina que, de acuerdo con esta disposición, se considera que un accionista extranjero (incluyendo a un tenedor extranjero de ADSs) ha convenido en no invocar la protección de su propio gobierno y a no interponer ningún recurso diplomático en contra del Estado Mexicano por lo que respecta a sus derechos como accionista, pero no se le considerará haber renunciado a sus otros derechos que pueda tener, incluyendo cualquier derecho de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores de Estados Unidos, respecto a su inversión en nuestra Compañía. Si un extranjero invoca la protección de su gobierno en violación de este compromiso perderá los derechos sobre sus acciones a favor de la Nación Mexicana.

Duración

Los estatutos sociales establecen que la duración de la Compañía es de 99 años, a partir del 30 de mayo de 1936, salvo que sea prorrogada mediante resolución de la asamblea general extraordinaria de accionistas.

Derechos de Separación

En el caso que los accionistas aprueben un cambio del objeto social, cambio en la nacionalidad de la Compañía o transformación de una forma corporativa a otra, cualquier accionista con derecho a voto que hubiere votado en contra de dicha resolución, puede retirarse de la Compañía y amortizar sus acciones en los términos de la Ley General de Sociedades Mercantiles, siempre que el accionista haga valer sus derechos dentro de los quince (15) días de finalizada la asamblea en la cual se aprobó el cambio. De acuerdo con la ley, el monto que un accionista que efectúa un retiro tiene derecho a recibir, corresponde al equivalente al interés proporcional en las acciones de capital de la Compañía de acuerdo con el último balance general de la Compañía, aprobado en una asamblea general ordinaria de accionistas.

Desliste de Acciones

En el caso de cancelación de registro de cualquiera de nuestras acciones ante el RNV, ya sea por orden de la CNBV o por solicitud nuestra con el previo consentimiento del 95% de los tenedores de nuestro capital social en circulación, nuestros estatutos y la Ley del Mercado de Valores requieren que hagamos una oferta pública para adquirir dichas acciones previo a la cancelación.

Liquidación

En el caso de que la Compañía sea disuelta, una asamblea general extraordinaria designará a uno o más liquidadores, los cuales deberán finiquitar los asuntos. Todas las acciones de capital plenamente pagadas y en circulación tendrán derecho a participar equitativamente en cualquier distribución al momento de la liquidación.

Acciones en Contra de Consejeros

Accionistas (incluyendo tenedores de las Acciones de las Series D-B y D-L) que en su totalidad representen no menos del 5% del capital social tienen derecho de iniciar acciones en contra de nuestros consejeros.

En el caso de acciones derivadas por algún incumplimiento en el deber de diligencia y el deber de lealtad, la responsabilidad estará exclusivamente en favor de la Compañía. La Ley del Mercado de Valores, establece que la responsabilidad podrá recaer en los consejeros o el secretario del consejo de administración, así como funcionarios relevantes.

A pesar de que la Ley del Mercado de Valores estipula que los miembros del consejo de administración no deberán incurrir, conjunta o separadamente, en responsabilidad por daños y perjuicios causados a la compañía, cuando sus actos sean hechos de buena fe, en cualquiera de los siguientes casos: (1) los consejeros cumplan con las normas estipuladas en la Ley del Mercado de Valores y los estatutos de la Compañía, (2) la toma de decisiones o el voto hayan sido realizado utilizando la información proveniente de los funcionarios relevantes, auditores externos, o expertos independientes, cuyas capacidades y credibilidad no generen duda razonable; (3) los efectos económicos negativos no pudieron ser previstos con base a la información disponible; y (4) exista un cumplimiento de las resoluciones emitidas por las asambleas de accionistas cuando dichas resoluciones cumplan la ley aplicable.

Deberes Fiduciarios—Deber de Diligencia

La Ley del Mercado de Valores incluye en sus disposiciones que los consejeros deberán de actuar de buena fe y de acuerdo a nuestros mejores intereses y los mejores intereses de nuestras subsidiarias. Para poder cumplir con este deber el consejo de administración puede:

- solicitar información de nosotros o nuestras subsidiarias que sea razonablemente necesaria para cumplir con sus obligaciones;
- requerir a nuestros directivos o a ciertas otras personas, incluyendo auditores externos, a participar en las juntas de consejo para reportarle al consejo de administración;
- posponer sesiones del consejo de administración por hasta tres días cuando un consejero no haya recibido notificación suficiente de la junta o en el caso de que el consejero no haya sido proveído con la información proporcionada a los demás consejeros; y
- requerir la discusión y votación de todo el consejo de administración con la presencia del secretario sobre algún tema en particular.

Nuestros consejeros pueden ser responsables por daños al incumplir con el deber de diligencia, si dicho incumplimiento causa daño económico a nosotros o a nuestras subsidiarias y el consejero (1) no asistió a la sesión de consejo o a las reuniones de los comités y como resultado de dicho incumplimiento, el consejo de administración no pudo tomar acción, al menos que dicha ausencia sea aprobada por la asamblea de accionistas, (2) falló en comunicar al consejo de administración o a los comités, información sustancial necesaria para que el consejo de administración pueda emitir una decisión, al menos que legalmente o contractualmente esté impedido de hacerlo por causas de confidencialidad, y (3) falló en cumplir con las obligaciones impuestas por la Ley del Mercado de Valores o por nuestros estatutos.

Deberes Fiduciarios—Deber de Lealtad

De acuerdo con La Ley del Mercado de Valores en México, los consejeros y secretario del consejo de administración deben mantener la confidencialidad de cualquier información que no sea pública y sea de su conocimiento debido a su función. También, los consejeros deben de abstenerse en participar, asistir y votar en reuniones donde existieran conflictos de intereses.

Se considerará que los consejeros y el secretario del consejo de administración han violado su deber de lealtad, y serán responsables por los daños, cuando obtengan un beneficio económico en virtud de su posición. Se considera que los consejeros han incumplido con su deber de lealtad si:

- votan en la reunión del consejo de administración o toman cualquier acción que involucre nuestros activos cuando existe un conflicto de interés;
- no revelan la existencia de un conflicto de interés durante la junta de consejo;
- forman parte de un arreglo en las votaciones para apoyar a un accionista en particular o a un grupo de accionistas en contra de otros accionistas;
- aprueban transacciones sin cumplir con los requerimientos estipulados en La Ley del Mercado de Valores;
- utilizan propiedades de la Compañía en violación a políticas aprobadas por el consejo de administración;
- utilizan ilícitamente información relevante que no es pública y;
- usurpan una oportunidad corporativa en su beneficio propio o el de terceros, sin el consentimiento previo del consejo de administración.

Responsabilidad Limitada

La responsabilidad de los accionistas por las pérdidas de nuestra Compañía es limitada a su aportación en nuestra Compañía.

Tratamiento Fiscal

El siguiente resumen contiene una descripción de ciertas consecuencias del impuesto sobre la renta federal en Estados Unidos de América y México por la compra, propiedad y disposición de nuestros ADS por un tenedor ciudadano o residente de los Estados Unidos de América, una compañía local estadounidense o una persona o entidad que de otra manera

estará sujeta al impuesto de la renta federal de los Estados Unidos en una base de ingreso neto respecto a nuestros ADS, a quien nos referiremos como tenedor estadounidense, pero esto no intenta ser una descripción de todas las posibles consideraciones fiscales que pudieran ser relevantes para la decisión de compra, posesión o disposición de ADS. En particular, la presente discusión no incluye todas las consideraciones del impuesto sobre la renta federal mexicano o estadounidense que podrían ser relevantes para un inversionista en particular, ni incluye las reglas especiales fiscales aplicables a ciertas categorías de inversionistas, tales como bancos, intermediarios, intermediarios que eligen *mark to market*, entidades exentas de impuestos, compañías aseguradoras, tenedores de corto plazo de ADS o inversionistas que poseen nuestros ADS como parte de una transacción de cobertura, conversión o integrada o inversionistas quienes tengan una “divisa funcional” distinta al dólar estadounidense. Este resumen trata sólo de tenedores estadounidenses de nuestros ADS como activos de capital y no incluye el trato de tenedor estadounidense que se propietario o considerado como poseedor del 10% o más de la acciones de voto (incluyendo ADS) de la Compañía.

Este resumen está basado en las leyes federales fiscales de los Estados Unidos y México vigentes a la fecha de este reporte anual, incluyendo las disposiciones del tratado sobre el impuesto sobre la renta entre Estados Unidos de América y México al cual nos referiremos como Tratado sobre Tributación, las cuales están sujetas a cambio. Este resumen no incluye ningún efecto fiscal bajo las leyes de algún estado o localidad de México o de los Estados Unidos de América o de las leyes de alguna jurisdicción fiscal distinta a las leyes federales de México y Estados Unidos. Los tenedores de nuestros ADS, deberán consultar a sus asesores fiscales tanto para los efectos en Estados Unidos de América, México o de otro impuesto por la compra, propiedad y disposición de ADS, incluyendo, en particular, el efecto de cualquier ley fiscal extranjera, estatal o local.

Tributación en México

Para efectos de este resumen, el termino “tenedor no-residente” significa un tenedor que no es residente de México para efectos del impuesto y no posee nuestros ADS en conexión con la conducción de una operación comercial o negocio a través de un establecimiento permanente para efectos fiscales en México. Para efectos de tributación en México, un individuo es residente en México si el o ella establece su casa en México, o si el o ella tiene otra casa fuera de México, pero su Centro de Intereses Vitales (según se define en el Código Fiscal de la Federación) está localizado en México y, entre otras circunstancias, más del 50% de los ingresos durante un año calendario proviene de México. Una persona moral es residente de México si tiene su principal lugar de negocios o su administración vigente está localizada en México. Se presume que un ciudadano mexicano es residente de México a menos que el o ella pueda demostrar que lo contrario es verdad. Si se le considera a una persona moral o un individuo tener un establecimiento permanente en México para efectos fiscales, todos los impuestos sobre la renta atribuibles al establecimiento permanente estarán sujetos a los impuestos mexicanos, de acuerdo con las leyes fiscales aplicables.

Impuestos sobre Dividendos. Bajo las leyes mexicanas del impuesto sobre la renta, los dividendos, ya sea en efectivo o en cualquier tipo, pagados respecto a nuestras acciones representadas por nuestros ADS no están sujetos a la retención del impuesto mexicano.

Impuestos sobre las Disposiciones de ADS. Las ganancias provenientes de la venta o disposición de ADS por los tenedores no-residentes no estarán sujetas al impuesto mexicano, si la disposición es llevada a cabo a través de una bolsa de valores reconocida bajo las leyes fiscales mexicanas aplicables.

En cumplimiento con ciertos requerimientos, las ganancias por la venta o disposición de ADS realizadas en circunstancias diferentes a aquellas establecidas en el párrafo anterior generalmente estarán sujetas al impuesto mexicano, sin importar la nacionalidad o residencia del transmisor. Sin embargo, bajo el Tratado sobre Tributación, un tenedor que es capaz de reclamar los beneficios del Tratado sobre Tributación, será exento del impuesto mexicano sobre las ganancias producto de una venta o de otra disposición de nuestros ADS en una transacción que no sea llevada a cabo a través de nuestra Bolsa Mexicana de Valores o cualquier otro mercado de valores aprobado, en tanto el tenedor no sea propietario, directa o indirectamente, del 25% o mas del capital social (incluyendo acciones representadas por nuestros ADS) dentro de un periodo de 12 meses precedente a dicha venta o disposición. Los depósitos de acciones a cambio de ADS y retiros de acciones a cambio de nuestros ADS no ocasionarán impuesto mexicano.

Otros impuestos mexicanos. No existen impuestos mexicanos sobre herencia, donación, sucesión o impuesto al valor agregado a la propiedad, transferencia, intercambio o disposición de nuestros ADS. No existe sello, emisión, registro o impuestos similares o aranceles pagables por los tenedores de nuestros ADS.

Tributación en Estados Unidos

Impuestos sobre Dividendos. El importe bruto de cualquier dividendo pagado con respecto a nuestras acciones representativas de nuestros ADS generalmente será incluido en el ingreso bruto de un tenedor estadounidense como un ingreso ordinario en el día en que los dividendos son recibidos por el depositario de ADS y no será elegible para la deducción de dividendos recibidos permitida a las corporaciones bajo el *Internal Revenue Code of 1986* (Código de Hacienda Pública de 1986), vigente. Los dividendos, los cuales serán pagados en pesos mexicanos, serán incluidos en el ingreso del tenedor estadounidense en la cantidad calculada en dólares estadounidenses, en general, en referencia a la tasa de cambio vigente en la fecha de recepción por parte del depositario de los ADS (a pesar de que dichos pesos mexicanos sean o no en realidad convertidos en dólares estadounidenses en tal fecha). Si dichos dividendos son convertidos en dólares estadounidenses en la fecha recibida, un tenedor estadounidense generalmente no necesitará reconocer pérdida o ganancia en la divisa extranjera respecto a los dividendos. Los tenedores estadounidenses deberán consultar a sus asesores fiscales respecto al trato de ganancia o pérdida de la divisa extranjera, en caso de que exista, en cualquier cantidad en pesos mexicanos recibida que sean convertidas en dólares estadounidenses en una fecha subsecuente de la fecha de recepción. Sujeto a ciertas excepciones por posiciones de corto plazo y cobertura, el dólar estadounidense de dividendos recibido por un individuo tenedor estadounidense respecto de los ADS por ejercicios fiscales comenzando anteriormente al 1° de enero de 2011 está sujeto a tributación en una tasa máxima del 15% si los dividendos son “dividendos calificados”. Dividendos pagados por los ADS serán tratados como dividendos calificados si (1) calificamos para los beneficios de un tratado del impuesto sobre la renta completo con los Estados Unidos de América que el *Internal Revenue Service* (Servicio de Hacienda Pública) haya aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados y (2) no hayamos sido, en el año anterior al año en que el dividendo fue pagado, y no somos, en el año en el cual el dividendo es pagado, una compañía de inversión extranjera pasiva. El tratado del impuesto sobre la renta entre México y Estados Unidos de América fue aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados. En base a nuestros estados de resultados consolidados auditados e información relevante del mercado y de los accionistas, creemos que no somos considerados como una compañía de inversión extranjera pasiva para los efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense respecto a nuestro año fiscal 2008. Además, en base a nuestros estados de resultados consolidados auditados y nuestras expectativas actuales respecto al valor y naturaleza de nuestros activos, los recursos y la naturaleza de nuestro ingreso, e información relevante de mercado y de los accionistas, no prevemos convertirnos en una compañía de inversión extranjera pasiva para nuestro ejercicio fiscal del 2009. Los dividendos generalmente constituyen una fuente extranjera de “ingreso pasivo” para los efectos de créditos fiscales extranjeros en los Estados Unidos.

La distribución a los tenedores de acciones adicionales con respecto a nuestros ADS que son hechas como parte de una distribución prorrateada a todos nuestros accionistas generalmente no estará sujeta al impuesto federal sobre la renta.

Un tenedor de ADS que es, respecto a los Estados Unidos de América, una corporación extranjera o un tenedor no-estadounidense generalmente no será sujeto a la retención o al impuesto federal sobre la renta estadounidense sobre los dividendos recibidos en ADS a menos que dicho ingreso esté efectivamente relacionado con la conducción, por un tenedor no-estadounidense, de una operación comercial o negocio en los Estados Unidos de América.

Impuestos sobre Ganancias del Capital. Una ganancia o pérdida obtenida por un tenedor estadounidense en la venta u otra disposición de ADS estará sujeta al impuesto federal sobre la renta como una ganancia o pérdida del capital en una cantidad igual a la diferencia entre la cantidad obtenida en la disposición y dicha base tributaria en el ADS del tenedor estadounidense. Cualquiera de dichas ganancias o pérdidas serán una ganancia o pérdida a largo plazo si los ADS fueren retenidos por más de un año de la fecha de dicha venta. Cualquiera de las ganancias a largo plazo reconocida por un tenedor estadounidense que sea una persona física está sujeta a la tasa reducida del impuesto sobre la renta. La deducción de pérdida de capital está sujeta a las limitaciones por efectos de impuesto federal sobre la renta estadounidense. Los depósitos y retiros de acciones por un tenedor estadounidense en canje por ADS no resultarán en la obtención de ganancias o pérdidas para efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense.

Cualquier ganancia realizada por un tenedor estadounidense en una venta u otra disposición de ADS será tratada como una fuente de ingreso para efectos del crédito fiscal extranjero estadounidense.

Un tenedor no-estadounidense de los ADS no estará sujeto a la retención o al impuesto federal sobre la renta estadounidense en cualquier ganancia obtenida en una venta de ADS, excepto (1) si dicha ganancia está directamente relacionada con la conducción, por parte de un tenedor no-estadounidense, de una operación comercial o negocio en los Estados Unidos de América, o (2) en caso de una ganancia obtenida por un individuo tenedor no-estadounidense quien se encuentre presente en los Estados Unidos de América por 183 días o más del año fiscal de la venta y otras ciertas condiciones se cumplan.

Retención preventiva y Reportes de Información en los EUA. Un tenedor estadounidense de ADS podrá, bajo ciertas circunstancias, estar sujeto a “retención preventiva” respecto a ciertos pagos a dicho tenedor estadounidense, tales como dividendos, intereses o las ganancias por una venta o disposición de ADS, excepto que dicho tenedor (1) sea una corporación o si es está incluido en ciertas categorías de exención, y demuestra este hecho cuando sea necesario o (2) proporcione un número correcto de identificación fiscal, certifica que no está sujeto a alguna retención o que de otro modo cumple con los requerimientos aplicables con las reglas de retención preventiva. Cualquier cantidad retenida bajo estas reglas no constituye un impuesto por separado y será acreditable contra pasivo fiscal del impuesto sobre la renta estadounidense del tenedor. Mientras los tenedores no-estadounidenses generalmente están exentos de la retención preventiva, un tenedor no-estadounidense podría, bajo ciertas circunstancias, ser requerido para cumplir con ciertos procedimientos de información e identificación a fin de probar esta exención.

Contratos Principales

Nosotros y nuestras subsidiarias hemos celebrado diversos acuerdos importantes con terceros, entre ellos acuerdos de accionistas, acuerdos de suministro, y contratos de compraventa y servicios. A continuación se resumen los principales términos de dichos acuerdos y contratos. Véase “Punto 19. Anexos”.

Contratos Principales relacionados con Coca-Cola FEMSA

Convenio de Accionistas

Coca-Cola FEMSA opera de conformidad con un convenio de accionistas entre dos subsidiarias de FEMSA, The Coca-Cola Company y ciertas de sus subsidiarias. Este convenio, junto con los estatutos de Coca-Cola FEMSA, establecen las reglas básicas por las cuales opera Coca-Cola FEMSA.

En febrero de 2010, los principales accionistas Coca-Cola FEMSA, FEMSA y The Coca-Cola Company, modificaron el convenio de accionistas y los estatutos de Coca-Cola FEMSA fueron modificados de conformidad. Las modificaciones principalmente se relacionan con cambios a los requisitos de votación para decisiones sobre: (1) operaciones ordinarias dentro de un plan de negocios anual y (2) nombramiento del director general y todos los ejecutivos que le reportan directamente, las cuales podrán tomarse por el consejo de administración por un voto de mayoría simple. Además, la modificación contempla que el pago de dividendos, hasta una cantidad equivalente al 20% de los ingresos netos acumuladas del año anterior, puede ser aprobado por una mayoría simple de los accionistas. Cualquier decisión sobre temas extraordinarios, en base a su definición en los estatutos de Coca-Cola FEMSA y que incluyen, cualquier nueva adquisición de negocios, combinaciones de negocios o cualquier cambio en el giro actual de negocios, entre otras cosas por un monto superior a los US\$100 millones, requerirá la aprobación de la mayoría de los miembros del consejo de administración, con el voto de dos miembros nombrados por The Coca-Cola Company. También, cualquier decisión relacionada con dichos temas extraordinarios o cualquier pago de dividendos por encima del 20% de los ingresos netos acumulados del año anterior requerirá la aprobación de la mayoría de los accionistas cada una de las Acciones Serie A y Serie D votando en conjunto como una sola serie, la mayoría de los cuales deberá incluir a la mayoría de los accionistas de la Serie D.

De acuerdo con los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA, sus Acciones Serie A y Acciones Serie D son las únicas con plenos derechos de voto y por lo tanto controlan los actos de sus accionistas. El convenio de accionistas establece el entendimiento por parte de los principales accionistas de los efectos de una acción adversa de The Coca-Cola Company conforme a los contratos de embotellador. Los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA disponen que una mayoría de los consejeros designados por los tenedores de las Acciones Serie A, sobre determinación de buena fe que cualquier acción de The Coca-Cola Company conforme a un contrato de embotellador entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA o cualquiera de sus subsidiarias es sustancialmente adversa para los intereses comerciales de Coca-Cola FEMSA y que The Coca-Cola Company no haya subsanado dicha acción dentro de un plazo de 60 días a partir de su notificación, podrá declarar un periodo de mayoría simple en cualquier momento dentro de un plazo de 90 días a partir de la notificación. Durante el “periodo de mayoría simple”, según se define en los estatutos de Coca-Cola FEMSA ciertas decisiones principalmente la aprobación de modificaciones sustanciales a los planes de Coca-Cola FEMSA y la introducción de una nueva o terminación de una ya existente, y transacciones entre partes relacionadas fuera del curso ordinario de operaciones, en la medida que pudieran requerir en otros casos la presencia y aprobación de al menos dos consejeros de la Serie D, podrán ser adoptadas por un voto mayoritario de su total consejo de administración, sin requerir de la presencia o aprobación de cualquier consejero de la Serie D. Una mayoría de los consejeros de la Serie A podrá dar por terminado un periodo de mayoría simple, pero una vez ya terminado, no podrá después declararse otro periodo de mayoría simple dentro de un plazo de un año después de la terminación. Si un periodo de mayoría simple persiste durante un año o más, las disposiciones del convenio de accionistas para la resolución de diferencias irreconciliables pueden ser aplicadas, con las consecuencias expuestas en el siguiente párrafo.

Además de los derechos del tanto previstos en los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA en cuanto a las propuestas de transferencias de Acciones Serie A o Acciones Serie D, el convenio de accionistas contempla tres circunstancias bajo las cuales un accionista principal puede comprar la participación del otro en Coca-Cola FEMSA: (i) un cambio de control en una accionista principal, (ii) la existencia de diferencias irreconciliables entre los principales accionistas o (iii) ciertas otras causales previstas de incumplimientos específicos.

En caso que (i) uno de los principales accionistas compre la participación de la otra en Coca-Cola FEMSA en cualquiera de las circunstancias descritas anteriormente o que (ii) la propiedad de las acciones del capital social de Coca-Cola FEMSA distintas de las Acciones Serie L de las subsidiarias de The Coca-Cola Company o FEMSA se reduzcan por debajo de un 20% y por requerimiento del accionista cuya participación no se ha visto reducida, el convenio de accionistas requiere que se modifiquen nuestros estatutos sociales para eliminar todas las restricciones a las transferencias de acciones y todos los requisitos especiales de votos de mayoría calificada y quórum, a partir de lo cual el convenio de accionistas quedará rescindido.

El convenio de accionistas también contiene disposiciones relativas al entendimiento de los principales accionistas en lo que se refiere al crecimiento de Coca-Cola FEMSA. Establece que The Coca-Cola Company tiene la intención de que Coca-Cola FEMSA sea vista como uno de sus pocos embotelladores ancla en Latinoamérica. En particular, las partes están de acuerdo que es deseable que Coca-Cola FEMSA se expanda a través de la adquisición de territorios adicionales para operaciones de embotellado en México y en otros países de Latinoamérica en caso de que cualquiera se encuentre disponible por medio de crecimiento horizontal. Asimismo, The Coca-Cola Company ha acordado, con sujeción a un cierto número de condiciones, que si obtiene la propiedad de un territorio de embotellado adecuado para las operaciones de Coca-Cola FEMSA, le dará a Coca-Cola FEMSA la opción de adquirir dicho territorio. The Coca-Cola Company también ha acordado apoyar las modificaciones prudentes y sólidas de la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA para respaldar el crecimiento horizontal. Los acuerdos de The Coca-Cola Company con respecto al crecimiento horizontal vencen ante la eliminación de los requerimientos de voto descritos previamente o la decisión de The Coca-Cola Company de rescindir el contrato como resultado de un incumplimiento.

El Memorandum Coca-Cola

En relación con la adquisición de Panamco, durante el 2003, Coca-Cola FEMSA estableció ciertos acuerdos relacionados principalmente con los asuntos operativos y comerciales con The Coca-Cola Company y nuestra Compañía que fueron formalizados por escrito previamente de la conclusión de la adquisición. Los términos son los siguientes:

- Los acuerdos entre accionistas actuales entre subsidiarias directamente 100% propiedad de nuestra Compañía y The Coca-Cola Company continuarán siendo válidos. Véase “—Convenio de Accionistas”.
- FEMSA continuará consolidando los estados financieros de Coca-Cola FEMSA bajo las NIF Mexicanas.
- The Coca-Cola Company y nuestra Compañía continuarán negociando de buena fe la posibilidad de implementar cambios a la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA en el futuro.
- No habrá cambios en precios del concentrado o apoyo a mercadotecnia por parte de The Coca-Cola Company hasta mayo del 2004. Después de dicho término, The Coca-Cola Company tiene total discreción para implementar cualquier cambio respecto a estos asuntos, pero cualquier asunto en relación a los mismos será negociado con Coca-Cola FEMSA y se tomará en consideración la condición operativa de Coca-Cola FEMSA. En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente los precios del concentrado para bebidas carbonatadas durante un periodo de tres años comenzando en Brasil en 2006 y en México en 2007. Estos incrementos fueron completamente implementados en Brasil en 2008 y en México en 2009.
- The Coca-Cola Company puede requerir que se establezca una estrategia a largo plazo diferente para Brasil. Si, tras tomar en cuenta nuestro desempeño en Brasil, The Coca-Cola Company no nos considera su solución estratégica a largo plazo en Brasil, entonces venderemos nuestra franquicia Brasileña a The Coca-Cola Company o a quien designe a valor de mercado. El valor de mercado sería determinado por bancos de inversión independientes contratados por cada una de las partes, quienes deberán pagarles de acuerdo a procedimientos establecidos.
- FEMSA, The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA se reunirán para discutir la configuración territorial óptima de Latinoamérica para el sistema de embotellado de *Coca-Cola*. Durante estas reuniones, Coca-Cola FEMSA considerará todas las posibles combinaciones y cualquier intercambio de activos que pueda surgir de estas discusiones. Además, Coca-Cola FEMSA considerará cualquier combinación potencial siempre y cuando sea estratégicamente conveniente y realizada a un valor justo de mercado.

- Coca-Cola FEMSA quisiera mantenerse abierta a alternativas estratégicas que se relacionen con la integración de refrescos y cerveza. The Coca-Cola Company, nuestra Compañía y Coca-Cola FEMSA explorarían estas alternativas en base a cada mercado en el momento apropiado.
- The Coca-Cola Company acordó vender a una subsidiaria de nuestra Compañía, acciones suficientes que permitan a FEMSA ser propietaria usufructuaria del 51% de las acciones en circulación del capital social de Coca-Cola FEMSA (asumiendo que esta subsidiaria de FEMSA no venda ninguna de sus acciones y que no haya emisiones de capital accionario de Coca-Cola FEMSA distintos a los contemplados por la adquisición). Como resultado de este entendimiento, el 3 de noviembre de 2006, a través de una subsidiaria adquirimos 148,000,000 Acciones Serie D de Coca-Cola FEMSA, de ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, representando el 9.4% del total de las acciones con derecho a voto y 8.02% del capital total de Coca-Cola FEMSA. Adquirimos estas acciones a un precio por acción de \$2.888 dólares, arrojando un monto total de \$427.4 millones de dólares. De acuerdo a los estatutos de Coca-Cola FEMSA, las acciones adquiridas fueron convertidas de Acciones Serie D a Acciones Serie A.
- Coca-Cola FEMSA pudiera penetrar algunos mercados donde la inversión sustancial en infraestructura pudiera ser requerida. The Coca-Cola Company y FEMSA conducirán un estudio en conjunto que trazará las estrategias para estos mercados, así como la inversión en niveles requeridos para ejecutar dichas estrategias. Posteriormente, está previsto que nuestra Compañía y The Coca-Cola Company lleguen a un acuerdo en el nivel de aportación a ser proporcionada por cada uno de los socios. Las partes previenen que esta asignación de responsabilidades de aportación no va a ser una carga excesiva para cualquiera de las partes.
- El 19 de diciembre de 2003, Coca-Cola FEMSA contrató una línea de crédito, con The Coca-Cola Export Corporation, la cual expiró en diciembre del 2006 y nunca se usó.

Marco de Cooperación con The Coca-Cola Company

El 1º de septiembre de 2006, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company acordaron un marco de cooperación para iniciar una nueva etapa de colaboración para el futuro. Este marco incluye los principales aspectos entre la relación de Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company y define los términos para la nueva estructura de negocio. Dicho marco esta estructurado sobre tres objetivos principales:

- *Crecimiento sostenible en refrescos, bebidas no carbonatadas y agua embotellada:* Junto con The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA ha definido una plataforma para conjuntamente conseguir un crecimiento incremental en la categoría de bebidas carbonatadas, así como el desarrollo acelerado de bebidas no carbonatadas y agua embotellada a través de Latinoamérica. A este punto, The Coca-Cola Company proporcionará una porción relevante de los fondos derivados por el incremento de precios de concentrado en apoyo a la mercadotecnia para el portafolio completo. Adicionalmente, el nuevo marco contempla una nueva estructura de negocio para el desarrollo de bebidas no carbonatadas, que permite la alineación de objetivos entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company el cual deberá contribuir a la creación de valor incremental en ambas compañías a largo plazo. Teniendo en mente este objetivo, Coca-Cola FEMSA adquirió conjuntamente el negocio de agua embotellada de Brisa en Colombia, formalizó una alianza estratégica respecto a los productos de Jugos del Valle en México y Brasil y formalizó un acuerdo para desarrollar en conjuntamente la marca Crystal en Brasil.
- *Crecimiento horizontal:* El nuevo marco incluye el apoyo de The Coca-Cola Company en la aspiración de Coca-Cola FEMSA para continuar siendo un participante líder en la consolidación del Sistema Coca-Cola en Latinoamérica, así como explorar oportunidades potenciales en otros mercados donde la estructura operativa y las fuertes habilidades de ejecución de Coca-Cola FEMSA puedan ser replicadas.
- *Visión de largo plazo en la relación económica:* Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company entienden mutuamente sus objetivos de negocio y planes de crecimiento, y el nuevo marco provee una perspectiva de largo plazo en los aspectos económicos de su relación. Esto permitirá que Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company continúen enfocados en conducir el negocio hacia adelante y generar crecimientos rentables.

Contratos de Embotellador

Los contratos de embotellador son los contratos estándar para cada territorio que The Coca-Cola Company celebra con embotelladores fuera de los Estados Unidos. Coca-Cola FEMSA fabrica, envasa, distribuye y vende bebidas carbonatadas, bebidas no carbonatadas y agua embotelladas de acuerdo a contratos por separado para cada uno de sus territorios. Coca-Cola FEMSA está obligado a comprar el concentrado y endulzantes artificiales en algunos de sus territorios para todas las marcas registradas de Coca-Cola a compañías designadas por The Coca-Cola Company

Estos contratos de embotellador establecen que Coca-Cola FEMSA comprará la totalidad de sus inventarios de concentrados de bebidas de marcas registradas Coca-Cola a The Coca-Cola Company y a otros proveedores autorizados a precios y conforme a condiciones de pago y otros términos y condiciones de suministro que serán determinados de tiempo en tiempo por The Coca-Cola Company a su entera discreción. Los precios del concentrado son determinados como un porcentaje del precio promedio en moneda local, neto de impuestos aplicables. Aunque los factores de precios utilizados para calcular el costo del concentrado y la moneda de pago, entre otros términos, son fijados por The Coca-Cola Company a su entera discreción, Coca-Cola FEMSA fija el precio de productos vendidos a clientes a su discreción, sujeto a la aplicación de restricciones de precios. Coca-Cola FEMSA tiene derechos exclusivos sobre la distribución de bebidas de las marcas registradas Coca-Cola para su venta en sus territorios en envases autorizados descritos por los contratos de embotellador y actualmente utilizados por Coca-Cola FEMSA. Entre estos envases se incluyen diversos tipos de latas y botellas retornables y no retornables, de vidrio y plástico, y equipos *fountain*.

Los contratos de embotellador incluyen el reconocimiento por parte de Coca-Cola FEMSA de que The Coca-Cola Company es propietaria exclusiva de las marcas registradas que identifican las bebidas de marca *Coca-Cola* y de las fórmulas secretas con las cuales se fabrican los concentrados de The Coca-Cola Company. Sujeto al derecho exclusivo de Coca-Cola FEMSA de distribución de las bebidas de marca *Coca-Cola* en sus territorios, The Coca-Cola Company se reserva el derecho a importar y exportar bebidas de marca *Coca-Cola* hacia y desde cada uno de sus territorios. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA no contienen disposiciones que restrinjan la capacidad de The Coca-Cola Company en cuanto a la fijación del precio de los concentrados que se cobra a sus subsidiarias y no imponen obligaciones mínimas de comercialización a The Coca-Cola Company. Los precios a los que Coca-Cola FEMSA compra concentrados conforme a los contratos de embotellador pueden variar materialmente de los precios que ésta ha pagado históricamente. Sin embargo, conforme a los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA y del convenio de accionistas celebrado entre ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company y ciertas subsidiarias de nuestra Compañía, una evento adversa de The Coca-Cola Company conforme a cualquiera de los contratos de embotellador puede resultar en una suspensión de ciertos derechos de veto de los consejeros designados por The Coca-Cola Company. Esto le proporciona a Coca-Cola FEMSA protección limitada contra la capacidad de The Coca-Cola Company de elevar los precios del concentrado en el entendido que dicho aumento sea considerado para causar un efecto negativo para Coca-Cola FEMSA de conformidad con el convenio de accionistas y sus estatutos sociales. Véase “— Convenio de Accionistas”.

The Coca-Cola Company está facultada, a su entera discreción, para reformular cualquiera de las bebidas de las marcas Coca-Cola y a suspender la fabricación de cualquiera de las bebidas de las marcas Coca-Cola, con sujeción a ciertas limitaciones, en tanto no se suspenda la fabricación de todas las bebidas de las marcas Coca-Cola. The Coca-Cola Company también podrá introducir bebidas nuevas en los territorios de Coca-Cola FEMSA; en dicho caso, Coca-Cola FEMSA tiene el derecho al tanto con respecto a la fabricación, envase, distribución y venta de tales bebidas nuevas, con sujeción a las mismas obligaciones que existieran con respecto a las bebidas de marca *Coca-Cola* según los contratos de embotellador. Los contratos de embotellador prohíben a Coca-Cola FEMSA producir, embotellar o manejar productos de cola ajenos a The Coca-Cola Company, u otros productos o envases que imiten, usurpen o causen confusión con los productos, imagen del producto, envases o marcas de The Coca-Cola Company, o adquirir o tener intereses en una entidad que participe de tales actividades restringidas. Los contratos de embotellador también prohíben a Coca-Cola FEMSA producir, embotellar o manejar bebidas carbonatadas, salvo con la autorización o el consentimiento de The Coca-Cola Company. Los Contratos con Embotelladores imponen restricciones relativas a la utilización de ciertas marcas, envases autorizados, empaques y etiquetas de The Coca-Cola Company a los efectos de que se cumplan las políticas prescritas por The Coca-Cola Company. En particular, Coca-Cola FEMSA está obligada a:

- mantener plantas y equipos, personal y centros de distribución capaces de fabricar, empaquetar y distribuir las bebidas de marca *Coca-Cola* en envases autorizados de conformidad con los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA y en cantidades suficientes para satisfacer plenamente la demanda de sus territorios;
- adoptar las debidas medidas de control de calidad fijadas por The Coca-Cola Company;
- desarrollar, estimular y satisfacer plenamente la demanda de bebidas de marca *Coca-Cola* usando todos los medios autorizados, que incluyen la inversión en publicidad y otros planes de mercadeo;
- mantener una capacidad financiera sólida como sea razonablemente necesaria para asegurar el cumplimiento de Coca-Cola FEMSA y sus afiliadas de sus obligaciones con The Coca-Cola Company; y
- presentar anualmente a The Coca-Cola Company planes de mercadeo, gerencia, promoción y publicidad para el año siguiente.

The Coca-Cola Company contribuyó con una porción significativa del gasto total de mercadotecnia en los territorios de Coca-Cola FEMSA, durante el 2009 y ha reiterado su intención de continuar proveyendo soporte como parte del nuevo marco de cooperación. Aunque Coca-Cola FEMSA estima que The Coca-Cola Company continuará proporcionando fondos para publicidad y mercadeo, no está obligada a hacerlo. Por consiguiente, los niveles futuros de apoyo en publicidad y

mercadeo suministrados por The Coca-Cola Company podrán variar materialmente respecto de los niveles históricos suministrados. Véase “—Convenio de Accionistas”.

Coca-Cola FEMSA tiene contratos de embotellador con The Coca-Cola Company por separado para cada uno de sus territorios en los cuales opera. Estos contratos de embotellador son renovables por términos de diez años, sujetos al derecho de ambas partes de notificar previamente que no desea renovar un contrato específico.

En México, Coca-Cola FEMSA tiene cuatro contratos de embotellador; los contratos para dos territorios expiran en junio de 2013 y los contratos para los otros dos territorios expiran en mayo 2015. Los contratos de embotellador the Coca-Cola FEMSA con The Coca-Cola Company expirarán para sus territorios en los siguientes países y fechas: Argentina en septiembre de 2014; Brasil en abril de 2014; Colombia en junio de 2014; Venezuela en agosto de 2016; Guatemala en marzo de 2015; Costa Rica en septiembre de 2017; Nicaragua en mayo de 2016; y Panamá en noviembre de 2014.

Los contratos de embotellador están sujetos a rescisión por parte de The Coca-Cola Company en caso de incumplimiento por parte de Coca-Cola FEMSA. Las disposiciones sobre incumplimiento incluyen limitaciones en el cambio en la estructura de capital o control de Coca-Cola FEMSA y la cesión o transferencia de los contratos de embotellador y están destinadas a impedir que cualquier persona que no sea aceptable para The Coca-Cola Company pueda obtener una cesión de un contrato con embotelladores o adquirir Coca-Cola FEMSA independientemente de los demás derechos establecidos en el convenio de accionistas. Estas disposiciones podrán evitar cambios en los principales accionistas de Coca-Cola FEMSA, incluyendo fusiones o adquisiciones o disposición del capital social de Coca-Cola FEMSA que tengan como consecuencia un cambio en el control efectivo de Coca-Cola FEMSA sin el consentimiento de The Coca-Cola Company. Véase “—Convenio de Accionistas”.

Coca-Cola FEMSA también ha celebrado acuerdos de licencia de marca con The Coca-Cola Company por el cual se autoriza a Coca-Cola FEMSA a utilizar ciertos nombres de marca de The Coca-Cola Company. Dichos acuerdos tienen un término de diez años, pero vencerán en caso de que Coca-Cola FEMSA deje de fabricar, comercializar, vender y distribuir los productos de la marca *Coca-Cola* establecidos en los acuerdos con embotelladores, o si el convenio de accionistas es terminado. The Coca-Cola Company también tiene el derecho a terminar el acuerdo de licencia si Coca-Cola FEMSA utiliza sus nombres de marca de manera que no sea autorizada por los contratos de embotellador.

Contratos Principales Relacionados con nuestra tenencia de Acciones Heineken

Contrato de Intercambio de Acciones

Al 11 de Enero de 2010, FEMSA y ciertas de nuestras subsidiarias firmaron un contrato de intercambio de acciones, al cual nos referiremos como el Contrato de Intercambio de Acciones, con Heineken Holding y Heineken. El Contrato de Intercambio de Acciones exige a Heineken, como contraprestación del 100% de las acciones de EMPEX Cerveza, S.A. de C.V., al cual nos referimos como EMPREX Cerveza, la entrega al cierre de la transacción Heineken 86,028,019 acciones de Heineken nuevas a FEMSA con el compromiso de entregar 29,172,504 acciones de Heineken adicionales en un período no mayo a cinco años apartir de la fecha de cierre de la transacción Heineken, dichas acciones adicionales (las “Acciones Asignadas”). Si Heineken no cumple con su obligación de entregar las Acciones Asignadas, estas obligaciones podrán ser liquidadas en efectivo con una penalidad significativa. Las Acciones Asignadas serán entregadas de acuerdo a un contrato de acciones asignadas.

El Contrato de Intercambio de Acciones establece que, de manera simultanea al cierre de la transacción, Heineken Holding intercambiará 43,018,320 acciones de Heineken con FEMSA por un número igual de acciones recién emitidas de Heineken Holding shares. Tras el cierre de la trasacción Heineken, somos dueños del 7.5% de las acciones de Heineken, porcentaje que incrementará a un 12.5% al momento de la entrega total de las Acciones Asignadas, y un 14.9% adicional en Heineken Holding, lo cual representará un agregado del 20% de participación económica en el Grupo Heineken.

Bajo los términos del Contrato de Intercambio Acciones, en intercambio por la participación en el Grupo Heineken, FEMSA entregó el 100% de las acciones representativas del capital social de EMPREX Cerveza. EMPREX Cerveza se convirtió en una subsidiaria totalmente propiedad de Heineken.

Las principales disposiciones del Contrato de Intercambio de Acciones son las siguientes:

- Entrega a Heineken, por parte de FEMSA, el 100% de las acciones representativas del capital de EMPREX Cerveza, la cual junto con sus subsidiarias, constituye la totalidad del negocio y las operaciones de cerveza de FEMSA en México y en Brazil (incluyendo Estados Unidos y otros negocios de exportación)
- Entrega a FEMSA de Heineken de 86,028,019 de acciones nuevas de Heineken;

- Simultáneamente al cierre, Heineken Holding intercambiará 43,018,320 acciones de Heineken con FEMSA por un número igual de acciones recién emitidas de Heineken Holding
- El compromiso de Heineken de asumir la deuda de EMPREX Cerveza y sus subsidiarias, la cual asciende a la cantidad de US\$ 2,100,000,000.00 aproximadamente.
- El otorgamiento de indemnizaciones habituales en operaciones de esta naturaleza por parte de FEMSA al Grupo Heineken, con respecto a FEMSA y FEMSA Cerveza, sus subsidiarias y sus negocios;
- El compromiso de FEMSA de operar el negocio de EMPREX Cerveza hasta la fecha de Cierre en el curso ordinario de acuerdo a prácticas anteriores, sujeto a las excepciones habituales, con los riesgos y beneficios económicos del negocio de EMPREX Cerveza transfiriéndose a Heineken el día 1 de enero de 2010
- El otorgamiento de indemnizaciones habituales en operaciones de esta naturaleza por parte de Heineken Holding y de Heineken a FEMSA con respecto al Grupo Heineken; y
- El compromiso de FEMSA, sujeto a ciertas limitaciones detalladas más adelante, de no competir en la producción, fabricación, empaque, distribución, promoción ni venta de cerveza o bebidas similares en Latinoamérica, Estados Unidos, Canadá y el Caribe.

Contrato de Relación de Accionistas

El 30 de abril de 2010, FEMSA, CB Equity LLP (como adquirente de las acciones de intercambio de Heineken y Heineken Holding y de las Acciones Asignadas), Heineken, Heineken Holding and L'Arche Green N.V., como accionista mayoritario de Heineken Holding, firmaron un contrato de relación de accionistas, al cual nos referiremos como el Contrato de Relación de Accionistas, que establece los términos de la relación entre Heineken y FEMSA después del cierre de la transacción Heineken:

- El Contrato de Relación de Accionistas cubre, entre otras cosas, los siguientes temas:
- La representación de FEMSA en el Consejo de Heineken Holding y en el Consejo de Supervisión de Heineken y la creación de un comité de las Americas, también con representación de FEMSA;
- La representación de FEMSA en el comité de selección y designación y en el comité de auditoría del Consejo de Supervisión de Heineken.
- El compromiso de FEMSA de no incrementar su tenencia en Heineken Holding arriba del 20% y no incrementar su tenencia en el grupo Heineken en un máximo del 20% de la participación económica (sujeto a ciertas excepciones); y
- El acuerdo de FEMSA de no transferir sus acciones en Heineken y Heineken Holding por un período de cinco años, sujeto a ciertas excepciones, incluyendo entre otros: (i) comenzando en el tercer aniversario, el derecho de vender hasta el 1% de las acciones de Heineken y Heineken Holding en cualquier trimestre calendarios y (ii) comenanzo en el tercer aniversario, el derecho al dividendo o a distribuir a sus accionistas acciones de Heineken y de Heineken Holding.

Bajo el Contrato de Relación de Accionista, FEMSA tiene derecho de nominar dos (2) representantes al Consejo de Supervisión de Heineken, uno de los cuales será designado Vice-Presidente de Heineken y también será representante de FEMSA en el Consejo de Heineken Holding. Los nominados de FEMSA para el Consejo de Supervisión fueron José Antonio Fernández Carbajal, Director General de FEMSA y Javier Astaburuaga Sanjines, Director de Finanzas de FEMSA quienes fueron aprobados por los accionistas de Heineken Holding en su asamblea general de accionistas, el señor José Antonio Fernández Carbajal también ha sido aprobado para el Consejo de Heineken Holding por la asamblea general de accionistas de Heineken Holding.

Además, el Consejo de Supervisión de Heineken creó un comité de las Américas para vigilar la dirección estratégica del negocio en el continente americano y evaluar las nuevas oportunidad de negocio en esa región. El comité de las Americas consiste de dos miembros existentes del Consejo de Supervisión de Heineken y un representante de FEMSA, quien actúa como presidente. El presidente del comité de las Americas es José Antonio Fernández Carbajal.

El Contrato de Relación de Accionistas no tiene un término fijo, pero ciertas disposiciones dejan de aplicar si FEMSA deja de tener el derecho a nominar un representante en el Consejo de Heineken Holding y en el Consejo de Supervisión de Heineken. Por ejemplo, en ciertas circunstancias, FEMSA tendría el derecho de tener únicamente un representante en el Consejo de Supervisión de Heineken, incluyendo en el caso en que la participación económica de FEMSA en el Grupo Heineken disminuyera por debajo del 14%, si la estructura de control de FEMSA cambiara o sufriera un cambio significativo. En cualquier caso en que la participación económica de Heineken disminuyera debajo del 7% o si un productor

de cerveza adquiriera el control de FEMSA, todos los derechos de FEMSA de gobierno corporativo terminarían de acuerdo al Contrato de Relación de Accionistas.

Documentos Disponibles al Público

Presentamos reportes, incluyendo reportes anuales en la Forma 20-F, y otra información con la SEC de conformidad con las reglas y regulaciones de la SEC aplicables a emisores extranjeros privados. Usted puede leer y copiar cualesquier materiales presentados ante la SEC en su “*Public Reference Rooms*” ubicados en Washington, D.C. en 450 Fifth Street, N.W., Washington, D.C. 20549. Favor de llamar a la SEC al teléfono 1-800-SEC-0330 para más información sobre el “*Public Reference Room*”. Los trámites que realizamos de forma electrónica ante la SEC también se encuentran disponibles al público en la página de Internet de la SEC www.sec.gov.

PUNTO 11. DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DEL MERCADO

Nuestras actividades de negocio requieren la tenencia o emisión de instrumentos financieros derivados que nos expongan a los riesgos de mercados relacionados a cambios en tasas de interés, tipos de cambio de moneda extranjera, riesgo de capital así como en el precio de la materia prima.

Riesgos Derivados por Tasas de Interés

El riesgo derivado por tasas de interés existe principalmente con respecto a nuestra deuda que se encuentra en tasas de interés variable. Al 31 de diciembre de 2009, nuestra deuda total es de Ps. 43,663 millones, de los cuales el 17.1% de esta deuda se encuentra contratada a tasas de interés fijo y 82.9% a tasas de interés variable. Los contratos swap nos ayudaran a cambiar una porción de nuestra deuda de tasa variable a deuda de tasa fija. Después de dar efecto a estos contratos, al 31 de diciembre de 2009, 46.2% de nuestra deuda total era a tasa fija y 53.8% de nuestra deuda total era a tasa variable. La tasa de interés en nuestra deuda de tasa variable es determinada en referencia al “*London Interbank Offered Rate*” o LIBOR (una tasa de referencia utilizada para los préstamos en Eurodólar), a la Tasa de interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) y a los Certificados de Tesorería (CETES). Si estas tasas de referencia aumentan, nuestros pagos de interés aumentaran consecuentemente.

La siguiente tabla muestra información acerca de nuestros instrumentos financieros derivados que están sujetos a cambios en tasas de interés y tasas de tipo de cambio. La tabla presenta los valores de referencia y las tasas de interés promedio por fecha de vencimiento. Los valores de referencia, son usados para calcular los pagos contractuales a ser cambiados bajo contrato. Las tasas de interés promedio están basadas en las tasas de referencia al 31 de diciembre de 2009, más los spreads contratados con los pasivos. Los pagos actuales de los instrumentos financieros derivados son denominados en dólares americanos y pesos mexicanos. Todos los pagos en la tabla están presentados en pesos mexicanos, la moneda en que reportamos, utilizando el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2009 la cual era de Ps. 13.0576 por dólar americano.

La siguiente tabla también muestra el valor razonable estimado para el 31 de diciembre de 2009 de:

- deuda de corto y largo plazo, basada en el valor de descuento de flujos de efectivo contractuales, en los cuales la tasa de descuento es estimada usando tasas actualmente ofrecidas para deuda con términos similares y los vencimientos remanentes;
- documentos por pagar a largo plazo, basados en los precios de mercado; y
- swaps de tipo de cambio y tasa de interés, basados en los precios de mercado para la terminación de los contratos al 31 de diciembre de 2009.

Al 31 de diciembre de 2009, el valor razonable representa un decremento en deuda total de Ps. 37 millones sobre el valor en libros debido a una disminución en las tasas de interés de México.

Deuda Principal por Año de Vencimiento

	Al 31 de diciembre de 2009							Al 31 de diciembre de 2008		
	2010	2011	2012	2013	2014	2015 y años posteriores	Valor en Libros	Valor Razonable	Valor en Libros	Valor Razonable
	(en millones de pesos mexicanos)									
Deuda Corto Plazo:										
Deuda a tasa variable:										
Pesos mexicanos.....	1,400						1,400	1,400	3,820	3,753
Tasa de interés ⁽¹⁾	8.2%						8.2%		11.6%	
Pesos argentinos.....	1,179						1,179	1,179	816	768
Tasa de interés ⁽¹⁾	20.7%						20.7%		19.6%	
Pesos colombianos..	496						496	496	798	816
Tasa de interés ⁽¹⁾	4.9%						4.9%		15.2%	
Bolivares venezolanos fuertes	741						741	741	365	372
Tasa de interés ⁽¹⁾	18.1%						18.1%		22.2%	
Subtotal.....	3,816						3,816	3,816	5,799	5,709
Deuda Largo Plazo:										
Deuda a tasa fija:										
Pesos mexicanos.....	2,200	280	1,916	–	–	–	4,396	4,535	5,036	5,136
Tasa de interés ⁽¹⁾	10.1%	12.3%	10.0%				10.2%		10.2%	
J.P. Morgan (Bono Yankee).....							–		3,605	3,605
Tasa de interés.....									7.3%	
Unidades de Inversión (UDIs).....						2,964	2,964	2,964	2,692	2,692
Interest rate ⁽¹⁾						4.2%	4.2%		4.2%	
Dólares americanos ..	36	3	–	–	–	–	39	39	217	217
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...	3.5%	3.8%					3.6%		4.8%	
Yen japonés.....							–	–	120	120
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...									2.8%	
Pesos argentinos.....		69					69	69	–	–
Tasa de interés ⁽¹⁾		20.5%					20.5%			
Reales brasileños.....							–	–	1	1
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...									10.7%	
Subtotal.....	2,236	352	1,916	–	–	2,964	7,468	7,607	11,671	11,771
Deuda a tasa variable:										
Pesos mexicanos.....	2,731	6,067	7,996	5,210	1,392	2,825	26,221	26,045	19,217	19,059
Tasa de interés ⁽¹⁾	5.4%	6.7%	6.4%	5.0%	5.2%	3.3%	5.7%		8.9%	
Dólares americanos ..	70	1,113	2,228	2,731	16		6,158	6,158	6,266	6,265
Tasa de interés ⁽¹⁾	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%	1.9%		0.6%		2.3%	–
Pesos colombianos ...									905	905
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...									15.4%	
Subtotal.....	2,801	7,180	10,224	7,941	1,408	2,825	32,379	32,203	26,388	26,229
Deuda Total.....	8,853	7,532	12,140	7,941	1,408	5,789	43,663	43,626	43,858	43,709

	Al 31 de diciembre de 2009						Al 31 de diciembre de 2008			
	2010	2011	2012	2013	2014	2015 y años posteriores	Valor en Libros	Valor Razonable	Valor en Libros	Valor Razonable
(en millones de pesos mexicanos)										
Instrumentos Financieros Derivados:										
Swap de tasa de interés:										
Pesos mexicanos:										
Variable a fija	862	1,762	2,215	3,885	–		8,724	(316)	9,045	(178)
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	9.5%	9.1%	8.1%	8.1%			8.4%		9.3%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	5.0%	4.9%	4.9%	4.9%			4.9%		8.7%	
Dólares americanos:										
Variable a fija ⁽¹⁾	–	–	653	979	–	50	1,682	(34)	–	–
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾			3.8%	3.1%		8.6%	3.5%			
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾			0.5%	0.5%		5.1%	0.7%			
Swap de tipo de cambio y tasa de interés:										
Unidades de Inversión (UDIS):										
Fija a fija.....	–	–	–	–		2,500	2,500	(217)	3,595	95
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	–	–		9.6%	9.6%		10.0%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	–	–		4.9%	4.9%		4.2%	
Dólares americanos a pesos mexicanos:										
Variable a fija.....	–	846	846	423	–	–	2,115	433	2,115	578
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	8.1%	8.1%	8.1%			8.1%		8.1%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	0.7%	0.7%	0.7%			0.7%		0.9%	
Variable a variable	–	–	209	105	–		314	82	314	96
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	4.7%	4.7%			4.7%		8.5%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	0.7%	0.7%			0.7%		3.6%	
Yen japonés a real brasileño:										
Fijo a variable.....	–	–	–	–					72	37
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	–	–					14.4%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	–	–					2.8%	

⁽¹⁾ Calculada con una tasa de interés promedio ponderada.

Un cambio hipotético, instantáneo y desfavorable de un punto porcentual en el promedio de tasa de interés aplicable a los pasivos de tasa variable al 31 de diciembre de 2009, incrementaría nuestro gasto de interés en aproximadamente Ps. 194 millones, o 22% sobre el periodo de 12 meses del 2009, asumiendo que no se incurra en ninguna deuda adicional durante el mismo periodo, en cada caso incluye el efecto de todos nuestros contratos de swaps de tasa de interés y de tipo de cambio.

Riesgos Derivados por Tipo de Cambio

Nuestro principal riesgo derivado por tipo de cambio implica cambios en el valor de la moneda local, en cada país en el cual operamos, en relación al dólar americano. En 2009, el porcentaje de nuestros ingresos totales consolidados estaban denominados como se muestra a continuación:

Ingresos Totales por Región al 31 de diciembre de 2009

<u>Región</u>	<u>Países</u>	<u>% de los Ingresos Consolidados</u>
México	Peso mexicano	61.7%
Venezuela	Bolivar fuerte	11.4%
Mercosur	Real brasileño, Peso argentino	16.4%
Estados Unidos	Dólar americano	2.4%
Latincentro	Otros ⁽¹⁾	8.1%

⁽¹⁾ Quetzales, balboas, dólares americanos y pesos colombianos.

Estimamos que la mayoría de nuestros costos y gastos consolidados están denominados en pesos mexicanos para nuestras subsidiarias en México y en las monedas mencionadas anteriormente para nuestras subsidiarias en el extranjero, las cuales son en su mayoría subsidiarias de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Sustancialmente todos nuestros costos y gastos denominados en moneda extranjera, adicional a la moneda funcional de cada país en el cual operamos, están denominadas en dólares americanos. Al 31 de diciembre de 2009, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés, 91.7% de nuestro endeudamiento a largo plazo estaban denominadas en pesos mexicanos, 8.1% en dólares americanos y 0.2% en pesos argentinos. Tenemos endeudamiento a corto plazo las cuales consisten en prestamos revolventes de bancos. La disminución en el valor de las diferentes monedas en relación al dólar, incrementará nuestros costos y gastos de operación denominados en dichas monedas, y las obligaciones del servicio de deuda con respecto a la deuda denominada en otras monedas. Una devaluación del peso mexicano respecto al dólar americano, resultará en una pérdida cambiaria, en función al incremento en el valor en pesos mexicanos del monto de nuestro endeudamiento a largo plazo en moneda extranjera.

Nuestra exposición al riesgo de mercado asociado con fluctuaciones en los tipos de cambio de moneda extranjera se relaciona principalmente con nuestras obligaciones de deuda denominadas en dólares americanos como se muestra en la tabla anterior de riesgo derivado por tasas de interés. Ocasionalmente utilizamos contratos futuros para divisas con el propósito de cubrir nuestra exposición al dólar americano con respecto al peso mexicano y otras monedas.

Al 31 de diciembre de 2009, tenemos contratos futuros que cumplen con los criterios contables de cobertura, para cubrir nuestras operaciones denominadas en dólares americanos. El valor de referencia es Ps. 1,195 millones con un pasivo de valor razonable de Ps. 16 millones y vencimientos durante el 2010. Para el año terminado el 31 de diciembre de 2009 tuvimos una pérdida neta por contratos futuros que hayan expirado de Ps. 1 millón por fluctuación cambiaria. El valor razonable de los contratos futuros de moneda extranjera se estima basándose en el precio de mercado estimado de cada acuerdo al final del año asumiendo la misma fecha de vencimiento original del contrato.

Al 31 de diciembre de 2009, ciertos contratos futuros no cumplieron con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el efecto neto de los contratos vencidos que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, fueron pérdidas por Ps. 63 millones y Ps. 643 millones y una ganancia de Ps. 22 millones, respectivamente. El valor razonable de los contratos futuros de moneda extranjera es estimado basándose en el precio de mercado estimado de cada acuerdo al final del año asumiendo la misma fecha de madurez originalmente contratada.

Al 31 de diciembre de 2009, no tuvimos ningún contrato futuro para comprar dólares americanos.

Contratamos swaps de tasa de interés y tipo de cambio para administrar la tasa de interés y riesgos de moneda extranjera asociados con nuestros préstamos denominados en dólares americanos y otras monedas extranjeras, y se encuentran designados como coberturas de flujo de efectivo. El valor de referencia de estos contratos futuros es Ps. 2,115 millones con vencimiento en el 2013. El valor razonable es estimado basándose en las tipos de cambio estimados del mercado y tasas de interés para terminar los contratos el 31 de diciembre de 2009 con un activo de valor razonable de Ps. 433 millones.

Al 31 de diciembre de 2009, tenemos swaps de tipo de cambio designados como coberturas de valor razonable, las cuales tenían un valor de referencia de Ps. 2,814 millones. Dichos contratos vencen en 2013 y 2017 por los cuales hemos

registrado un activo de valor razonable neto de Ps. 561 millones. Al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el efecto neto en nuestros contratos vencidos está registrado en los gastos financieros y fue por Ps. 135 millones, Ps. 178 millones y Ps.37 millones, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2009 ciertos instrumentos swap de tasa de interés y tipo de cambio no cumplieron con los criterios de cobertura contable; por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. La cantidad estimada de estos contratos es Ps. 2,024 millones y con vencimiento en 2011 y 2012. Los cambios en el valor razonable de estos contratos representó una ganancia de Ps. 169 millones.

Al 31 de diciembre de 2009, hemos determinado que nuestros contratos de arrendamiento denominados en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos esta basado en el tipo de cambio utilizado al terminar el contrato de acuerdo al final del periodo. Al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el valor razonable de estos contratos representaba una ganancia de Ps. 78 millones y pérdidas por Ps.138 millones y Ps. 9 millones, respectivamente, los cuales están registrados en el estado de resultados en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

En el caso hipotético, una devaluación instantánea y desfavorable del 10% en el valor del peso mexicano, en relación al dólar americano ocurriendo el 31 de diciembre de 2009, produciría un aumento en nuestro resultado integral de financiamiento neto de aproximadamente Ps. 482 millones sobre el periodo de 12 meses de 2009, reflejando un mayor gasto financiero y una ganancia en fluctuación cambiaria generada por los saldos de efectivo en dólares americanos a esa fecha y pérdida neta basada en nuestra deuda denominada en dólares americanos al 31 de diciembre de 2009. Sin embargo, este resultado no toma en cuenta ninguna ganancia en posición monetaria que podría esperarse como resultado de un incremento en la tasa de inflación generada por una devaluación de monedas locales en relación con el dólar americano en ambientes económicos inflacionarios, ganancia la cual en posición monetaria hubiera reducido el resultado integral financiero consolidado.

Al 30 de abril de 2010, los tipos de cambio en relación al dólar americano de todos los países en los cuales operamos así como su efecto de devaluación/apreciación comparado al 31 de diciembre de 2009, es como se muestra a continuación:

País	Moneda	Tipo de cambio al 30 de abril de 2010	(Devaluación)/ Apreciación
México	Peso mexicano	12.3698	5.3%
Brasil.....	Real brasileño	1.7306	0.6%
Venezuela.....	Bolivar fuerte	4.3000	(100.0)%
Colombia.....	Peso colombiano	1,969.7500	3.6%
Argentina.....	Peso argentino	3.8880	(2.3)%
Costa Rica	Colón	516.0400	9.8%
Guatemala	Quetzal guatemalteco	8.0228	4.0%
Nicaragua.....	Córdoba	21.1775	(1.6)%
Panamá.....	Dólar americano	1.0000	—

En el caso hipotético instantáneo y desfavorable devaluación de 10% en el valor de las monedas de los países en los cuales operamos, en relación al dólar americano ocurriendo al 31 de diciembre de 2009, produciría una reducción en el riesgo de capital contable aproximadamente las cantidades siguientes:

País	Moneda	Reducción en el Capital Accionario
		(en millones de pesos mexicanos)
México.....	Peso mexicano	185
Brasil	Real brasileño	905
Venezuela	Bolívar fuerte	391
Colombia	Peso colombiano	285
Costa Rica	Colón	84
Argentina.....	Peso argentino	82
Guatemala.....	Quetzal guatemalteco	63
Nicaragua	Córdoba	31
Panamá	Dólar americano	8

Riesgos Derivados del Capital

Al 31 de diciembre de 2009 y 2007, no se cuenta con ningún contrato futuro para cubrir riesgo derivado de capital.

Riesgos Derivados por el Precio de las Materias Primas

Se han contratado diferentes instrumentos derivados para cubrir nuestro riesgo en el costo de ciertas materias primas que están expuestas a variaciones de tipo de cambio. Al 31 de diciembre de 2009, se tienen diferentes contratos con vencimientos en el año 2010 y 2013 y con un valor de referencia de Ps. 5,199 millones y un valor razonable registrado como un pasivo por Ps. 977 millones. El resultado de estos contratos para cubrir las materias primas por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 fue una pérdida de Ps. 1,096 millones y una ganancia de Ps. 17 millones y una pérdida de Ps. 82 millones, respectivamente, las cuales fueron recoincidas en los resultados de operación de cada año. Tenemos ciertos contratos de instrumentos financieros derivados que no cumplen con los criterios contables de cobertura. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el valor razonable de estos contratos fue reconocido como pérdidas en la valuación ineffectiva de instrumentos financieros derivados y fue por Ps. 165 millones, Ps. 474 millones y Ps. 43 millones, respectivamente.

PUNTO 12. DESCRIPCIÓN DE VALORES DIFERENTES A VALORES REPRESENTATIVOS DE CAPITAL

PUNTO 12A. TÍTULOS DE DEUDA

No aplicable.

PUNTO 12B. GARANTÍAS Y DERECHOS

No aplicable.

PUNTO 12C. OTROS VALORES

No aplicable.

PUNTO 12D. ACCIONES DEPOSITARIAS AMERICANAS

El Bank of New York Mellon actúa como depositario de nuestras ADSs. Los tenedores de nuestras ADSs, las cuales constan en ADRs deben pagar diferentes cuotas al depositario, y el depositario podría negarse a prestar cualquier servicio para el cual una cuota es requerida hasta que dicha cuota haya sido pagada.

Los tenedores de ADSs deben pagar al depositario cantidades en relación con los gastos incurridos por el depositario o sus agentes en representación de los tenedores de los ADSs, incluyendo gastos que resulten del cumplimiento con las leyes aplicables, impuestos u otros cargos gubernamentales, transmisión por cable, telex y fax o la conversión de una moneda extranjera a dólares americanos. El depositario puede decidir bajo su propia discreción buscar pago ya sea mediante facturación a los tenedores o deducción de la cuota de uno o más dividendos en efectivo u otras distribuciones en efectivo.

Los tenedores de ADRs también deben pagar cuotas adicionales por ciertos servicios prestados por el depositario, como se muestran en la tabla de abajo:

Servicio del Depositario

Cuota a pagar por los tenedores de ADSs

Emisión y entrega de los ADSs, incluyendo en relación con distribución de acciones, subdivisión de acciones

Hasta US\$5.00 por cada 100 ADSs (o una porción de los mismos)

Distribución de dividendos⁽¹⁾

Hasta US\$0.02 por ADSs

Retiro de acciones amparados en las ADSs

Hasta US\$5.00 por cada 100 ADSs (o una porción de los mismos)

⁽¹⁾ A la fecha del presente informe anual, a los tenedores de nuestras ADS no les fue requerido a pagar cuotas adicionales relacionadas con este servicio.

Pagos directos e indirectos por el depositario

El depositario nos paga una cantidad acordada, la cual incluye el reembolso de ciertos gastos en los que incurrimos en relación con el programa de ADSs. Estos gastos reembolsables incluyen cuotas legales y contables, cuotas de cotización, gastos de relación con inversionistas y cuotas pagaderas a prestadores de servicios por la distribución de material a los tenedores de ADSs. Por el año terminado el 31 de diciembre de 2009, esta cantidad fue de US\$ 3.2 millones.

PUNTOS 13-14. NO APLICABLE

PUNTO 15. CONTROLES Y PROCEDIMIENTOS

(a) Revelación de Controles y Procedimientos

Hemos evaluado, con la participación de nuestro director general y director de finanzas, la efectividad de nuestros controles y procedimientos de revelación de la información al 31 de diciembre de 2009. Existen limitaciones inherentes de la efectividad de cualquier de los controles y procedimientos del sistema de revelación, incluyendo la posibilidad de un error humano y el evadir o anular los controles y procedimientos. Por lo tanto, aun controles y procedimientos de revelación efectivos sólo pueden proporcionar certeza razonable de lograr sus objetivos de control. Basados en nuestra evaluación, nuestro director general y director de finanzas y administración concluyeron que nuestros controles y procedimientos de revelación eran efectivos para proporcionar una certeza razonable de que la información requerida para la revelación por nuestra parte de los reportes que presentamos y enviamos de conformidad con las Leyes de Intercambio de Valores es registrada, procesada, resumida y reportada, dentro de los periodos de tiempo en las formas y reglas aplicables, y que sea acumulada y comunicada a nuestra administración, incluyendo nuestro director general y director de finanzas y administración, de forma apropiada para permitir decisiones oportunas en relación a revelación requerida.

(b) Informe anual de la administración del control interno sobre la información financiera

Nuestros directivos son responsables en establecer y mantener un control interno adecuado sobre la información financiera, como se define en las Reglas 13a-15(f) y 15d-15(f) bajo el “Securities Exchange Act de 1934” y sus modificaciones. Bajo la supervisión y con la participación de nuestros directivos, incluyendo a nuestro presidente ejecutivo y nuestro director de finanzas y administración, condujimos una evaluación de la efectividad de nuestro control interno sobre nuestra información financiera basado en el marco de Control Interno — Marco Integrado emitido por el “Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission”.

Nuestro control interno sobre la información financiera es un proceso diseñado para proveer una seguridad razonable en cuanto a la confiabilidad la información financiera y la preparación de estados financieros para propósitos externos de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. Nuestro control interno sobre la información financiera incluye aquellas políticas y procedimientos que (i) se relacionen con el mantenimiento de registros, que en detalle razonable, reflejen de forma precisa y clara las transacciones y disposiciones sobre nuestros activos; (ii) proveer seguridad razonable que las transacciones estén registradas debidamente para permitir la preparación de estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados, y que nuestros recibos y gastos se estén haciendo de acuerdo con las autorizaciones de nuestros funcionarios y consejeros; y (iii) que proveamos la seguridad razonable en cuanto a la prevención o detección en tiempo de adquisiciones, uso o disposición de nuestros activos de una forma no autorizada que pueda tener un impacto material en nuestros estados financieros.

Debido a limitaciones inherentes, el control interno sobre la información financiera podría no prevenir o detectar los errores de información. Adicionalmente, proyecciones de cualquier evaluación de efectividad a periodos futuros, están sujetas al riesgo de que los controles puedan convertirse en inadecuados por cambios de condiciones o a que el grado de adherencia a políticas y procedimientos pueda verse deteriorado. Basados en nuestra evaluación en el marco de control interno — Marco Integral emitido por el “Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission”, nuestros directivos concluyeron que nuestro control interno sobre la información financiera fue efectivo al 31 de diciembre de 2009.

La efectividad de nuestro control interno sobre los estados financieros al 31 de diciembre de 2009 ha sido auditada por Mancera, S.C., una firma miembro de Ernst & Young Global, una firma de auditores externos independientes, según se establece en el presente reporte aquí incluido.

(c) *[La información contenida en el presente inciso no se incluye en la presente traducción, ya que no se requiere de conformidad con las Disposiciones Generales para Emisoras.]*

(d) Cambios en el Control Interno sobre Información Financiera

Durante 2009 no ha habido ningún cambio en nuestro control interno sobre información financiera que haya afectado materialmente, o que sea razonablemente posible que afecte nuestro control interno sobre la información financiera.

PUNTO 16A. EXPERTO FINANCIERO DEL COMITÉ DE AUDITORÍA

Nuestros accionistas y nuestro consejo de administración han designado al señor José Manuel Canal Hernando, un consejero independiente de acuerdo al requerimiento de la Ley del Mercado de Valores y a los estándares aplicables para cotizar en el Mercado de Valores de Nueva York (New York Stock Exchange), como el “experto financiero del comité de auditoría” de acuerdo al significado de este punto 16A. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Consejeros.”

PUNTO 16B. CÓDIGO DE ÉTICA

Adoptamos un código de ética, dentro del significado de este Punto 16B de la Forma 20-F. Nuestro código de ética aplica a nuestro director general, director de finanzas y administración, director de control interno y personas desempeñando funciones similares, además de nuestros consejeros, funcionarios y empleados. Nuestro código de ética está disponible en nuestro sitio de Internet en www.femsa.com. En caso de modificar las provisiones de nuestro código de ética que aplican a nuestro director general, director de finanzas y administración, director de control interno y personas desempeñando funciones similares, o si concedemos alguna exención de dichas provisiones, describiremos dichas modificaciones o exenciones en la misma dirección electrónica.

PUNTO 16C. PRINCIPALES HONORARIOS Y SERVICIOS DE AUDITORES

Honorarios de Auditoría y Servicios Distintos a la Auditoría

Para los ejercicios fiscales terminados el 31 de de 2009 y 2008, Mancera, S.C., una firma miembro de Ernst & Young Global, fue nuestro auditor.

La siguiente tabla resume los honorarios totales facturados a nosotros durante 2009 y 2008 por Mancera, S.C., una firma de auditores independientes durante los ejercicios fiscales terminados en 31 de diciembre del 2009 y 2008:

	Año terminado al 31 de diciembre de	
	2009	2008
	(en millones de pesos mexicanos)	
Honorarios de Auditoría.....	Ps. 88	Ps. 79
Honorarios relacionados con Auditoría.....	7	1
Honorarios de Servicios Fiscales	6	6
Honorarios de Otros Conceptos	1	-
Total.....	Ps. 102	Ps. 86

Honorarios de Auditoría. Los Honorarios de Auditoría en la tabla anterior son los honorarios totales facturados en relación con la auditoría de nuestros estados financieros anuales, así como otros procedimientos limitados, en relación con nuestra información financiera trimestral, auditorías estatutarias y regulatorias.

Honorarios Relacionados con Auditoría. Honorarios relacionados con Auditoría en la tabla anterior para los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2009 y 2008, son los honorarios totales facturados principalmente relacionados con información proforma, servicios de due diligence y otro tipo de asesoramiento técnico en asuntos contables y de auditoría.

Honorarios de Servicios Fiscales. Los honorarios en la tabla anterior son honorarios facturados por servicios basados en los hechos existentes y transacciones previas para documentar, calcular y obtener aprobación gubernamental por montos incluidos en los trámites fiscales tales como asesoría en la devolución del impuesto al valor agregado, documentación de precios de transferencia y solicitudes para asesoría técnica con las autoridades fiscales.

Honorarios de Otros Conceptos. Otros conceptos mostrados en la tabla superior representan servicios por consultoría. Durante el 2008 no hubo otros honorarios.

Políticas y Procedimientos de Pre-Aprobación del Comité de Auditoría

Hemos adoptado políticas y procedimientos de pre-aprobación bajo los cuales todos los servicios de auditoría y no relacionados con la misma prestados por nuestros auditores externos deben ser pre-aprobados por el comité de auditoría de acuerdo a lo que se establece en los estatutos del comité de auditoría. Cualquier propuesta de servicios proporcionadas por auditores externos requiere ser discutida y aprobada por el comité de auditoría durante sus reuniones, las cuales se celebran por lo menos cuatro veces al año. Una vez que la propuesta de servicios es aprobada, nosotros o nuestras subsidiarias formalizan la prestación de los servicios. La aprobación de cualquier servicio de auditoría o de servicios no relacionados con la misma, a ser proporcionado por nuestros auditores externos se especifica en las minutas de nuestro comité de auditoría. Adicionalmente, los miembros de nuestro consejo de administración son informados en resumen sobre los temas discutidos por los diferentes comités de nuestro consejo de administración.

PUNTO 16D. NO APLICABLE

PUNTO 16E. COMPRAS DE INSTRUMENTOS DE CAPITAL POR EL EMISOR Y COMPRADORES AFILIADOS

Durante 2009 no llevamos a cabo recompra de nuestras acciones. La siguiente tabla presenta compras hechas por fideicomisos que administramos en conexión con nuestro programa de incentivos en acciones, cuyas compras pueden ser consideradas como realizadas por un comprador afiliado nuestro. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA”.

Compras de Acciones

Periodo	Número Total de Unidades BD Compradas	Precio promedio pagado por la Unidad BD comprada	Número total de acciones (o unidades) compradas como parte de planes o programas anunciados públicamente	Número máximo (o valor apropiado en dólares) de acciones (o unidades) que aún pueden ser compradas dentro de estos planes o programas
Marzo 1° de 2007	3,202,140	Ps. 41.17	-	-
Marzo 1° de 2009	4,592,920	Ps. 39.51	-	-
Marzo 1° de 2009	5,392,080	Ps. 38.76	-	-
Marzo 1° de 2010	4,207,675	Ps. 55.44	-	-

PUNTO 16F. NO APLICABLE

PUNTO 16G. GOBIERNO CORPORATIVO

De conformidad con la Regla 303A.11 del Manual para Compañías que cotizan en la Bolsa de Nueva York (*Listed Company Manual of the New York Stock Exchange*), estamos obligados a presentar un resumen de las formas más significativas en que nuestras prácticas de gobierno corporativo difieren de aquellas requeridas para la empresas estadounidenses bajo los estándares de cotización en la Bolsa de Nueva York. Nosotros somos una empresa mexicana con acciones que cotizan en la BMV. Nuestras prácticas de gobierno corporativo están regidas por nuestros estatutos, la Ley del Mercado de Valores (LMV) y las normas expedidas por CNBV. Asimismo revelamos nuestro grado de adhesión de conformidad con el Código de Mejores Prácticas Corporativas, que fue creado en enero de 2001 por un grupo de empresas mexicanas líderes, y el cual fue aprobado por la CNBV.

La tabla siguiente muestra las diferencias significativas entre nuestras prácticas de gobierno corporativo y los estándares de la Bolsa de Nueva York.

Estándares de la Bolsa de Nueva York

Independencia de los Consejeros: La mayoría del consejo de administración debe ser independiente.

Nuestras Prácticas de Gobierno Corporativo

Independencia de los Consejeros: De acuerdo a la LMV, debemos contar con un Consejo de Administración de máximo 21 miembros, de los cuales el 25% debe ser independiente.

La LMV establece, en el artículo 26, la definición de independencia, la cual difiere de la establecida en la Sección 302A.02 del Manual para Compañías que cotizan en la Bolsa de Nueva York. En general, bajo la LMV, un consejero no será independiente si: (i) es empleado o ejecutivo relevante de la compañía o sus subsidiarias; (ii) es un individuo con influencia significativa sobre la compañía o sus subsidiarias; (iii) es un accionista o parte del grupo de control de la compañía; (iv) es un cliente, proveedor, deudor, acreedor, socio o empleado de un cliente, proveedor, deudor o acreedor importante de la compañía o; (v) si es familiar de alguna de las personas antes mencionadas.

De acuerdo con la LMV, nuestros accionistas deben hacer una determinación sobre la independencia de nuestros consejeros en la asamblea ordinaria de accionistas; aunque la CNBV puede objetar dicha determinación. Nuestro consejo de administración no es requerido para calificar la independencia de nuestros consejeros.

Sesiones Ejecutivas: Los consejeros no ejecutivos deben reunirse en sesiones programadas regularmente sin la administración.

Sesiones Ejecutivas: Bajo nuestros estatutos y la ley mexicana aplicable, nuestros consejeros no ejecutivos y los independientes no son requeridos para reunirse en sesiones ejecutivas.

Nuestros estatutos establecen que el consejo de administración deberá reunirse al menos cuatro veces al año, al término de cada trimestre, para discutir nuestros resultados operativos y el progreso obtenido en los objetivos estratégicos. Nuestro consejo de administración también puede reunirse en sesiones extraordinarias.

Comité de Gobierno

Corporativo/Designación: Se requiere un comité de gobierno corporativo/designación compuesto en su totalidad de consejeros independientes.

Comité de Compensaciones: Se requiere un comité de compensaciones compuesto enteramente de consejeros independientes.

Comité de Auditoría: Las compañías que coticen deberán tener un comité de auditoría que satisfaga el requisito de independencia y otros establecidos en la Regla 10A-3 del *Securities Exchange Act* de 1934 y de los estándares de independencia de la Bolsa de Nueva York.

Plan de Incentivos de Acciones: Los planes de compensación de valores requieren aprobación de los accionistas, sujeto a limitadas excepciones.

Código de Ética y de Gestión del Negocio: Guía de Gobierno Corporativo y un código de ética y conducta son requeridos, con la revelación de cualquier dispensa para consejeros y directores.

Comité de Gobierno Corporativo/Designación: No somos requeridos de tener un comité de designación, y el Código de Mejores Prácticas Corporativas no estipula un comité de designación.

Sin embargo, la ley mexicana nos exige tener Comité de Prácticas Societarias; nuestro Comité de Prácticas Societarias está compuesto por tres miembros y, como lo exige la LMV y nuestros estatutos, los tres son independientes.

Comité de Compensación: No tenemos un comité que exclusivamente supervise las cuestiones de compensaciones. Nuestro Comité de Prácticas Societarias, compuesto enteramente de consejeros independientes, revisa y recomienda los programas de compensación administrativa para asegurar que estén alineados con los intereses de los accionistas y al desempeño de la compañía.

Comité de Auditoría: Tenemos un Comité de Auditoría de cuatro miembros. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente, como es requerido por la LMV.

Plan de Incentivos de Acciones: No se requiere la aprobación de los accionistas, bajo la ley mexicana y nuestros estatutos, para la adopción y reforma de un plan de incentivos de acciones. Dichos planes deberán prever una aplicación general para todos los ejecutivos. Nuestros planes de compensación actuales han sido aprobados por nuestro consejo de administración.

Código de Ética y de Gestión del Negocio: Hemos adoptado un código de ética, dentro del significado del Artículo 16B de la Comisión de Valores de los Estados Unidos de América en la forma 20F. Nuestro código de ética es aplicable a nuestro Director General, nuestro Director de Finanzas y a personas desempeñando funciones similares así como a nuestros directores y otros ejecutivos y empleados. Nuestro código de ética está disponible en nuestro sitio de Internet www.femsa.com. Si modificamos las disposiciones de nuestro código de ética aplicables a nuestro Director General, Director de Finanzas o a las personas desempeñando funciones similares, o si concedemos alguna dispensa de dichas disposiciones, revelaremos dicha modificación o dispensa en nuestro sitio de Internet en la misma dirección.

PUNTO 17. NO APLICABLE**PUNTO 18. ESTADOS FINANCIEROS**

Ver páginas F-1 a F-54, incorporadas al presente por referencia.

Los estados financieros aquí presentados no contienen las notas relativas a U.S. GAAP, debido a que no son requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras.

PUNTO 19. ANEXOS

- 1.1. Estatutos Sociales de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V., aprobados el 22 de abril de 2008, junto con la traducción al inglés del mismo. (incorporado por referencia al Anexo 1.1 del Reporte Anual de FEMSA en la Forma 20-F presentado el 30 de junio de 2008 (Expediente No. 333-08752)).
- 1.2. Contrato de Intercambio de Acciones celebrado entre Heineken Holding N.V., Heineken N.V., Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V., Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V. y Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. con fecha del 11 de enero de 2010.
- 1.3. Primer Convenio Modificatorio al Acuerdo de intercambio de acciones por y entre Heineken Holding N.V., Heineken N.V., Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V., Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V. y Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. con fecha de 26 de abril 2010.
- 1.4. Contrato de Relación de Accionistas con fecha de 30 de abril de 2010, entre Heineken Holding N.V., L'Arche Green N.V., FEMSA y CB Equity, LLP.
- 2.1. Contrato de Depósito, modificado el 11 de mayo de 2007, entre FEMSA, The Bank of New York, y todos los demás dueños y tenedores de tiempo en tiempo de cualquier Recibos Depositarios Americanos (American Depositary Receipts), incluyendo la forma del Recibo Depositario Americano (American Depositary Receipt) (incorporado por referencia al Registro de Emisión en la Forma F-6 presentado el 30 de abril de 2007 (Expediente No. 333-142469)).
- 2.2. Modelo de certificado que representa una Unidad BD, consistente en una Acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L, junto con una traducción al inglés (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentado el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 2.3. *Indenture*, de fecha 11 de julio de 1997, por y entre Corporación Interamericana de Bebidas S.A. de C.V., y The Chase Manhattan Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 4.1 al Registro de Emisión de Panamco en la Forma F-4, presentada el 7 de noviembre 1997 (Expediente No. 333-07918)).
- 2.4. Primer *Indenture* Suplementario, de fecha 15 de octubre de 2003, entre Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario, y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 2.5. Segundo *Indenture* Suplementario, de fecha 19 de noviembre de 2003, entre Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario, y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.6 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 2.6. Tercer *Indenture* Suplementario, de fecha 1 de agosto de 2007, entre Propimex, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260)).
- 3.1. Contrato del fideicomiso de voto modificado entre ciertos accionistas principales de FEMSA junto con su traducción al inglés (incorporado por referencia al Anexo 13D de FEMSA modificado presentado el 11 de agosto de 2005 (Expediente No.005-54705)).
- 4.1. Convenio de Accionistas Modificado, de fecha 6 de julio de 2002, por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company e Inmex (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.2. Convenio Modificatorio del 6 de mayo de 2003 al Convenio de Accionistas Modificado de fecha 6 de julio de 2002 por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company, Inmex, Atlantic Industries, Dulux CBAI 2003 B.V. y Dulux CBEXINMX 2003 B.V. (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.3. Segundo Convenio Modificatorio, de fecha de 1 de febrero de 2010, al Convenio de Accionistas Modificado de fecha 06 de julio de 2002, entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company, Inmex, Atlantic Industries, Dulux CBAI 2003 BV 2003 y Dulux CBEXINMX 2003 BV (incorporados mediante referencia al Anexo 4.3 del Reporte Anual bajo el formato 20F de Coca-Cola FEMSA presentado el 10 de junio de 2010 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.4. Contrato de Embotellador Modificado, de fecha 21 de junio de 2003, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (incorporado por referencia al Anexo 4.3 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.5. Convenio Suplementario, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.3 del Registro de Emisión de Coca-Cola FEMSA en la Forma F-1 presentada el 13 de agosto de 1993 (Expediente No. 333-67380)).
- 4.6. Contrato de Embotellador Modificado, de fecha 21 de junio de 2003, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.7. Convenio Suplementario, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.4 del Registro de Emisión de Coca-Cola FEMSA en la Forma F-1 presentada el 13 de agosto de 1993 (Expediente No. 333-67380)).
- 4.8. Convenios Modificatorios, de fecha 17 de mayo y 20 de julio de 1995, al Contrato de Embotellador y la Carta Convenio, de fecha 22 de agosto de 1994, cada una en relación a las operaciones en Argentina entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.3 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.9. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.4 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.10. Suplemento de fecha 1 de diciembre de 1995 entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.6 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.11. Convenio Modificatorio, de fecha 1 de febrero de 1996, al Contrato de Embotellador entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA, de fecha 1 de diciembre de 1995 (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.12. Convenio Modificatorio, de fecha 22 de mayo de 1998, al Contrato Embotellador en relación al anterior territorio de SIRSA, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 20 de junio de 2001 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.13. Contrato de Suministro, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y FEMSA Empaques (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentada el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 4.14. Contrato de Embotellador y Carta Complementaria de fecha 1 de junio de 2005, entre Panamco Golfo, S.A. de C.V. y The Coca Cola Company en relación a las operaciones en Golfo, México (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.7 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.15. Contrato de Embotellador y Carta Complementaria de fecha 1 de junio de 2005, entre Panamco Bajío, S.A. de C.V. y The Coca Cola Company en relación a las operaciones en Bajío, México (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.8 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.16. Contrato de Licencia del Nombre Comercial de Coca-Cola de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentada el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 4.17. Convenio Modificatorio al Contrato de Licencia de Marca, de fecha 1 de diciembre de 2002, celebrado por y entre Administración de Marcas, S.A. de C.V., como propietario, y The Coca-Cola Export Corporation sucursal México, como licenciataria (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.18. Contrato de Sub-licencia de Marca, de fecha 4 de enero de 2003, celebrado por y entre Panamco Golfo S.A. de C.V., como licenciante, y The Coca-Cola Company, como licenciataria (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-2290)).
- 4.19. Contrato de Sub-licencia de Marca, de fecha 4 de enero de 2003, celebrado por y entre Panamco Bajío S.A. de C.V., como licenciante, y The Coca-Cola Company, como licenciataria (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-2290)).
- 4.20. Contrato de Suministro de fecha 3 de abril de 1998, entre ALPLA Fábricas de Plásticos, S.A. de C.V. e Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V. (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.18 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 1 de julio de 2002 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.21. Contrato de Prestación Servicios, de fecha 7 de noviembre de 2000, entre Coca-Cola FEMSA y FEMSA Logística (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.15 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 20 de junio de 2001 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.22. Convenio de Promoción y No-Competencia de fecha 11 de marzo de 2003, celebrado por y entre The Coca-Cola Export Corporation sucursal México y Panamco Bajío, S.A. de C.V. (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.23. Convenio de Promoción y No-Competencia de fecha 11 de marzo de 2003, celebrado por y entre The Coca-Cola Export Corporation rama México y Panamco Golfo, S.A. de C.V. (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.24. Memorandum de Entendimiento, de fecha 11 de marzo de 2003, por y entre Panamco, como vendedor, y The Coca-Cola Company, como comprador (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.25. Contrato Embotellador, de fecha 22 de agosto de 1994, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Argentina (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.1 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 1995 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.26. Convenio Suplementario, de fecha 22 de agosto de 1994, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Argentina (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.2 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 junio de 1995 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.27. Memorandum con *The Coca-Cola Company*, dirigido a Steve Heyer por José Antonio Fernández el 22 de diciembre de 2002 (incorporado por referencia al Anexo 10.1 de la modificación no. 1 a la solicitud de registro de FEMSA bajo la Forma F-3, presentada el 20 de septiembre de 2004 (Expediente No. 333-117795)).
- 8.1. Principales Subsidiarias.
- 12.1. Certificación del Director General según la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 25 de junio de 2010.
- 12.2. Certificación del Director de Finanzas según la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 25 de junio de 2010.

13.1. Certificación de Funcionario según la Sección 906 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 25 de junio de 2010.

FIRMA

El registrante, por medio del presente, certifica que cumple con todos los requisitos de presentación indicados en la Forma 20-F y ha dado instrucciones y autorizado debidamente al suscrito para que firme este reporte anual en su nombre.

Fecha: 25 de junio de 2010

Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.

Por: Javier Astaburuaga Sanjines
Nombre: Javier Astaburuaga Sanjines
Cargo: Director de Finanzas

PRINCIPALES SUBSIDIARIAS

La siguiente tabla presenta nuestras más significativas subsidiarias al 30 de abril de 2010:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	México	53.7%
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.	México	53.7%
Coca-Cola FEMSA de Venezuela, S.A. (antes Panamco Venezuela,, S.A. de C.V.)	Venezuela	53.7%
Spal Industria Brasileira de Bebidas, S.A.	Brasil	52.5%
FEMSA Comercio	México	100.0%

⁽¹⁾ Porcentaje del capital social. FEMSA posee el 63.0% del capital social con derecho a voto.

ADDENDUM A

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA AL REPORTE ANUAL BAJO LA FORMA 20-F ANTE LA SECURITIES EXCHANGE COMMISSION DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, REQUERIDA POR LAS DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL APLICABLES A LAS EMISORAS DE VALORES

1) INFORMACIÓN GENERAL

d) Otros Valores Inscritos en el Registro Nacional de Valores

La Compañía cuenta con otros valores inscritos en el Registro Nacional de Valores. Las Unidades BD de la Compañía cotizan en forma de American Depositary Receipts en The New York Stock Exchange bajo la clave de cotización FMX.

La Compañía tiene autorizado un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 20,000,000,000 (veinte mil millones de pesos 00/100 M.N.) bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. 153/1654782/2007 del 4 de diciembre de 2007. Dicho programa fue actualizado con la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y Valores No. 153/78953/2009 del 31 de agosto de 2009. Bajo este Programa se han realizado tres emisiones: (i) Ps. 3,500,000,000 (tres mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 07"; (ii) UDIs. 637,587,000 (seiscientos treinta y siete millones quinientos ochenta y siete mil), bajo clave de pizarra "FEMSA 07U" y (iii) Ps. 1,500,000,000 (un mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 08".

La Compañía entrega reportes financieros trimestrales, anuales y de eventos relevantes a las autoridades reguladoras de los Estados Unidos de América con la misma periodicidad que a las autoridades competentes de México. La Compañía ha entregado en forma completa y oportuna los reportes en los últimos 3 ejercicios sobre eventos relevantes, así como la información jurídica y financiera a que está obligada a presentar de forma periódica de acuerdo con las leyes aplicables en México y en los Estados Unidos de América.

g) Documentos de Carácter Público

La documentación presentada por la Compañía a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) podrá ser consultada en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), en sus oficinas o en su página de Internet en la dirección www.bmv.com.mx. Copias de dicha documentación podrán obtenerse a petición de cualquier inversionista, mediante una solicitud al Departamento de Relación con Inversionistas de la Compañía, en sus oficinas ubicadas en General Anaya No. 601 Pte., Col. Bella Vista, Monterrey, N.L. 64410, México o al teléfono (81) 8328-6167, a la atención del Arq. Juan Fonseca Serratos. Asimismo, cierta información presentada por la Compañía a la CNBV y a la BMV e información relacionada con la Compañía puede ser consultada en su página de Internet en la dirección www.femsa.com/inversionista.

2) LA EMISORA

b) Descripción del Negocio

iii) Patentes, licencias, marcas y otros contratos

Los derechos para producir y distribuir productos de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company en diferentes territorios de América están amparados en los contratos que The Coca-Cola Company tiene celebrados con Coca-Cola FEMSA. Dichos contratos se encuentran descritos en el presente reporte en el Punto 10. Información Adicional - Principales Contratos.

FEMSA Comercio y subsidiarias, operan una cadena de tiendas de conveniencia en México bajo el nombre de "OXXO" marca que se encuentra debidamente registrada y es de nuestra propiedad.

xii) Acciones Representativas del Capital Social

De acuerdo al artículo sexto de los estatutos sociales de FEMSA, el capital social de la Compañía es variable. El capital social mínimo fijo no sujeto a retiro, es de Ps. 300,000,000. La parte variable del capital social es ilimitado. Todas las acciones serán nominativas, de libre suscripción y sin expresión de valor nominal.

En los últimos tres ejercicios no se han realizado emisión de acciones.

4) ADMINISTRACIÓN

a) Auditores Externos

El 27 de febrero del 2008 la Compañía, anunció que el Consejo de Administración, contando con previa recomendación del Comité de Auditoría y continuando con las buenas prácticas de gobierno corporativo de la compañía, aprobó la rotación de sus auditores externos.

Por tal motivo, FEMSA contrató al despacho Ernst & Young para realizar la auditoria externa de la sociedad y de sus subsidiarias a partir del año 2008. El despacho Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. (Deloitte) continuó a cargo de la auditoria externa de los resultados del 2007 y continúa proporcionando algunos otros servicios fiscales, legales y financieros a la Compañía.

PERSONAS RESPONSABLES

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.

José Antonio Fernández Carbajal
Ing. José Antonio Fernández Carbajal
Director General

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.

Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines
C.P. Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.

Carlos E. Aldrete Ancira
Lic. Carlos E. Aldrete Ancira
Director Jurídico

25 de junio de 2010.

“El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que los estados financieros consolidados de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2009 y 2008 y por los años terminados en esas fechas, que contiene el presente reporte anual, fueron dictaminados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México. Asimismo, manifiesta que, dentro del alcance del trabajo realizado para dictaminar los estados financieros antes mencionados, no tiene conocimiento de información financiera relevante cuya fuente provenga de los estados financieros dictaminados que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información financiera auditada cuya fuente provenga de los estados financieros dictaminados que pudiera inducir a error a los inversionistas”.

Mancera, S.C
Integrante de Ernst & Young Global

C.P.C. Víctor Luís Soulé García

Exclusivamente para efectos de la información relativa a los estados financieros consolidados de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y subsidiarias por el año terminado el 31 de diciembre de 2007 que contiene el Reporte Anual, sobre los cuales emitimos nuestra opinión con fecha 25 de Febrero de 2008, así como cualquier otra información financiera incluida en el presente Reporte Anual cuya fuente provenga de los estados financieros antes mencionados:

“El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que los estados financieros de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y Subsidiarias al por el año que terminado el 31 de diciembre de 2007, que contiene el presente reporte anual fueron dictaminados de acuerdo con las normas y procedimientos de auditoría generalmente aceptadas en México. Asimismo, manifiesta que, dentro del alcance del trabajo realizado para dictaminar los estados financieros antes mencionados, no tiene conocimiento de información financiera relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.”

C.P.C. Gabriel González Martínez
Auditor Externo
Socio de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu

C.P.C. Jorge Alberto Villarreal González
Representante Legal
Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MÉXICO
INDICE DE ESTADOS FINANCIEROS

Página

Dictamen de Mancera S.C., Integrante de Ernst & Young Global ,de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias por los años terminados al 31 de diciembre de 2009 y 2008	F-1
Dictamen de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., Integrante de Deloitte Touche Tohmatsu, de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias por el año terminado por el año terminado al 31 de diciembre de 2007.....	F-2
Estados Consolidados de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2009 y 2008.....	F-3
Estados Consolidados de Resultados por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007	F-4
Estado Consolidado de Flujos de Efectivo por los años terminados al 31 de diciembre de 2009 y 2008.....	F-5
Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera por el año terminado al 31 de diciembre de 2007	F-6
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007.....	F-7
Notas a los Estados Financieros Consolidados	F-8
Dictamen de los Auditores Independientes a los Accionistas de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias	F-54



Dictamen de los Auditores Independientes

**Al Consejo de Administración y Asamblea General de Accionistas
Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.**

Hemos examinado los balances generales consolidados de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (la “Compañía”) al 31 de diciembre de 2009 y 2008, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo, que les son relativos, por los años terminados en esas fechas. 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. Los estados financieros del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2007, fueron dictaminados por otra firma de Contadores Públicos, quienes expresaron una opinión sin salvedades, con fecha 25 de febrero de 2008.

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 mexicanas de información financiera. 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 proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2009 y 2008 y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo consolidados, por los años terminados en esas fechas, de conformidad con las normas mexicanas de información financiera.

Como se menciona en la Nota 2 de los estados financieros consolidados adjuntos, entre otras Normas de Información Financiera Mexicanas (“NIF’s”), la Compañía adoptó la NIF B-8 *Estados Financieros Consolidados o Combinados* durante 2009 y la NIF B-2 *Estado de Flujos de Efectivo* y la NIF B-10 *Efectos de la inflación* durante 2008. La aplicación de estos nuevos pronunciamientos se efectuó de manera prospectiva.

Mancera, S.C.
Integrante de
Ernst & Young Global

C.P.C. Víctor Luís Soulé García
Monterrey, N.L., México
25 de junio de 2010

Deloitte.

Dictamen de los Auditores Independientes

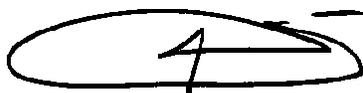
Al Consejo de Administración y Accionistas de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.:

Hemos examinado los estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable, y de cambios en la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y subsidiarias (la “Compañía”), por el año terminado el 31 de diciembre de 2007. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestra auditoría. No examinamos los estados financieros de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias (subsidiaria consolidada), cuyos estados financieros representan el 29% de los ingresos totales consolidados por el año terminado el 31 de diciembre de 2007. 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.

Nuestro examen fue realizado 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 nuestro examen y el informe de los otros auditores proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, basados en nuestro examen y el informe de los otros auditores, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, los resultados de las operaciones, las variaciones en las cuentas del capital contable y los cambios en la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, por el año terminado el 31 de diciembre de 2007, 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
25 de febrero de 2008

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

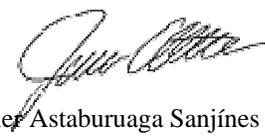
	Nota	2009		2008
ACTIVO				
Activo Circulante:				
Efectivo y equivalentes de efectivo		\$ 1,189	Ps. 15,523	Ps. 9,110
Instrumentos financieros	4 b)	162	2,113	-
Cuentas por cobrar	6	899	11,732	10,801
Inventarios	7	1,138	14,858	13,065
Impuestos por recuperar		259	3,388	2,951
Otros activos circulantes	8	135	1,766	3,060
Total activo circulante		3,782	49,380	38,987
Inversión en acciones	9	180	2,344	1,965
Propiedad, planta y equipo	10	4,981	65,038	61,425
Botellas y cajas		319	4,162	3,733
Activos intangibles	11	5,451	71,181	65,860
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	23 d)	96	1,254	1,247
Otros activos	12	1,357	17,732	14,128
TOTAL ACTIVO		16,166	211,091	187,345
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE				
Pasivo Circulante:				
Préstamos bancarios y documentos por pagar	17	292	3,816	5,799
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	17	386	5,037	5,849
Intereses por pagar		13	170	376
Proveedores		1,512	19,737	16,726
Cuentas por pagar		583	7,607	5,804
Obligaciones fiscales por pagar		444	5,793	4,044
Otros pasivos circulantes	24 a)	275	3,607	5,496
Total pasivo circulante		3,505	45,767	44,094
Pasivo a Largo Plazo:				
Préstamos bancarios y documentos por pagar	17	2,666	34,810	32,210
Obligaciones laborales	15 b)	257	3,354	2,886
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	23 d)	74	972	2,400
Contingencias y otros pasivos	24 b)	794	10,359	8,860
Total pasivo a largo plazo		3,791	49,495	46,356
Total pasivo		7,296	95,262	90,450
Capital Contable:				
Participación no controladora en subsidiarias consolidadas	20	2,619	34,192	28,074
Participación controladora:				
Capital social		410	5,348	5,348
Prima en suscripción de acciones		1,574	20,548	20,551
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores		3,357	43,835	38,929
Utilidad neta		759	9,908	6,708
Otras partidas acumuladas de la utilidad (pérdida) integral	4 v)	151	1,998	(2,715)
Total participación controladora		6,251	81,637	68,821
Total capital contable		8,870	115,829	96,895
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		\$ 16,166	Ps. 211,091	Ps. 187,345

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.



José Antonio Fernández Carbajal
 Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
 Director de Finanzas

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Resultados

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.), excepto información por acción.

	2009		2008	2007 ⁽¹⁾
Ventas netas	\$ 15,018	Ps. 196,103	Ps. 167,171	Ps. 147,069
Otros ingresos de operación	72	930	851	487
Ingresos totales	15,090	197,033	168,022	147,556
Costo de ventas	8,133	106,195	90,399	79,739
Utilidad bruta	6,957	90,838	77,623	67,817
Gastos de operación:				
De administración	851	11,111	9,531	9,121
De ventas	4,037	52,715	45,408	38,960
	4,888	63,826	54,939	48,081
Utilidad de operación	2,069	27,012	22,684	19,736
Otros gastos, neto (Nota 18)	(269)	(3,506)	(2,374)	(1,297)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(398)	(5,197)	(4,930)	(4,721)
Producto financiero	43	565	598	769
(Pérdida) ganancia por fluctuación cambiaria	(30)	(396)	(1,694)	691
Ganancia por posición monetaria	37	487	657	1,639
Ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	2	25	(1,456)	69
	(346)	(4,516)	(6,825)	(1,553)
Utilidad antes de impuesto	1,454	18,990	13,485	16,886
Impuesto a la utilidad (Nota 23 e)	299	3,908	4,207	4,950
Utilidad neta consolidada	\$ 1,155	Ps. 15,082	Ps. 9,278	Ps. 11,936
Utilidad neta controladora	759	9,908	6,708	8,511
Utilidad neta no controladora	396	5,174	2,570	3,425
Utilidad neta consolidada	\$ 1,155	Ps. 15,082	Ps. 9,278	Ps. 11,936
Utilidad básica controladora (dólares americanos y pesos mexicanos) (Nota 22):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.04	Ps. 0.49	Ps. 0.33	Ps. 0.42
Por acción Serie "D"	\$ 0.05	Ps. 0.62	Ps. 0.42	Ps. 0.53

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007, están expresadas en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2) Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de resultados.

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

MONTERREY, N.L., MEXICO

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009 y 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2009		2008
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Operación:			
Utilidad antes de impuesto	\$ 1,454	Ps. 18,990	Ps. 13,485
Partidas virtuales operativas	208	2,716	930
Otras partidas operativas	168	2,191	1,390
Partidas relacionadas con actividades de inversión:			
Depreciación	482	6,295	5,508
Amortización	214	2,794	2,560
Pérdida por venta de activos de larga duración	17	221	185
Bajas de activos de larga duración	26	336	502
Producto financiero	(43)	(565)	(598)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:			
Gasto financiero	398	5,197	4,930
Fluctuación cambiaria	30	396	1,694
Ganancia en posición monetaria	(37)	(487)	(657)
(Utilidad) pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	(2)	(25)	1,456
	2,915	38,059	31,385
Cuentas por cobrar	(73)	(953)	(367)
Inventarios	(191)	(2,496)	(2,900)
Otros activos	-	-	35
Proveedores y cuentas por pagar	239	3,115	1,599
Otros pasivos	(41)	(541)	653
Obligaciones laborales	(52)	(681)	(587)
Impuestos a la utilidad pagados	(429)	(5,596)	(6,754)
Flujo neto de efectivo generado por actividades de operación	2,368	30,907	23,064
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Inversión:			
Adquisición BRISA neto de efectivo adquirido (ver Nota 5)	(55)	(717)	-
Adquisición REMIL neto de efectivo adquirido (ver Nota 5)	-	-	(3,633)
Otras adquisiciones netas de efectivo adquirido	-	-	(233)
Compra de instrumentos financieros	(153)	(2,001)	-
Intereses cobrados	43	565	598
Adquisición de activos de larga duración	(654)	(8,536)	(10,186)
Venta de activos de larga duración	81	1,060	541
Otros activos	(280)	(3,658)	(3,460)
Botellas y cajas	(68)	(882)	(990)
Activos intangibles	(128)	(1,665)	(697)
Flujo neto de efectivo de actividades de inversión	(1,214)	(15,834)	(18,060)
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	1,154	15,073	5,004
Flujo Generado (Utilizado) en Actividades de Financiamiento:			
Obtención de préstamos bancarios	1,607	20,981	22,545
Pago de préstamos bancarios	(1,623)	(21,198)	(20,693)
Intereses pagados	(399)	(5,206)	(5,733)
Dividendos pagados	(172)	(2,255)	(2,065)
Adquisición de participación no controladora	4	49	(223)
Otros pasivos pagados	(7)	(82)	9
Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento	(590)	(7,711)	(6,160)
Incremento (decremento) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	564	7,362	(1,156)
Efectos de conversión e inflación	(90)	(1,171)	97
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	738	9,635	10,694
Efectivo restringido al principio del periodo	(40)	(525)	(238)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo, neto	698	9,110	10,456
Decremento (incremento) del efectivo restringido del año	17	222	(287)
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo, neto	\$ 1,189	Ps. 15,523	Ps. 9,110

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

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2007. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.)

	2007 ⁽¹⁾
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:	
Utilidad neta consolidada	Ps. 11,936
Depreciación	4,930
Amortización y otros cargos virtuales	3,182
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	93
Impuestos diferidos	(239)
	19,902
Capital de trabajo:	
Cuentas por cobrar	(1,536)
Inventarios	(1,812)
Impuestos por recuperar, neto	453
Otros activos circulantes e inversión en acciones disponibles para venta	(668)
Proveedores y otros pasivos circulantes	1,987
Intereses por pagar	14
Obligaciones laborales	(318)
Recursos netos generados por actividades de operación	18,022
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:	
Venta de la participación no controlada	415
Propiedad, planta y equipo	(6,015)
Otros activos	(4,472)
Inversión en acciones	(1,040)
Botellas y cajas	(861)
Activos intangibles	(336)
Otras adquisiciones de negocios	(128)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(12,437)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:	
Préstamos bancarios adquiridos	9,660
Préstamos bancarios pagados	(10,851)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(1,202)
Dividendos decretados y pagados	(1,909)
Contingencias y otros pasivos	(45)
Resultado acumulado por conversión	446
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento	(3,901)
Efectivo y equivalentes de efectivo:	
Incremento (decremento), neto	1,684
Efectivo recibido en adquisiciones	6
Saldo inicial	8,766
Saldo final	Ps. 10,456

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007 están expresadas en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2). Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral del presente estado consolidado de cambios en la situación financiera.

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.)

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones	Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores	Utilidad Neta	Otras Partidas Acumuladas de la (Pérdida) Utilidad Integral	Participación Controladora	Participación No Controladora en Subsidiarias Consolidadas	Total Capital Contable
Saldos al 31 de diciembre de 2006 ⁽¹⁾	Ps. 5,348	Ps. 20,557	Ps. 32,529	Ps. 7,127	Ps. (8,907)	Ps. 56,654	Ps. 21,554	Ps. 78,208
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			7,127	(7,127)		-	-	-
Dividendos decretados y pagados (ver Nota 21)			(1,525)			(1,525)	(384)	(1,909)
Venta de participación no controladora		55				55	360	415
Adquisición de la participación no controladora de FEMSA Cerveza			(23)			(23)	(16)	(39)
Utilidad integral				8,511	906	9,417	3,561	12,978
Saldos al 31 de diciembre de 2007 ⁽¹⁾	5,348	20,612	38,108	8,511	(8,001)	64,578	25,075	89,653
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			8,511	(8,511)		-	-	-
Cambio en principio contable (ver Notas 2 g, i)			(6,070)		6,424	354	-	354
Dividendos decretados y pagados (ver Nota 21)			(1,620)			(1,620)	(445)	(2,065)
Adquisiciones de participación no controladora de Coca-Cola FEMSA (ver Nota 5)		(61)				(61)	(162)	(223)
Otras transacciones de la participación no controladora							91	91
Utilidad integral				6,708	(1,138)	5,570	3,515	9,085
Saldos al 31 de diciembre de 2008	5,348	20,551	38,929	6,708	(2,715)	68,821	28,074	96,895
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			6,708	(6,708)		-	-	-
Cambio en principio contable (ver Nota 2 c)			(182)			(182)		(182)
Dividendos decretados y pagados (ver Nota 21)			(1,620)			(1,620)	(635)	(2,225)
Adquisición de participación no controladora de FEMSA Cerveza		(3)				(3)	19	16
Utilidad integral				9,908	4,713	14,621	6,734	21,355
Saldos al 31 de diciembre de 2009	Ps. 5,348	Ps. 20,548	Ps. 43,835	Ps. 9,908	Ps. 1,998	Ps. 81,637	Ps. 34,192	Ps. 115,829

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre del 2007 y 2006, están expresadas en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre del 2007 (ver Nota 2).

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.

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

Notas a los Estados Financieros Consolidados

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

Nota 1. Actividades de la Compañía.

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

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

Nota 2. Bases de Presentación.

Los estados financieros consolidados incluyen los estados financieros de FEMSA y de aquellas compañías en las cuales ejerce control. Todos los saldos y operaciones con intercompañías han sido eliminados en la consolidación.

Los estados financieros consolidados de la Compañía se prepararon de acuerdo a las Normas de Información Financiera aplicables en México ("NIF mexicanas") y son presentados en millones de pesos mexicanos ("Ps."). La conversión de pesos a dólares americanos ("\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, para este efecto se utilizó la cotización del tipo de cambio de compra de mediodía publicado por el Bank of New York equivalente a 13.0576 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2009.

La Compañía clasifica sus costos y gastos por función en el estado de resultados consolidados, de acuerdo con las prácticas de la industria donde la Compañía opera. La utilidad de operación es el resultado de restar el costo de ventas y gastos de operación de las ventas totales y ha sido incluida para un mayor entendimiento del desempeño financiero y económico de la Compañía.

Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007 han sido actualizadas y convertidas al 31 de diciembre de 2007, la cual es la última fecha en que se reconoció la contabilidad inflacionaria en la información financiera en entornos económicos inflacionarios y no inflacionarios en la entidad informante. A partir del 1 de enero de 2008, de acuerdo con la NIF B-10 “Efectos de la Inflación,” únicamente se reconocen los efectos de inflación cuando se opera en un entorno económico inflacionario. Como se describe en la nota 4 a), desde 2008 la Compañía ha operado en un entorno económico no inflacionario en México. Las cifras al 31 de diciembre de 2008 y 2007 se presentan sin cambios con respecto al año pasado de acuerdo con la NIF B-10 la cual establece que no se actualicen las cifras cuando la entidad de reporte opera en un entorno no inflacionario.

Los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2008 presentan algunas reclasificaciones para efectos comparativos con el año actual (ver Nota 4 j). Adicionalmente, para efectos comparables, se reclasificaron montos de 2008 a la cuenta de otros activos ya que las cifras originalmente presentadas de la cuenta por cobrar a MolsonCoors por concepto de la indemnización de contingencias relacionadas a Kaiser, se presentaba neta de las contingencias en el renglón de contingencias y otros pasivos.

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

Los estados financieros consolidados y las notas que los acompañan fueron aprobados por el Director General y el Director de Finanzas de la Compañía en Junio 25, 2010 y se consideraron los eventos subsecuentes hasta esa fecha.

El 1 de enero de 2009, 2008 y 2007, entraron en vigor diversas NIF mexicanas que tienen impacto tanto en el registro como en la presentación de la información financiera. A continuación se describen dichos cambios y su aplicación en los presentes estados financieros consolidados:

a) NIF B-7, “Adquisiciones de Negocios”:

A partir de 2009, la Compañía adoptó la NIF B-7 “Adquisiciones de Negocios,” la cual deroga al Boletín B-7 “Adquisiciones de Negocios.” La NIF B-7 establece reglas de carácter general para el reconocimiento a valor razonable de los activos netos y de la participación no controladora de un negocio adquirido a la fecha de compra. Esta NIF difiere del previo boletín en los siguientes puntos: a) reconoce todos los activos y pasivos adquiridos, así como la participación no controladora a su valor razonable, con base en las políticas del adquirente, b) los costos de adquisición y gastos de reestructuración no se consideran en el precio de compra, y c) los cambios en los impuestos adquiridos se reconocen como parte de la provisión del impuesto a la utilidad. Esta norma se aplicó prospectivamente a adquisiciones de negocios celebradas a partir del 1 de enero de 2009.

b) NIF C-7, “Inversiones en Asociadas y Otras Inversiones Permanentes”:

La NIF C-7 “Inversiones en Asociadas y Otras Inversiones Permanentes” establece reglas generales para el reconocimiento de inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes que no están controladas en conjunto o completamente por una entidad o en las cuales se tenga influencia significativa. Adicionalmente esta norma establece una guía para determinar la existencia de influencia significativa. El anterior Boletín B-8 “Estados Financieros Consolidados y Combinados y Valuación de Inversiones Permanentes en Acciones” definía que las inversiones permanentes en acciones se valuaban bajo el método de participación si una entidad mantenía al menos 10% de sus acciones. La NIF C-7 establece que las inversiones permanentes en acciones deben valuarse bajo el método de participación si una entidad: a) mantiene al menos el 10% de una compañía si esta cotiza en la bolsa de valores, b) mantiene al menos 25% de una compañía que no cotiza en la bolsa de valores, o c) tiene influencia significativa en sus inversiones de acuerdo a lo señalado en esta NIF. La Compañía adoptó la NIF C-7 el 1 de enero de 2009 y no causó impacto significativo en los resultados financieros consolidados.

c) NIF C-8, “Activos Intangibles”:

En el 2009, la Compañía adoptó la NIF C-8 “Activos Intangibles,” la cual es similar al Boletín C-8 “Activos Intangibles.” La NIF C-8 establece reglas de valuación, presentación y revelación para el reconocimiento inicial y subsecuente de activos intangibles adquiridos ya sea de forma individual, mediante la adquisición de una entidad o generados internamente en el curso de las operaciones de la entidad. Esta NIF considera a los activos intangibles como partidas no monetarias y expande los criterios de identificación para definir si son separables (el activo se puede vender, transferir o ser usado por la entidad), o si provienen de derechos contractuales o legales. La NIF C-8 establece que los costos preoperativos que fueron capitalizados antes de que la norma fuera efectiva, deben cumplir con las características definidas de un activo intangible, de lo contrario, deben ser enviados a resultados cuando se incurra en ellos. El impacto de la adopción de la NIF C-8 fue de Ps. 182, neto de impuestos diferidos, por costos preoperativos de años anteriores que no cumplieron con las características de activos

intangibles, disminuyendo las utilidades retenidas de los estados financieros consolidados. En el estado consolidado de cambios en el capital contable, se presenta este efecto como un cambio en política contable.

d) NIF D-8, “Pagos Basados en Acciones”:

La Compañía adoptó la NIF D-8 “Pagos Basados en Acciones” en 2009, la cual establece el reconocimiento de pagos basados en acciones. Cuando una entidad compra bienes o paga por servicios con instrumentos de capital, es necesario, de acuerdo con esta NIF, que la entidad reconozca dichos bienes y/o servicios a valor razonable y el incremento se refleje en el capital. Si no es posible determinar su valor razonable, se deben valorar utilizando un método indirecto, basado en el valor razonable de los instrumentos de capital. Esta norma sustituye el uso supletorio del IFRS 2 “Pagos Basados en Acciones.” Su adopción no generó impacto en los estados financieros de la Compañía.

e) NIF B-8, “Estados Financieros Consolidados o Combinados”:

La NIF B-8 “Estados Financieros Consolidados o Combinados” fue emitida en 2008 y deroga al Boletín B-8 “Estados Financieros Consolidados y Combinados y Valuación de Inversiones Permanentes en Acciones.” Anteriormente, el Boletín B-8 basaba el principio de consolidación en la tenencia de la mayoría de acciones con derecho a voto. La NIF B-8 difiere del Boletín B-8 en los siguientes puntos: a) define control como el poder de decidir las políticas financieras y de operación de una entidad, b) establece que existen otros aspectos como acuerdos contractuales para determinar si una entidad ejerce control o no, c) define Entidades con Propósito Específico (“EPE”) como entidades creadas para alcanzar un objetivo concreto y perfectamente definido de antemano y las considera dentro del alcance de esta norma, d) establece nuevos términos como “participación controladora” en lugar de “interés mayoritario” y “participación no controladora” en lugar de “interés minoritario” y e) establece que la participación no controladora debe ser calculada a valor razonable a la fecha de adquisición de la subsidiaria. Esta NIF debe aplicarse de forma prospectiva a partir del 1 de enero de 2009. La adopción de esta norma no tuvo impacto en los estados financieros consolidados de la Compañía.

f) NIF B-2, “Estado de Flujos de Efectivo”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-2 “Estado de Flujos de Efectivo.” Como lo establece la NIF B-2, se incluye el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo al 31 de diciembre de 2009 y 2008. Para el año terminado el 31 de diciembre de 2007, la NIF B-2 requiere la presentación del Estado de Cambios en la Situación Financiera, el cual no es comparable al flujo de efectivo. La adopción de la NIF B-2 requiere revelaciones complementarias que anteriormente no se presentaban.

g) NIF B-10, “Efectos de la Inflación”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-10 “Efectos de la Inflación.” Antes de 2008, la Compañía actualizaba los estados financieros de años anteriores para reflejar el impacto inflacionario del periodo para efectos de comparabilidad.

La NIF B-10 establece dos entornos: a) Entorno Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es igual o mayor al 26%, caso en el cual se requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación a través del método integral como se describe en la NIF B-10; el reconocimiento de la inflación en entornos económicos inflacionarios se hace a partir de que la entidad se vuelve inflacionaria, y b) Entorno no Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es inferior al 26%, en cuyo caso no se deben de registrar los efectos de la inflación en los estados financieros, manteniéndose los efectos de la inflación del periodo inmediato anterior en el cual se aplicó la contabilidad inflacionaria.

Para la desconexión de la contabilidad inflacionaria, la NIF B-10 indica que el Resultado por Tenencia de Activos No Monetarios (RETANM) correspondiente a ejercicios anteriores se deberá reclasificar a utilidades retenidas. El 1 de enero de 2008, el saldo por RETANM reclasificado a utilidades retenidas fue de Ps. 6,070 (ver Estado Consolidado de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable).

Hasta el 31 de diciembre de 2007, la Compañía actualizaba sus inventarios a través de costos de reposición; a partir de 2008 como resultado de la adopción de la NIF B-10, la Compañía realiza la valuación de inventarios con base en los métodos de valuación estipulados en el Boletín C-4 “Inventarios” y para entidades en entornos inflacionarios, los inventarios se actualizan utilizando factores derivados de la inflación. El cambio de esta metodología impactó los resultados consolidados de la Compañía, incrementando el costo de ventas consolidado en Ps. 350 al 31 de diciembre de 2008.

Adicionalmente, la NIF B-10 deroga la actualización de planta y equipo de procedencia extranjera, mediante la aplicación de factores de inflación y tipo de cambio del país de procedencia del activo, y a partir de 2008 establece que dichos activos se deben registrar al tipo de cambio de la fecha de adquisición y en entidades que operen en entornos inflacionarios, se deben de actualizar utilizando exclusivamente factores de inflación del país donde se haya adquirido

dicho activo. El cambio de metodología no impactó significativamente los estados financieros consolidados de la Compañía.

h) NIF B-15, “Conversión de Monedas Extranjeras”:

La norma B-15 incorpora definiciones de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe, y establece procedimientos para convertir la información financiera de una entidad extranjera con base en estas definiciones. Adicionalmente, se alinea con las nuevas disposiciones de la NIF B-10, definiendo procedimientos de conversión para subsidiarias que operan en entornos inflacionarios y no inflacionarios. Previo a la aplicación de esta norma, la conversión para subsidiarias extranjeras se hacía de acuerdo a la metodología para ambientes inflacionarios. La adopción de esta nueva norma es prospectiva y no generó un impacto relevante en los estados financieros consolidados de la Compañía (ver Nota 3).

i) NIF D-3, “Beneficios a los Empleados”:

La Compañía adoptó la NIF D-3 en 2008, la cual deroga el reconocimiento del pasivo adicional generado por el diferencial entre las obligaciones por beneficios actuales y el pasivo neto proyectado. El 1 de enero de 2008, el saldo cancelado por concepto de pasivo adicional fue de Ps. 1,510, de los cuales, Ps. 948 corresponden al activo intangible y Ps. 354 a otras partidas acumuladas de la utilidad integral controladora, neto de un impuesto diferido de Ps. 208.

Hasta el 2007, el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y beneficios al retiro se amortizaba durante la vida laboral remanente de los empleados. A partir de 2008, la NIF D-3 establece un periodo de 5 años como máximo para amortizar el saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios al retiro así como el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación, anteriormente definidos en el Boletín D-3 “Obligaciones Laborales” como pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar.

Como resultado de la adopción de la NIF D-3, se incrementó la amortización de los servicios pasados correspondiente a indemnizaciones por Ps. 45 en 2008 comparado con 2007. Este cambio no tuvo impacto en el costo laboral de servicios pasados por beneficios por terminación y beneficios al retiro, ya que el periodo de amortización remanente a la fecha de adopción era de cinco años. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el costo laboral de servicios pasados fue de Ps. 204, Ps. 221 y Ps. 146, respectivamente el cual fue reflejado en la utilidad de operación (ver Nota 15).

Durante 2007, las pérdidas y ganancias actuariales de indemnizaciones se amortizaron en la vida laboral remanente del personal. A partir de 2008 las pérdidas y ganancias actuariales de indemnizaciones son registradas en la utilidad de operación del año en que fueron generadas y el saldo de las pérdidas y ganancias pendientes de amortizar se registró en otros gastos (ver Nota 18) el 1 de enero de 2008 y fueron de Ps. 198.

j) NIF B-3, “Estado de Resultados”:

En 2007 entró en vigor la NIF B-3, la cual establece criterios generales para la presentación y estructura del estado de resultados, los requisitos mínimos de su contenido, así como las normas generales de revelación. Adicionalmente, la Interpretación a la Norma de Información Financiera (“INIF”) No. 4 establece que la Participación de los Trabajadores en las Utilidades (“PTU”) debe presentarse dentro de otros gastos.

k) NIF D-6, “Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento”:

En el año 2007 se adoptó la NIF D-6 “Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento,” y establece que el resultado integral de financiamiento generado en préstamos obtenidos utilizados para financiar inversiones en activos de larga duración debe capitalizarse como parte del costo de inversión de dichos activos cuando se cumplan ciertas condiciones y amortizarse durante la vida útil estimada de los activos de larga duración a los cuales fue asignado. Al 31 de diciembre de 2009, el resultado integral de financiamiento capitalizado asciende a Ps. 145. La adopción de esta NIF no tuvo impacto significativo en la información financiera de la Compañía en 2008 y 2007.

Nota 3. Incorporación de Subsidiarias en el Extranjero.

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se preparan en la moneda funcional del país y de acuerdo a los principios contables aplicables a cada país. Para efectos de incorporar los estados financieros individuales de cada subsidiaria extranjera a los estados financieros consolidados de la Compañía, éstos se convierten a NIF mexicanas; y a partir de 2008, se convierten a pesos mexicanos como se describe a continuación:

- En economías con entorno económico inflacionario, se reconocen los efectos inflacionarios correspondientes a ese país y posteriormente se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del periodo tanto para el estado de situación financiera como el estado de resultados; y

- En economías con entorno económico no inflacionario, los activos y pasivos se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del ejercicio, el capital contable se convierte al tipo de cambio histórico y para la conversión del estado de resultados se utiliza el tipo de cambio promedio del mes correspondiente.

		Moneda Local a Pesos Mexicanos				
País	Moneda funcional/de reporte	Tipo de cambio promedio de		Tipo de cambio al 31 de diciembre de		
		2009	2008	2009	2008	2007 ⁽¹⁾
Mexico	Peso mexicano	Ps. 1.0	Ps. 1.00	Ps. 1.00	Ps. 1.00	Ps. 1.00
Guatemala	Quetzal	1.66	1.47	1.56	1.74	1.42
Costa Rica	Colón	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Panamá	Dólar americano	13.52	11.09	13.06	13.54	10.87
Colombia	Peso colombiano	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Nicaragua	Córdoba	0.67	0.57	0.63	0.68	0.57
Argentina	Peso argentino	3.63	3.50	3.44	3.92	3.45
Venezuela ⁽²⁾	Bolívar	6.31	5.20	6.07	6.30	5.05
Brasil	Real	6.83	6.11	7.50	5.79	6.13

(1) Tipos de cambio a final de año utilizados para la conversión de la información financiera.

(2) Equivalente a 2.150 bolívares por dólar americano, aplicando tipo de cambio promedio o cierre de dólares a pesos mexicanos, según corresponda. Ver Nota 29 para discusión del evento subsecuente que impacta este tipo de cambio.

Antes de la adopción de la NIF B-10 en 2008, la conversión de la información financiera de las subsidiarias extranjeras se realizaba de acuerdo con la metodología para entornos inflacionarios mencionada anteriormente.

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

A partir de 2003, el gobierno de Venezuela estableció un tipo de cambio controlado de 2.150 bolívares por dólar americano, el cual se utiliza para convertir la información de la operación correspondiente a este país.

La Compañía ha operado bajo control cambiario en Venezuela desde 2003 lo cual afecta la habilidad para remitir dividendos fuera del país o de hacer pagos en una moneda diferente a la local lo cual pudiera incrementar los precios de materias primas compradas en moneda local.

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

La conversión de activos y pasivos en moneda extranjera a pesos mexicanos se realiza para efectos de consolidación y no significa que la Compañía pueda disponer de dichos activos y pasivos en pesos. Adicionalmente, no significa que la Compañía pueda distribuir el capital en pesos mexicanos reportado a sus accionistas.

Nota 4. Principales Políticas 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. 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. Sin embargo, los resultados actuales están sujetos a eventos futuros e incertidumbres, los cuales podrían impactar significativamente la información actual de la Compañía.

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

a) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación en Países con Entorno Económico Inflacionario:

En 2009 y 2008, la Compañía reconoce los efectos inflacionarios en la información financiera de sus subsidiarias que operan en entornos inflacionarios (cuando la inflación es igual o superior al 26% acumulado en los tres ejercicios anuales anteriores), a través del método integral (ver Nota 2 g), el cual consiste en:

- Aplicación de factores de inflación para actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios, activos fijos, activos intangibles, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados;
- Aplicación de los factores de inflación apropiados para 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 de la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas, a la fecha de presentación de los estados financieros consolidados; e
- Incluir en el resultado integral de financiamiento el resultado por posición monetaria (ver Nota 4 t).

La Compañía utiliza el índice de precios al consumidor correspondiente a cada país para reconocer los efectos de inflación cuando la subsidiaria opera en un entorno económico inflacionario.

Las operaciones de la compañía han sido clasificadas, considerando el efecto inflacionario acumulado de los tres años anteriores. La siguiente clasificación también se utilizó en 2008:

	Inflación 2009	Inflación Acumulada 2008-2006	Tipo de Economía
México	3.6%	15.0%	No inflacionaria
Guatemala ⁽¹⁾	(0.3)%	25.9%	No inflacionaria
Colombia	2.0%	18.9%	No inflacionaria
Brasil	4.1%	15.1%	No inflacionaria
Panamá	1.9%	16.0%	No inflacionaria
Venezuela	25.1%	87.5%	Inflacionaria
Nicaragua	0.9%	45.5%	Inflacionaria
Costa Rica	4.0%	38.1%	Inflacionaria
Argentina	7.7%	27.8%	Inflacionaria

(1) De acuerdo al Consejo de Economía y Finanzas de Guatemala, la tasa de inflación esperada por los próximos años decrecerá, por lo tanto, la Compañía mantiene la calificación de Guatemala como economía no inflacionaria de acuerdo a lo señalado en la NIF B-10 "Efectos de la Inflación."

b) Efectivo y Equivalentes de Efectivo e Instrumentos Financieros:

Efectivo y Equivalentes de Efectivo:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los equivalentes de efectivo se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija con vencimiento en tres meses o menos registrados a su costo de adquisición más el interés devengado no cobrado, lo cual es similar a utilizar precios de mercado. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, el monto de los equivalentes de efectivo ascendió a Ps. 10,365 y Ps. 4,585, respectivamente.

Instrumentos Financieros:

La administración determina la clasificación adecuada de los títulos de deuda al momento de su compra y reevalúa dicha clasificación a la fecha de cada estado de posición financiera. Los títulos de deuda negociables se clasifican como disponibles para la venta. Los valores disponibles para la venta se registran en valor razonable; con las ganancias y pérdidas pendientes por amortizar, netas de impuestos, reportadas dentro de otras partidas de la utilidad integral. Los intereses y dividendos sobre títulos clasificados como disponibles para la venta se incluyen dentro de los ingresos por inversiones. El valor razonable de las inversiones está disponible tomando su valor de mercado.

A continuación se muestra el detalle de los valores negociables disponibles para la venta:

Diciembre 31, 2009	Costo Amortizable	Utilidad No Realizada	Valor Razonable
Títulos de deuda	Ps. 2,001	Ps. 112	Ps. 2,113

c) Reserva de Cuentas Incobrables:

La reserva de cuentas incobrables se basa en una evaluación de la antigüedad de la cartera de cuentas por cobrar y la situación económica de los clientes de la Compañía, así como también la proporción sobre las pérdidas históricas en las cuentas por cobrar de la Compañía y la economía en la que opera actualmente. El valor en libros de las cuentas por cobrar se aproxima a su valor razonable al 31 de diciembre de 2009 y 2008.

d) Inventarios y Costo de Ventas:

Los segmentos operativos de la Compañía utilizan las metodologías propuestas por el Boletín C-4 “Inventarios” para valuar sus inventarios, tales como costos promedios en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, y el método detallista en FEMSA Comercio. Los anticipos a proveedores para la compra de materias primas se incluyen en la cuenta de inventarios.

El costo de ventas, basado en costo promedio, se determina en base a la cantidad promedio de inventarios a la fecha de 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.

e) Otros Activos Circulantes:

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

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, la Compañía tiene efectivo restringido garantizando pasivos denominado en diversas monedas. Los saldos de efectivo restringido se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo.

	2009	2008
Bolívares venezolanos	Ps. 161	Ps. 337
Pesos mexicanos	31	134
Reales brasileños	111	54
	Ps. 303	Ps. 525

f) Botellas y Cajas:

Las botellas y cajas no retornables se registran en los resultados de operación cuando se realiza su venta. Las botellas y cajas retornables se registran a su costo de adquisición. Existen dos tipos de botellas y cajas retornables:

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

La rotura de botellas y cajas retornables en plantas y centros de distribución, es registrada en resultados en el momento en que se incurre. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el gasto por rotura ascendió a Ps. 903, Ps. 782 y Ps. 850, 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 aproximadamente 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.

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

Las botellas y cajas retornables en el mercado y por las cuales se ha recibido un depósito por parte de los clientes, se presentan netas de dichos depósitos y la diferencia entre el costo de estos activos y los depósitos recibidos se deprecia de acuerdo con sus vidas útiles.

g) Inversión en Acciones:

La inversión en acciones en compañías asociadas en las cuales la Compañía tiene al menos 10% de una compañía pública, 25% o más de una compañía no pública o ejerce influencia significativa, de acuerdo con la NIF C-7 (ver Nota 2 b), es reconocida inicialmente a su costo de adquisición y subsecuentemente es valuada a través del método de participación. La inversión en compañías asociadas donde la Compañía no tiene influencia significativa se reconoce a su costo de adquisición y se actualiza utilizando el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) si la entidad opera en un entorno inflacionario.

h) Propiedad, Planta y Equipo:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. El resultado integral de financiamiento generado por los pasivos para financiar proyectos de inversión de activos de largo plazo es capitalizado, formando parte del costo total de adquisición. Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía ha capitalizado Ps. 145 con una tasa de capitalización promedio ponderada de 8.08% que involucra inversiones en activos fijos que requieren más de un ciclo operativo para que se puedan utilizar. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la capitalización del resultado integral de financiamiento, no tuvo impacto en los estados financieros consolidados. Los costos de mantenimiento mayor se capitalizan como parte del costo total de adquisición. El mantenimiento de rutina y los costos de reparación se registran en resultados en el momento en que se incurren.

Las inversiones en proceso están representadas por propiedad, planta y equipo que no han iniciado su operación, es decir, aún no empiezan a ser utilizados para el fin que fueron comprados, construidos o desarrollados. La Compañía estima completar estas inversiones un plazo no mayor a 12 meses.

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

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	3–5

i) Otros Activos:

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

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:

- Método de volumen de ventas: la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo (aproximadamente el 85% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
- Método de línea recta: la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 15% de los acuerdos con clientes de FEMSA Cerveza y el 100% de los acuerdos de Coca-Cola FEMSA se amortizan bajo este método).

Adicionalmente, para los acuerdos amortizados por medio del método de volumen de ventas, periódicamente se compara la amortización bajo este método y la amortización que hubiera resultado del cálculo del método de línea recta, y se registra una provisión en el caso de que el resultado del cálculo por medio del método de volumen de ventas sea menor al resultado del cálculo del método de línea recta. La amortización se registra disminuyendo el rubro de ventas netas, la cual para los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, fue de Ps. 1,889, Ps. 1,477 y Ps. 1,360, respectivamente.

- Mejoras en propiedades arrendadas, 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. La amortización por mejoras en propiedades arrendadas reconocida al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 fue de Ps. 710, Ps. 668 y Ps. 581, respectivamente.

j) Activos Intangibles:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro. Estos activos se clasifican en activos intangibles con vida definida y activos intangibles con vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el cual se espera recibir los beneficios.

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

- Costos de tecnología de información y sistemas de administración incurridos durante la etapa de desarrollo que están actualmente en uso. Tales costos fueron capitalizados y luego amortizados bajo el método lineal a cuatro años. Los gastos que no cumplan con los requisitos para su capitalización, se llevarán a gastos al momento en que se incurren.
- Otros costos de sistemas de computación en la etapa de desarrollo que no están todavía en uso. Tales montos son capitalizados ya que se espera que agregarán valor como ingresos o ahorros en costos en un futuro. Estos montos serán amortizables en base al método lineal sobre su vida económica estimada a partir de la fecha que son utilizados.
- Licencias de alcohol a largo plazo, las cuales se amortizan por el método de línea recta. En 2009, FEMSA Cerveza revisó la vida útil esperada de las licencias de alcohol de largo plazo y cambió su estimación de seis a quince años. El efecto neto de este cambio es un decrecimiento en la amortización del ejercicio de Ps. 84 reflejados en el estado de resultados consolidado al 31 de diciembre de 2009. A partir de 2009, las licencias de alcohol se presentan como parte de los activos intangibles de vida definida. El saldo de licencias correspondiente a años anteriores fue reclasificado de otros activos a activos intangibles para efectos comparables.
- Gastos preoperativos en 2008, que corresponden a los gastos incurridos antes de que se inicien operaciones en las tiendas OXXO con las características de un activo intangible desarrollado internamente. Estos gastos se amortizaron en línea recta de acuerdo con el plazo del contrato de arrendamiento. En 2009, de acuerdo con la NIF C-8, estas cantidades fueron reclasificadas en utilidades retenidas (ver Nota 2 c).

Los activos intangibles con vida indefinida no están sujetos a amortización y son objeto de una evaluación anual como mínimo 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 posteriormente se convierten a pesos aplicando el tipo de cambio al cierre de cada periodo. Donde se aplica la contabilidad inflacionaria, los activos intangibles de vida indefinida se actualizan aplicando los factores de inflación del país de origen y se convierten al tipo de cambio de cierre del periodo. La Compañía cuenta principalmente con los siguientes activos intangibles de vida indefinida:

- Los activos intangibles de vida indefinida de Coca-Cola FEMSA consisten principalmente en derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola en los territorios adquiridos. Estos derechos están representados por contratos estándar que The Coca-Cola Company tiene celebrados con sus embotelladores. Para los territorios de México, hay cuatro contratos de embotellado, dos expiran en junio 2013, y los otros dos en mayo 2015. El contrato de Argentina expira en septiembre 2014, en Brasil en abril de 2014, en Colombia en junio de 2014, en Venezuela en agosto de 2016, en Guatemala en marzo de 2015, en Costa Rica en septiembre de 2017, en Nicaragua en mayo de 2016 y en Panamá en noviembre de 2014. Todos los contratos de territorios de Coca-Cola FEMSA son renovables por un periodo de 10 años, sujetos al derecho de cada parte sobre la decisión de renovar o no estos acuerdos; adicionalmente, estos acuerdos pueden darse por terminados en caso de presentarse algún incumplimiento material.

Una rescisión podría evitar a Coca-Cola FEMSA la venta de productos de la marca Coca-Cola en el territorio afectado y tendría un impacto negativo sobre el negocio, condición financiera y resultados de operación.

- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas; y
- Marcas registradas en la adquisición de Kaiser.

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 convierte al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. Donde se aplica la contabilidad inflacionaria, el crédito mercantil se actualiza utilizando factores de inflación del país y se convierte a pesos con el tipo de cambio de cierre de cada periodo. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, la Compañía cuenta con el crédito mercantil generado en la adquisición de Kaiser que asciende a Ps. 4,937 y Ps. 3,821, respectivamente.

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

La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración y del crédito mercantil para determinar si existe un deterioro en el valor contable, comparando su valor razonable determinado a través de metodologías reconocidas. De ser así la Compañía registra el valor razonable que resulte.

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

Para activos de vida indefinida, como derechos de distribución y marcas, la Compañía lleva a cabo pruebas de deterioro anuales y cada vez que existan indicios de que el valor de dichos activos intangibles pudiera exceder su valor razonable el cual se determina aplicando las metodologías correspondientes.

Para el crédito mercantil, la Compañía anualmente realiza pruebas de deterioro cada que existan eventos o cambios en las circunstancias que indiquen que el valor de un activo puede exceder su valor razonable.

Los ajustes por deterioro en el valor de activos de larga duración de vida indefinida y crédito mercantil, se reconocen en otros gastos.

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2009, la Compañía registró en otros gastos Ps. 25 en relación a un activo intangible del cual no se espera obtener flujos futuros. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la Compañía no ha registrado ajustes por deterioro por activos intangibles de larga duración de vida indefinida y crédito mercantil.

l) Pagos de The Coca-Cola Company:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en los de inversión en refrigeradores y botellas retornables 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 y de botellas retornables, se registran reduciendo la inversión en equipo de refrigeración y botellas retornables, respectivamente. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007 ascendieron a Ps. 1,945, Ps. 1,995 y Ps. 1,582, respectivamente.

m) 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, basados en el método del crédito unitario proyectado. Los costos por ausencias compensadas, tales como vacaciones, se acumulan como cuentas por pagar.

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 por servicios pasados se amortiza en resultados tomando como base el periodo en que se espera los empleados reciban 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.

n) Contingencias:

La Compañía reconoce un pasivo por una pérdida cuando es probable que se materialicen ciertos efectos relacionados con eventos pasados y cuando es razonable su estimación. Estos eventos, así como su impacto financiero se revelan como pérdidas contingentes en los estados financieros consolidados. La Compañía no reconoce activos por ingresos contingentes, a menos que su reembolso sea seguro.

o) Compromisos:

La compañía revela sus compromisos relacionados con adquisiciones de activos de largo plazo materialmente importantes, acuerdos de servicios que excedan las necesidades de la Compañía así como obligaciones contractuales (ver Nota 24 g).

p) Reconocimiento de los Ingresos:

La Compañía reconoce ingresos de acuerdo con la Norma Internacional de Contabilidad 18 “Ingresos” (NIC 18), con base en la NIF A-8 “Supletoriedad,” que permite el uso de Normas Internacionales como supletorias cuando las Normas de Información Financiera mexicanas no establecen guías de un tema específico.

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

- Para las ventas nacionales de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza, al momento en que los productos se entregan al cliente y éste toma posesión de los productos. Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008 las ventas nacionales representaron 96%; al 31 de diciembre de 2007, las ventas nacionales representaron 97%;
- Para las ventas de exportación de FEMSA Cerveza, 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; y
- En las ventas al detalle de FEMSA Comercio, los ingresos se reconocen cuando se entrega el producto al cliente y éste toma posesión de los productos.

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.

Adicionalmente, la Compañía registra los ingresos diferidos en línea recta en relación al tiempo establecido de un contrato, o basado en el volumen de ventas del producto relacionado con ese ingreso. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, la Compañía ha reconocido ingresos diferidos de Ps. 209 y Ps. 169 en el estado de resultados consolidado como resultado del contrato de distribución con Heineken USA.

Durante 2007 y 2008, Coca-Cola FEMSA vendió algunas de sus marcas privadas a The Coca-Cola Company. Debido a que Coca-Cola FEMSA se ha seguido involucrando continuamente con estas marcas, (por ejemplo continúa produciendo y vendiendo estos productos), los recursos recibidos de The Coca-Cola Company fueron inicialmente diferidos y están siendo amortizados en base al costo de futuras ventas del periodo que ocurren dichas ventas. El saldo pendiente de amortizar de ingresos al 31 de diciembre de 2009 y 2008 es de Ps. 616 y Ps. 571, respectivamente. Las porciones de corto plazo son presentadas como otros pasivos circulantes por Ps. 203 y Ps. 139 al 31 de diciembre de 2009 y 2008, respectivamente.

q) Gastos de Operación:

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

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el gasto de distribución ascendió a Ps. 15,080, Ps. 12,135 y Ps. 10,601, respectivamente;

- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

r) Otros Gastos:

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

La PTU es aplicable para México y Venezuela. En México, se determina aplicando la tasa del 10% a la utilidad fiscal de cada una de las subsidiarias en lo individual, 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, la PTU se determina aplicando el 15% a la utilidad después de impuestos, y no debe ser mayor a 4 meses de salario.

Hasta el 2007, la PTU diferida era registrada cuando resultaban diferencias temporales entre la utilidad contable del año y las bases usadas para el cálculo de la PTU. En 2008, la Compañía no registró ninguna provisión de la PTU diferida, ya que de acuerdo con el método de activos y pasivos descrito en la NIF D-3, la Compañía no considera que las partidas diferidas relevantes se materialicen; por lo tanto, la Compañía no ha reconocido la PTU diferida al 31 de diciembre de 2009 y 2008.

Los pagos por indemnizaciones producto de programas de 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.

s) Impuestos a la Utilidad:

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

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

El impuesto diferido aplicable a resultados se determina comparando el saldo de impuestos diferidos al final y al inicio del ejercicio, 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.

t) Resultado Integral de Financiamiento:

El resultado integral de financiamiento incluye intereses, ganancias o pérdidas por tipo de cambio, ganancias o pérdidas del valor de mercado en la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados y ganancia o pérdida en la posición monetaria, a excepción de cantidades que fueron capitalizadas y aquellas reconocidas como parte de otras partidas acumuladas de la utilidad (pérdida) integral. A continuación se describe cada partida del resultado integral de financiamiento:

- Intereses: Los gastos y productos financieros son registrados cuando se devengan, excepto por el gasto financiero capitalizado de los pasivos adquiridos para financiar activos de largo plazo;
- Fluctuación Cambiaria: Las transacciones en monedas extranjeras se registran convertidas en la moneda del país de origen al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria capitalizada de los financiamientos contratados para proyectos de inversión de activos de largo plazo y la fluctuación cambiaria de los saldos de financiamiento intercompañías que se consideran inversiones de largo plazo (ver Nota 3);

- Resultado por Posición Monetaria: Desde 2008, el resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias de las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, y se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo el financiamiento intercompañías en moneda extranjera considerado como inversión de largo plazo por su naturaleza (ver Nota 3) y el resultado por posición monetaria capitalizado correspondiente a los pasivos para financiar activos de largo plazo. Anterior a 2008, las ganancias o pérdidas en la posición monetaria se determinaban en cada subsidiaria; 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, el efecto neto en el valor razonable de aquellos instrumentos financieros derivados que no cumplen con los criterios de cobertura para propósitos contables, así como el efecto neto en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos.

u) Instrumentos Financieros Derivados:

La Compañía está expuesta a diversos riesgos de flujos de efectivo, de liquidez, de mercado y crediticios. Como consecuencia la Compañía contrata diversos instrumentos financieros derivados para reducir su exposición al riesgo en fluctuaciones de tipo de cambio entre el peso mexicano y otras monedas, al riesgo en fluctuaciones en el tipo de cambio y en la tasa de interés asociados con sus préstamos denominados en moneda extranjera y su exposición al riesgo de fluctuación en los costos de ciertas materias primas.

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 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.

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008 el saldo de instrumentos financieros derivados fue Ps. 81, y Ps. 1,591 en otros activos circulantes (ver Nota 8), y de Ps. 1,164 y Ps. 212 en otros activos (ver Nota 12). Los pasivos registrados al 31 de diciembre de 2009 y 2008 correspondientes a instrumentos financieros derivados son Ps. 868 y Ps. 3,089 (ver Nota 24 a), en otros pasivos circulantes, y Ps. 1,286 y Ps. 1,377 (ver Nota 24 b) en otros pasivos, respectivamente.

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

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 no cobertura. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos se reconocen en el resultado consolidado del periodo.

v) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad (Pérdida) Integral:

Las otras partidas acumuladas de la utilidad integral representan el ingreso neto del periodo, como se describe en la NIF B-3 “Estado de Resultados,” más el ajuste de conversión acumulado que resulta de la conversión de subsidiarias extranjeras a pesos mexicanos, así como el efecto de ganancias o pérdidas pendientes por amortizar en coberturas de flujo de efectivo de instrumentos financieros derivados.

	2009	2008
Pérdida pendiente por amortizar en coberturas de flujo de efectivo	Ps. (896)	Ps. (1,889)
Ajuste de conversión acumulado	2,894	(826)
	Ps. 1,998	Ps. (2,715)

Los cambios en el ajuste de inversión acumulado fueron los siguientes:

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. (826)	Ps. (1,337)
Efecto de conversión	2,183	(1,023)
Efecto cambiario de préstamos intercompañía a largo plazo	1,537	1,534
Saldo final	Ps. 2,894	Ps. (826)

El efecto en impuestos diferidos del efecto por conversión de subsidiarias extranjeras fueron pasivos de Ps. 592 y Ps. 1,709, al 31 de diciembre de 2009 y 2008, respectivamente (ver Nota 23 d).

w) 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. La Compañía ha reconocido provisiones correspondientes al impuesto a la utilidad, contingencias y vacaciones en sus estados financieros consolidados.

x) Aportaciones al Capital de Subsidiarias:

La Compañía reconoce como una transacción de capital la emisión de acciones de las subsidiarias, en la cual la diferencia entre el valor contable de las acciones y el monto aportado por la participación no controlada o un tercero, se registra como una prima en suscripción de acciones.

y) Utilidad por acción:

La utilidad por acción se determina dividiendo la utilidad neta controladora entre el número promedio ponderado de acciones en circulación del periodo.

Nota 5. Adquisiciones.

Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza han adquirido ciertas compañías que fueron registradas utilizando el método de compra. Los resultados de las operaciones adquiridas han sido incluidos en los estados financieros consolidados a partir de que Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza obtuvieron el control de los negocios adquiridos, por lo tanto los estados consolidados de resultados y de situación financiera no son comparables con respecto a los de años anteriores. El estado consolidado de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre de 2007 presenta la incorporación de las operaciones adquiridas a ese año por Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza en un solo renglón dentro de actividades de inversión. En los flujos de efectivo consolidados al 31 de diciembre de 2009 y 2008, se presentan las adquisiciones netas del efectivo asumido.

a) Coca-Cola FEMSA:

- i) El 27 de febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA junto con The Coca-Cola Company adquirieron ciertos activos del negocio de agua embotellada Brisa en Colombia. Esta adquisición se realizó con el objetivo de reforzar la posición de Coca-Cola FEMSA en el negocio de agua en Colombia. El negocio de agua embotellada Brisa pertenecía previamente a SABMiller. La transacción consistió en un precio de compra inicial de \$92, de los cuales \$46 fueron pagados por Coca-Cola FEMSA y \$46 por The Coca-Cola Company. La marca Brisa y otros activos intangibles, fueron adquiridos por The Coca-Cola Company, y la producción relativa a la propiedad, equipo e inventario relacionados fueron adquiridos por Coca-Cola FEMSA; así como también el derecho de distribución de los productos Brisa en el territorio colombiano. Además del precio inicial de compra se acordó una contraprestación contingente relacionada con las ventas netas subsecuentes del negocio de agua embotellada Brisa. El precio total de compra incurrido por la Compañía fue Ps. 730, que consistió en Ps. 717 en efectivo, y pasivos por Ps. 13. Los costos de adquisición incurridos se registraron en resultados como lo establecen las NIF mexicanas. Posterior al periodo de transición, Brisa se incluyó en los resultados de operación de Coca-Cola FEMSA a partir de junio 1, 2009.

A continuación se muestra el valor razonable estimado de los activos netos adquiridos de Brisa por Coca-Cola FEMSA:

	Al 31 de Diciembre de 2009	
Propiedad y equipo relacionados con la producción a valor razonable	Ps.	95
Derechos de distribución de vida indefinida a valor razonable		635
Activos netos adquiridos / precio de compra	Ps.	730

Los resultados de operación de Brisa a partir de su adquisición y hasta el 31 de diciembre de 2009, no son materiales en relación a los resultados de Coca-Cola FEMSA.

- ii) El 17 de julio de 2008, Coca-Cola FEMSA adquirió ciertos activos de Agua De Los Ángeles, el cual vende y distribuye dentro del Valle de México, por Ps. 206 neto del efectivo recibido. Esta adquisición se realizó para reforzar la posición de la Compañía en el negocio local de agua en México. Basándose en el precio de compra, Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles de vida indefinida por Ps. 18 que consisten en derechos de distribución, así como activos intangibles de vida definida por Ps. 15, los cuales consisten en derechos de no competencia amortizables en los siguientes cinco años.
- iii) El 31 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA completó en Brasil la adquisición del 100% de las acciones de la franquicia de Refrigerantes Minas Gerais Ltda., “REMIL,” por Ps. 3,633, neto del efectivo recibido, asumiendo pasivos por Ps. 1,966 los cuales incluyen una cuenta por pagar con The Coca-Cola Company por Ps. 574. La Compañía identificó activos intangibles de vida indefinida por Ps. 2,242 que consisten en derechos de distribución. Esta adquisición se realizó para reforzar la posición de la Compañía en el negocio local de refrescos en Brasil.

A continuación se presentan los activos netos a valor razonable de REMIL, adquiridos por Coca-Cola FEMSA:

Total activo circulante	Ps.	881
Total activo de largo plazo		1,902
Derechos de distribución		2,242
Total pasivo circulante		1,152
Total pasivo a largo plazo		814
Total pasivo		1,966
Total activos netos adquiridos	Ps.	3,059

Al 31 de diciembre de 2008, Coca-Cola FEMSA reconoció en sus resultados una pérdida de Ps. 45 correspondiente a los resultados de REMIL posteriores a la fecha de adquisición.

- iv) El 21 de enero de 2008, la reorganización de las operaciones de Colombia a través de la escisión de los accionistas no controladores anteriores. El monto total pagado a los accionistas no controladores fue Ps. 213.
- v) El 8 de noviembre de 2007, Administración, S.A.P.I. de C.V. (“Administración SAPI”), una operación conjunta cuyo 50% pertenece a Coca-Cola FEMSA y el resto a The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones de Jugos del Valle, S.A.B. de C.V. (actualmente Jugos del Valle, S.A.P.I. de C.V.) (“Jugos del Valle”) las cuales representan el 100% del capital social de dicha compañía. Administración SAPI pagó Ps. 4,020 por Jugos del Valle y asumió pasivos por Ps. 934.

Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por parte de Administración SAPI, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de Administración SAPI a embotelladores de Coca-Cola de México. Durante 2008, la Compañía registró una inversión en acciones equivalente al 19.8% del capital social de Administración SAPI, la cual representa la inversión de Coca-Cola FEMSA después de la venta del 30.2% de participación en Administración SAPI al resto de los embotelladores. Después de esto, Administración SAPI se fusionó con Jugos del Valle, subsistiendo esta última. Al 31 de diciembre de 2008, se completó la transacción.

- vi) El 5 de noviembre de 2007, la subsidiaria argentina de Coca-Cola FEMSA llegó a un acuerdo definitivo para la adquisición del total de las acciones con derecho a voto de Complejo Industrial Can, S.A. (“CICAN”) en una transacción valuada en Ps. 51. CICAN produce empaques para varias marcas de bebidas.

vii) **Información Financiera No Auditada:**

La siguiente información consolidada pro forma no auditada está basada en la información histórica de la Compañía, ajustada de tal forma para darle efecto a (i) la adquisición de REMIL mencionada anteriormente; y (ii) ciertos ajustes contables relacionados principalmente a la depreciación de activos fijos de las compañías adquiridas.

Los resultados de operación de Brisa para los años terminados al 31 de diciembre de 2009 y 2008 no son materiales en relación a los resultados de operación de la Compañía para esos años. Por lo tanto en la información financiera pro forma no se ha considerado la adquisición de Brisa.

La ajustes pro forma no auditados asumen que la adquisición fue realizada al inicio del año de la adquisición y del año inmediato anterior y está basada en la información disponible y otros supuestos que la administración ha considerado razonables. La información financiera pro forma no intenta representar el efecto en la información consolidada de las operaciones de la Compañía, si las transacciones hubieran ocurrido efectivamente al inicio del año, así como tampoco el predecir los resultados de la Compañía.

	FEMSA Información Proforma Consolidada No Auditada por los Años Terminados al 31 de Diciembre	
	2008	2007
Ventas totales	Ps. 169,966	Ps. 152,195
Utilidad antes de impuestos	14,008	17,423
Utilidad neta controladora	Ps. 9,662	Ps. 12,290

b) **FEMSA Cerveza:**

- i) Durante 2008, FEMSA Cerveza adquirió otras operaciones de distribuidores terceros por Ps. 54. Con cifras preliminares del balance de adquisición se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 45. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, no se ha identificado crédito mercantil como resultado de esta adquisición. Los resultados de operación de las operaciones de distribuidores terceros adquiridas no son materiales para los resultados consolidados de la Compañía para propósito de presentación de la información proforma.

Nota 6. Cuentas por Cobrar.

	2009	2008
Clientes	Ps. 9,506	Ps. 8,374
Reserva para cuentas incobrables	(930)	(805)
The Coca-Cola Company	1,034	959
Documentos por cobrar	566	476
MolsonCoors	368	255
Préstamos a empleados	125	86
Anticipos de viajes para empleados	111	65
Reclamaciones por seguros	86	97
Depósitos en garantía	76	60
Jugos del Valle ⁽¹⁾	2	368
Otros	788	866
	Ps. 11,732	Ps. 10,801

(1) Incluye fondos para capital en trabajo de Jugos del Valle.

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

	2009	2008	2007
Saldo inicial	Ps. 805	Ps. 657	Ps. 586
Provisión del año	363	387	195
Cancelación de cuentas incobrables	(269)	(237)	(98)
Efecto de conversión en saldos iniciales	31	(2)	(26)
Saldo final	Ps. 930	Ps. 805	Ps. 657

Nota 7. Inventarios.

	2009	2008
Productos terminados	Ps. 6,963	Ps. 5,506
Materias primas	5,980	6,183
Refacciones operativas	932	786
Anticipos a proveedores	685	317
Producción en proceso	456	395
Estimación de inventarios obsoletos	(158)	(122)
	Ps. 14,858	Ps. 13,065

Nota 8. Otros Activos Circulantes.

	2009	2008
Activos de larga duración disponibles para la venta	Ps. 373	Ps. -
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	337	309
Efectivo restringido	303	525
Anticipos a proveedores de servicios	253	73
Rentas	131	124
Acuerdos con clientes	118	136
Instrumentos financieros derivados	81	1,591
Permisos de corto plazo	32	23
Seguros y fianzas	26	42
Otros	112	237
	Ps. 1,766	Ps. 3,060

El monto total de publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos cargado a los estados consolidados de resultados en los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, fue de Ps. 6,587, Ps. 5,951 y Ps. 5,455, respectivamente.

Nota 9. Inversión en Acciones.

Compañía	% Tenencia	2009	2008
Coca-Cola FEMSA:			
Jugos del Valle, S.A. de C.V. ⁽¹⁾⁽²⁾	19.79%	Ps. 1,162	Ps. 1,101
Sucos del Valle Do Brasil, LTDA ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	19.89%	325	-
Mais Industria de Alimentos, LTDA ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	19.89%	289	-
Holdfab Partições, LTDA ⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾	33.05%	-	359
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾⁽²⁾	13.45%	78	112
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾⁽²⁾	35.00%	76	79
Estancia Hidromineral Itabirito ⁽¹⁾⁽²⁾	50.00%	76	-

Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽³⁾	2.54%	69	69
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾⁽²⁾	38.74%	88	62
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾⁽²⁾	26.00%	-	7
Otras	Varios	7	8
FEMSA Cerveza:			
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾⁽²⁾	19.14%	61	69
Compañías asociadas de Kaiser ⁽³⁾	Varios	25	19
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾⁽²⁾	Varios	39	14
Otras ⁽³⁾	Varios	12	13
Otras inversiones	Varios	37	53
		Ps. 2,344	Ps. 1,965

Método de valuación:

- (1) Método de participación. La fecha de los estados financieros de las afiliadas utilizada para la valuación bajo el método de participación es la misma a la usada en los estados financieros consolidados de la Compañía.
- (2) La Compañía tiene influencia significativa en estas compañías por tener representación en el Consejo de Administración.
- (3) Costo de adquisición.
- (4) Restructuró sus operaciones a través de una escisión resultando dos compañías: Sucos Del Valle Do Brasil, LTDA y Mais Industria de Alimentos, LTDA.

Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía es propietaria indirectamente del 19.79% de Jugos del Valle a través de su subsidiaria Coca-Cola FEMSA. Las actividades principales de Jugos del Valle son la producción, distribución y mercadeo de jugos de fruta en México y otros países. Coca-Cola FEMSA reconoció otros ingresos por Ps. 4 relacionados con su participación en Jugos del Valle, la cual se valúa a través del método de participación.

A continuación se muestra información financiera relevante de Jugos del Valle al 31 de diciembre de 2009 y 2008.

	2009	2008
Total activo	Ps. 6,961	Ps. 7,109
Total pasivo	1,092	1,551
Total capital contable	5,869	5,558

	2009	2008
Ventas totales	Ps. 5,052	Ps. 3,991
Utilidad antes de impuesto	59	265
Utilidad neta antes de operaciones discontinuadas	7	124
Operaciones discontinuadas	11	271
Utilidad neta	18	395

Nota 10. Propiedad, Planta y Equipo.

	2009	2008
Terrenos	Ps. 8,417	Ps. 8,137
Edificio, maquinaria y equipo	98,713	90,800
Depreciación acumulada	(51,681)	(46,203)
Equipo de refrigeración	12,296	10,512
Depreciación acumulada	(8,099)	(7,146)
Inversiones en proceso (Ver Nota 4 h)	4,523	4,296
Activos de larga duración a valor neto de realización	538	730
Otros activos de largo plazo	331	299
Ps. 65,038		Ps. 61,425

Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía ha identificado inversiones en activos de larga duración por Ps. 1,742, los cuales no están listos para su uso y cumplen con la definición de activos calificables para su capitalización en el resultado integral de

financiamiento, el cual asciende a Ps. 145. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la capitalización del resultado integral de financiamiento, no tuvo impacto significativo en 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. Éstos se consideran en desuso y consisten en terrenos, edificios y equipo de acuerdo con los programas aprobados para la disposición de estas inversiones. Dichos activos de larga duración han sido valuados a su valor estimado de realización sin exceder su costo de adquisición y se integran como sigue:

	2009	2008
Coca-Cola FEMSA	Ps. 288	Ps. 394
FEMSA Cerveza	208	291
FEMSA y otros	42	45
	Ps. 538	Ps. 730
Edificios	Ps. 182	Ps. 359
Terrenos	174	237
Equipo	182	134
	Ps. 538	Ps. 730

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció una pérdida de Ps. 26, y ganancias de Ps. 4 y Ps. 127 por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

Los activos de larga duración que están disponibles para su venta han sido reclasificados de propiedad, planta y equipo a otros activos circulantes. Al 31 de diciembre de 2009, el saldo de activos disponibles para la venta fue de Ps. 373 (ver Nota 8). En 2008, no se identificaron activos de larga duración no estratégicos disponibles para la venta.

Nota 11. Activos Intangibles.

	2009	2008
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 49,520	Ps. 46,892
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	11,357	11,391
Crédito mercantil	4,937	3,821
Marcas Kaiser	927	716
Otros	-	287
Otros activos intangibles no amortizables	787	499
	Ps. 67,528	Ps. 63,606
Activos intangibles amortizables:		
Costos por sistemas en desarrollo	2,068	597
Costo por implementación de sistemas	469	498
Licencias de alcohol (ver Nota 4 j)	982	804
Gastos preoperativos (ver Nota 2 c)	-	253
Otros	134	102
	Ps. 3,653	Ps. 2,254
Total activos intangibles	Ps. 71,181	Ps. 65,860

Los cambios en el saldo de los activos intangibles no amortizables se presentan a continuación:

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 63,606	Ps. 59,110

Adquisiciones	698	2,305
Deterioro	(25)	-
Efecto por conversión de saldo inicial y actualización	3,249	2,191
Saldo final	Ps. 67,528	Ps. 63,606

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

	Inversión		Amortización		
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año	Total
2009					
Costos por sistemas en desarrollo	Ps. 597	Ps. 1,471	Ps. -	Ps. -	Ps. 2,068
Costo por implementación de sistemas	2,230	389	(1,732)	(418)	469
Licencias de alcohol ⁽¹⁾	1,084	252	(280)	(74)	982
2008					
Costos por sistemas en desarrollo	Ps. -	Ps. 597	Ps. -	Ps. -	Ps. 597
Costo por implementación de sistemas	2,093	137	(1,504)	(228)	498
Licencias de alcohol ⁽¹⁾	719	365	(144)	(136)	804
2007					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589
Licencias de alcohol ⁽¹⁾	402	317	(66)	(78)	575

(1) Ver Nota 4 j.

La amortización estimada para los activos intangibles de vida indefinida, se presenta a continuación:

	2010	2011	2012	2013	2014
Amortización de sistemas	Ps. 473	Ps. 467	Ps. 442	Ps. 390	Ps. 377
Licencias de alcohol	95	95	95	95	95
Otros	17	17	17	17	17

Nota 12. Otros Activos.

	2009	2008
Mejoras en propiedades arrendadas, neto	Ps. 5,463	Ps. 4,930
Acuerdos con clientes (ver Nota 4 i)	4,075	4,060
Depósitos en garantía por adopción de amnistía en Brasil	2,295	-
MolsonCoors	1,431	2,144
Instrumentos financieros derivados	1,164	212
Depósitos en garantía	1,138	324
Cuentas por cobrar a largo plazo	760	549
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	628	293
Créditos fiscales	-	185
Otros	778	1,431
	Ps. 17,732	Ps. 14,128

Las cuentas por cobrar a largo plazo se conforman por Ps. 737 y Ps. 23 de capital e intereses y se esperan los pagos como sigue:

2010	Ps. 169
2011	215
2012	123
2013	84
2014 en adelante	169
	Ps. 760

Nota 13. Saldos y Operaciones con Partes Relacionadas y Compañías Asociadas.

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

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

Saldos	2009	2008
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company (ver Nota 4 l) ⁽¹⁾	Ps. 1,034	Ps. 959
Saldo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽²⁾	4,665	799
Cuenta por cobrar con Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	195	129
Otras cuentas por cobrar ⁽¹⁾	104	480
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽³⁾	10,124	10,060
Adeudo con The Coca-Cola Company ⁽⁴⁾	2,405	2,659
Adeudo con Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽³⁾	2,265	2,406
Adeudo con British American Tobacco México ⁽⁴⁾	186	128
Otros adeudos ⁽⁴⁾	345	233

(1) Forma parte del total de cuentas por cobrar.

(2) Forma parte del efectivo y equivalentes de efectivo.

(3) Forma parte del total de pasivos bancarios.

(4) Forma parte del total de cuentas por pagar.

Operaciones	2009	2008	2007
Ingresos:			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 1,145	Ps. 1,081	Ps. 1,121
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. ⁽²⁾	234	252	242
Venta de acciones de Grupo Inmobiliario San Agustín, S.A. al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽²⁾	64	66	37
Otras ventas con partes relacionadas	147	408	902
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company ⁽¹⁾	16,863	13,518	12,239
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽²⁾	1,733	1,578	1,324
Compras de cigarros a British American Tobacco México ⁽²⁾	1,413	1,439	1,064
Gastos de publicidad pagados a The Coca-Cola Company ⁽¹⁾	780	931	940
Compras de jugos a Jugos del Valle, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	1,044	863	-
Intereses pagados a BBVA Bancomer S.A. de C.V. ⁽²⁾	591	780	305
Compras de azúcar a Beta San Miguel ⁽¹⁾	713	687	845
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	783	525	723
Compras de productos enlatados a IEQSA ⁽¹⁾ and CICAN ⁽³⁾	208	333	518
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. ⁽²⁾	247	253	178

Intereses y comisiones pagadas a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽²⁾	246	289	539
Intereses y comisiones pagadas a Deutsche Bank (Mexico) ⁽²⁾	-	85	-
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ⁽²⁾	123	83	31
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽²⁾	100	79	108
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) ⁽¹⁾	54	42	37
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. ⁽²⁾	-	29	32
Intereses y comisiones pagadas a The Coca-Cola Company ⁽¹⁾	25	27	29
Otros gastos con partes relacionadas	99	43	3

(1) Estas compañías son partes relacionadas de nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA.

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

(3) En 2007 CICAN no es considerada parte relacionada.

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

	2009	2008	2007
Beneficios directos a corto y largo plazo	Ps. 1,494	Ps. 1,348	Ps. 1,290
Beneficios por terminación	53	11	17
Beneficios postretiro (costo laboral)	32	32	29

Nota 14. Saldos y Operaciones en Monedas Extranjeras.

De acuerdo a la NIF B-15, los activos, pasivos y operaciones en monedas extranjeras son aquéllos que fueron realizados en monedas diferentes de la moneda de registro, funcional o de reporte de cada unidad reportada. Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, los activos, pasivos y transacciones denominados en moneda extranjera expresados en pesos mexicanos son:

	2009			2008		
	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Activos:						
Corto plazo	Ps. 5,407	Ps. 7	Ps. 5,414	Ps. 4,331	Ps. 153	Ps. 4,484
Largo plazo	1,218	-	1,218	315	-	315
Pasivos:						
Corto plazo	3,492	70	3,562	7,970	52	8,022
Largo plazo	5,897	-	5,897	6,284	120	6,404

Operaciones	2009			2008		
	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Ingresos	Ps. 7,332	Ps. -	Ps. 7,332	Ps. 4,978	Ps. 933	Ps. 5,911
Egresos:						
Compra de materia prima	15,304	254	15,558	12,746	184	12,930
Intereses	1,563	-	1,563	2,363	-	2,363
Adquisición de activos	883	387	1,270	1,343	715	2,058
Gastos de exportación	1,709	9	1,718	849	-	849
Otros	2,083	19	2,102	1,672	85	1,757
	Ps. 21,542	Ps. 669	Ps. 22,211	Ps. 18,973	Ps. 984	Ps. 19,957

Al 18 de junio de 2010, el tipo de cambio publicado por el Banco de México fue de Ps. 12.5875 por dólar americano. La posición financiera de la Compañía en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2009.

Nota 15. Obligaciones Laborales.

La Compañía cuenta con varios pasivos laborales relacionados a pensiones, primas de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro y beneficios por retiro. Los beneficios varían dependiendo del país.

En diciembre de 2007, FEMSA Cerveza aprobó un programa de jubilación anticipada de personal el cual consiste en: (i) otorgar una jubilación anticipada a todo el personal que al 15 de enero de 2008 tenga una edad mayor a 55 años y una antigüedad superior a los 20 años, e (ii) indemnizar a un grupo de empleados que no cumple con algunos criterios específicos impuestos por la Compañía; lo anterior con el objetivo de dar una mayor movilidad a la organización y crear una estructura organizacional más eficiente. El impacto financiero total de este programa fue de Ps. 236, de los cuales Ps. 125 se registraron en los resultados consolidados de 2007 y Ps. 111 en el resultado consolidado al 31 de diciembre de 2008. Ambos registros se hicieron en otros gastos (ver Nota 18).

a) Supuestos:

La Compañía realiza una evaluación anual de la razonabilidad en los supuestos usados en sus cálculos de pasivos laborales. 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 de largo plazo:

	Tasas Nominales ⁽¹⁾		Tasas Reales ^{(2) (3)}	
	2009	2008	2009	2008
Tasa de descuento anual	8.2%	8.2%	4.5%	4.5%
Incremento de sueldos	5.1%	5.1%	1.5%	1.5%
Tasa de rendimiento de la inversión	8.2%	11.3%	4.5%	4.5%
Fecha de la medición: Diciembre 2009				

(1) Tasas aplicables a economías no inflacionarias.

(2) Tasas aplicables a economías inflacionarias.

(3) Supuestos utilizados para cálculos actuariales de 2007.

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

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es de 5.1% anual en términos nominales, 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, los beneficios esperados a ser pagados en los próximos años se muestran a continuación:

	Plan de Pensiones y Jubilaciones	Prima de Antigüedad	Servicios Médicos Posteriores al Retiro	Indemnizaciones
2010	Ps. 460	Ps. 19	Ps. 26	Ps. 158
2011	384	18	26	134
2012	328	21	26	125
2013	352	23	27	120
2014	383	25	29	116
2015 a 2020	2,032	171	173	519

b) Saldos de las Obligaciones:

	2009	2008
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 3,293	Ps. 3,122
Obligaciones por personal activo	2,165	1,890
Obligaciones por beneficios acumulados	5,458	5,012
Exceso de las obligaciones por beneficios proyectados sobre beneficios acumulados	1,144	1,201
Obligaciones por beneficios definidos (obligaciones por beneficios proyectados)	6,602	6,213
Fondos del plan de pensiones a valor razonable	(3,306)	(2,660)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	3,296	3,553
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(1,008)	(1,113)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(181)	(554)
Total	Ps. 2,107	Ps. 1,886
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	5	8
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	184	165
Obligaciones por beneficios acumulados	189	173
Exceso de las obligaciones por beneficios proyectados sobre beneficios acumulados	104	96
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear (obligaciones por beneficios proyectados)	293	269
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(5)	(8)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(5)	(13)
Total	Ps. 283	Ps. 248
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	487	443
Obligaciones por personal activo	501	538
Obligaciones por beneficios definidos	988	981
Fondos de los servicios médicos a valor razonable	(111)	(92)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	877	889
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(28)	(43)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(376)	(482)
Total	Ps. 473	Ps. 364
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios acumulados	633	596
Exceso de las obligaciones por beneficios proyectados sobre beneficios acumulados	115	133
Obligaciones por beneficios definidos (obligaciones por beneficios proyectados)	748	729
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(256)	(339)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(1)	(2)
Total	491	388
Total obligaciones laborales	Ps. 3,354	Ps. 2,886

(1) Anteriormente pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar definidos en el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales."

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.

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:

	2009	2008
Rendimiento fijo:		
Instrumentos bursátiles	18%	16%
Instrumentos bancarios	10%	10%
Instrumentos del Gobierno Federal	43%	53%
Rendimiento variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	29%	21%
	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.

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

	2009	2008
Deuda:		
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 100	Ps. 57
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	42	41
Sigma Alimentos, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	29	29
Coca-Cola FEMSA	2	2
Deutsche Bank (México) ⁽¹⁾	-	58
Capital:		
FEMSA	286	181
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	71	-

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

La Compañía no espera realizar contribuciones significativas a los activos del plan durante el siguiente año fiscal.

d) Costo del Año:

	2009	2008	2007
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 247	Ps. 229	Ps. 210
Costo financiero	504	437	235
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(227)	(307)	(129)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	105	105	102
Modificaciones al plan	-	90	120
Amortización de la pérdida neta actuarial	24	15	1
	653	569	539
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	37	33	30
Costo financiero	21	20	10
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	2	2	2
Modificaciones al plan	-	6	1
Amortización de la pérdida neta actuarial	4	20	3
	64	81	46
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	35	27	27
Costo financiero	77	59	32
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(8)	(10)	(6)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	9	10	4
Modificaciones al plan	-	15	4
Amortización de la pérdida neta actuarial	22	13	13
	135	114	74
Indemnizaciones:			
Costo laboral	88	99	66
Costo financiero	49	58	26
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	88	104	38
Amortización de la pérdida neta actuarial	66	178	-
	291	439	130
	Ps. 1,143	Ps. 1,203	Ps. 789

(1) Anteriormente amortización del pasivo en transición y amortización de las obligaciones por servicios pasados por amortizar, definidos en el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales."

e) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:

	2009	2008
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 6,213	Ps. 5,587
Costo laboral	247	229
Costo financiero	504	437
Modificaciones al plan	-	90
Pérdida actuarial	41	149
Pagos de beneficios	(403)	(279)
Saldo final	6,602	6,213
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	269	254
Costo laboral	37	33
Costo financiero	21	20
Modificaciones al plan	-	6
Utilidad actuarial	(7)	(24)
Pagos de beneficios	(27)	(20)
Saldo final	293	269
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	981	746
Costo laboral	35	27
Costo financiero	77	59
Modificaciones al plan	-	15
(Utilidad) pérdida actuarial	(79)	187
Pagos de beneficios	(26)	(53)
Saldo final	988	981
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	729	647
Costo laboral	88	99
Costo financiero	49	58
Pérdida actuarial	93	11
Pagos de beneficios	(211)	(86)
Saldo final	748	729

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

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 2,752	Ps. 2,902
Rendimientos estimados de los activos del fondo	674	(148)
Pagos de beneficios	(9)	(2)
Saldo final	3,417	2,752

g) Variación en los Supuestos de Servicios Médicos:

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

	Impacto del Cambio en:	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. 144	Ps. (116)
Costo del periodo	22	(17)

Nota 16. Programa de Bonos.

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

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

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de contribución definida de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual en efectivo para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado del EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Las acciones u opciones adquiridas son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de éstas a partir del siguiente año en el que les fueron asignadas, a razón de un 20% anual. Para los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, el bono anual consiste en un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante en acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA. Al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, no se han adquirido opciones de acciones a favor de los empleados.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 1,524, Ps. 1,336 y Ps. 1,179, respectivamente.

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

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, el número de acciones mantenidas por el fondo es el siguiente:

	Número de acciones			
	FEMSA UBD		KOF L	
	2009	2008	2009	2008
Saldo inicial	9,752,206	7,431,459	2,471,075	1,663,746
Acciones otorgadas a ejecutivos	5,386,760	4,592,920	1,340,790	1,267,490
Acciones asignadas del fondo a ejecutivos	(3,070,478)	(2,241,393)	(742,249)	(447,159)
Acciones canceladas	(83,323)	(30,780)	(15,510)	(13,002)
Saldo final	11,985,165	9,752,206	3,054,106	2,471,075

El valor razonable de las acciones mantenidas por el fondo al 31 de diciembre de 2009 y 2008 fue Ps. 1,014 Ps. 552, basándose en precios cotizados del mercado en esas fechas.

Nota 17. Préstamos Bancarios y Documentos por Pagar.

(millones de pesos mexicanos)	Al 31 de diciembre de: ⁽¹⁾						Valor		2008 ⁽¹⁾
	2010	2011	2012	2013	2014	2015 en Adelante	2009	Razonable	
Deuda a corto plazo:									
Deuda de tasa variable:									
Pesos mexicanos	1,400						1,400	1,400	3,820
Tasa de interés	8.2%						8.2%		11.6%
Pesos argentinos	1,179						1,179	1,179	816
Tasa de interés	20.7%						20.7%		19.6%
Pesos colombianos	496						496	496	798
Tasa de interés	4.9%						4.9%		15.2%
Bolívares venezolanos	741						741	741	365
Tasa de interés	18.1%						18.1%		22.2%
Total deuda a corto plazo	3,816						3,816	3,816	5,799
Deuda a largo plazo:									
Deuda de tasa fija:									
Dólares americanos	36	3					39	39	217
Tasa de interés	3.5%	3.8%					3.6%		4.8%
J.P. Morgan (Bono Yankee)									3,605
Tasa de interés									7.3%
Unidades de inversión (UDIs)						2,964	2,964	2,964	2,692
Tasa de interés						4.2%	4.2%		4.2%
Pesos mexicanos	2,200	280	1,916				4,396	4,535	5,036
Tasa de interés	10.1%	12.3%	10.0%				10.2%		10.2%
Yenes japoneses									120
Tasa de interés									2.8%
Pesos argentinos		69					69	69	-
Tasa de interés		20.5%					20.5%		-
Reales brasileños									1
Tasa de interés									10.7%
Subtotal	2,236	352	1,916	-	-	2,964	7,468	7,607	11,671
Deuda de tasa variable:									
Dólares americanos	70	1,113	2,228	2,731	16		6,158	6,158	6,266
Tasa de interés	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%	1.9%		0.6%		2.3%
Pesos mexicanos									
Inbursa	712		3,473		1,100	1,450	6,735	6,735	-
Tasa de interés	5.2%		8.2%		5.2%	5.1%	6.7%		
BBVA Bancomer	2,000	1,762					3,762	3,762	2,762
Tasa de interés	5.5%	5.2%					5.4%		9.0%
Crédito Bursátil THIE									
6 Años				3,500			3,500	3,399	3,500
Tasa de interés				4.9%			4.9%		8.7%
Santander Serfin		2,800	625	625			4,050	4,050	3,843
Tasa de interés		8.5%	5.1%	5.1%			7.4%		9.0%
ABN Crédito Bursátil		1,500	3,000				4,500	4,425	3,000
Tasa de interés		4.9%	4.9%				4.9%		8.7%
Otros	19	5	898	1,085	292	1,375	3,674	3,674	6,112
Tasa de interés	4.6%	4.6%	5.1%	5.1%	5.1%	1.4%	3.7%		9.0%
Pesos colombianos									905
Tasa de interés									15.4%
Subtotal	2,801	7,180	10,224	7,941	1,408	2,825	32,379	32,203	26,388
Total deuda largo plazo	5,037	7,532	12,140	7,941	1,408	5,789	39,847	39,810	38,059
Vencimiento a corto plazo de pasivo a largo plazo							(5,037)		(5,849)
							Ps. 34,810		Ps. 32,210

(1) Tasas de interés promedio ponderadas.

Instrumentos Financieros						2015 en		
Derivados de Cobertura ⁽¹⁾	2010	2011	2012	2013	2014	Adelante	2009	2008
	(Montos nominales en millones de pesos mexicanos)							
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:								
Unidades de inversión a pesos mexicanos y de tasa fija a fija	-	-	-	-	-	2,500	2,500	3,595
Interés pagado						9.6%	9.6%	10.0%
Interés recibido						4.9%	4.9%	4.2%
Dólares americanos a pesos mexicanos y de tasa variable a fija	-	846	846	423	-	-	2,115	2,115
Interés pagado		8.1%	8.1%	8.1%			8.1%	8.1%
Interés recibido		0.7%	0.7%	0.7%			0.7%	0.9%
Dólares americanos a pesos mexicanos y de tasa variable a variable	-	-	209	105	-	-	314	314
Interés pagado			4.7%	4.7%			4.7%	8.5%
Interés recibido			0.7%	0.7%			0.7%	3.6%
Yenes japoneses a reales brasileños y de tasa fija a variable								72
Interés pagado ⁽¹⁾								14.4%
Interés recibido ⁽¹⁾								2.8%
Swaps de tasa de interés:								
Pesos mexicanos								
Tasa variable a fija:	862	1,762	2,215	3,885	-	-	8,724	9,045
Interés pagado	9.5%	9.1%	8.1%	8.1%			8.4%	9.3%
Interés recibido	5.0%	4.9%	4.9%	4.9%			4.9%	8.7%
Dólares americanos								
Tasa variable a fija:	-	-	653	979	-	50	1,682	-
Interés pagado			3.8%	3.1%		8.6%	3.5%	-
Interés recibido			0.5%	0.5%		5.1%	0.7%	-

(1) Tasas de interés promedio ponderada.

El 4 de diciembre de 2007, la Compañía obtuvo la aprobación de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para la emisión de certificados bursátiles de largo plazo por un monto de Ps. 10,000 (valor nominal) o su equivalente en unidades de inversión. Al 31 de diciembre del 2009, la Compañía ha efectuado las siguientes emisiones: i) el 5 de diciembre de 2007, la Compañía emitió certificados bursátiles por un monto de Ps. 3,500 (valor nominal) con fecha de vencimiento del 29 de noviembre del 2013 y con una tasa de interés variable; ii) el 5 de diciembre del 2007, la Compañía emitió certificados bursátiles por 637,587,000 Unidades de Inversión (UDIS con valor nominal total de Ps. 2,500), con fecha de vencimiento de 24 de noviembre del 2017 y con una tasa de interés fija, iii) el 26 de mayo del 2008, la Compañía emitió certificados bursátiles por Ps. 1,500 (valor nominal) con fecha de vencimiento del 23 de mayo del 2011 y con una tasa de interés variable y iv) en marzo 9, 2007, la Compañía emitió certificados bursátiles por Ps. 3,000 (valor nominal), con fecha de vencimiento en 2012, a una tasa de interés variable.

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

Nota 18. Otros Gastos.

En 2007, se aprobó un programa de jubilación anticipada de personal en FEMSA Cerveza a partir de 2008. El efecto a resultados al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue de Ps. 111 y Ps. 125, respectivamente y se registró en otros gastos como modificación al plan de pensiones (ver Nota 15).

Coca-Cola FEMSA reconoció en 2009 y 2008 programas de reestructuración estratégica, cuyos costos se registraron en otros gastos en el estado de resultados consolidado. Estos costos consisten en pagos por indemnizaciones asociadas con un

programa de beneficios preestablecidos. Por los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008, los pagos relacionados fueron Ps. 113 y Ps. 169, respectivamente.

	2009	2008	2007
PTU (ver Nota 4 r)	Ps. 1,179	Ps. 933	Ps. 553
Adopción de amnistía en Brasil	642	-	-
Provisión de vacaciones	563	-	-
Bajas de los activos de largo plazo ⁽¹⁾	336	502	130
Indemnizaciones de reestructura y modificación al plan de pensiones	296	346	255
Pérdida en venta de activo fijo	221	185	68
Donativos	156	138	149
Participación en asociadas	(110)	13	(154)
Contingencias	(5)	30	439
Pérdida neta actuarial pendiente por amortizar (ver Nota 2 i)	-	198	-
Otros	228	29	(143)
Total	Ps. 3,506	Ps. 2,374	Ps. 1,297

(1) Cargos por bajas relacionadas a activos fijos retirados de su operación ordinaria y otros activos de larga duración.

Nota 19. Valor Razonable de los Instrumentos Financieros.

La Compañía usa la jerarquía de valor razonable de tres niveles para ordenar las variables de información utilizadas al determinar el valor razonable. Los tres niveles se describen como sigue:

- **Nivel 1:** Precios cotizados (sin ajustar) en mercados activos para activos o pasivos idénticos a los que puede acceder la Compañía a la fecha de medición.
- **Nivel 2:** Información diversa a las cotizaciones que clasifican bajo Nivel 1 que son observables para el activo o pasivo ya sea de forma directa o indirecta.
- **Nivel 3:** Es información no observable para el activo o pasivo. Información no observable deberá ser usada para medir el valor razonable cuando no se tenga disponible información observable, de esta forma permitiendo situaciones en las que existe poca o nula actividad de mercado para el activo o pasivo a la fecha de medición.

La Compañía calcula el valor razonable de los activos y pasivos financieros clasificados como Nivel 2 utilizando el método de ingreso, el cual consiste en determinar el valor razonable a través de flujos esperados, descontados. La siguiente tabla resume los activos y pasivos financieros a valor razonable al 31 de diciembre de 2009 y 2008.

	2009		2008	
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 1	Nivel 2
Equivalentes de efectivo	Ps. 10,365		Ps. 4,585	
Instrumentos financieros	2,113			
Activos del fondo	3,417		2,752	
Instrumentos financieros derivados (activo)		Ps. 1,245		Ps. 1,804
Instrumentos financieros derivados (pasivo)		2,154		4,466

La Compañía no utiliza variables de información clasificadas como Nivel 3 para la medición del valor razonable.

a) Deuda Total:

El valor razonable de los pasivos bancarios 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 se determina en base a los precios de cotización del mercado.

	2009	2008
Valor en libros	Ps. 43,663	Ps. 43,858
Valor razonable	43,626	43,709

b) Swaps de Tasa de Interés:

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

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

Fecha de Vencimientos	Valor de Referencia	Valor Razonable Activo (Pasivo)
2010	Ps. 2,267	Ps. (72)
2011	2,413	(108)
2012	3,589	(170)
2013	7,836	(149)
2014	575	3
2015 a 2018	4,463	(12)

Una porción de ciertos contratos de swaps de tasa de interés no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados como parte del resultado integral de financiamiento.

El efecto neto de contratos vencidos que son considerados como coberturas, se reconoce como un gasto financiero en el resultado integral de financiamiento.

c) Forwards para Compra de Monedas Extranjeras:

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

Los cambios netos en el valor razonable de contratos forward que no cumplen con los criterios contables de cobertura se registran en el estado de resultados consolidado como parte del resultado integral de financiamiento. El efecto neto de contratos vencidos que no cumplen con los criterios contables de cobertura se reconoce como una ganancia o pérdida de valor de mercado en la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

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

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares y en otras monedas; los cuales son reconocidos en el estado de situación financiera consolidado a su valor razonable estimado. El valor razonable se calcula con los tipos de cambio y tasas de interés cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Dichos contratos están designados como coberturas de flujo de efectivo por lo tanto los cambios en el valor de mercado son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con derivados de tasa de interés y de tipo de cambio que han sido designados como de cobertura de valor de mercado. Los cambios en el valor de mercado del derivado, se registran en resultados, como parte de la porción inefectiva de instrumentos derivados, netos de los cambios de valor de mercado del pasivo de largo plazo al cual están asignados.

Ciertos contratos de swaps de tasa de interés y tipo de cambio no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del resultado integral de financiamiento.

e) Contratos de Precio de Materias Primas:

La Compañía tiene contratados diversos instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas. El valor razonable de estos contratos se calcula con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. El cambio en el valor razonable de los contratos de precio de materia prima se reconoce como parte de la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

Ciertos contratos de instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del estado consolidado de resultados.

f) Instrumentos Financieros Derivados Implícitos:

La Compañía ha determinado que ciertos contratos de arrendamiento en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos se estima con la cotización del tipo de cambio del mercado para dar por terminado dicho contrato a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

g) Montos Nacionales y Valores Razonables de Instrumentos Financieros Derivados que Cumplen con los Criterios de Cobertura:

	Montos Nacionales	Valor Razonable	
		2009	2008
COBERTURA DE FLUJO DE EFECTIVO:			
Activos:			
Swaps de tipo de cambio y tasa de interés	2,115	Ps. 433 ⁽¹⁾	Ps. 578
Contratos forward		-	458
Swaps de tasa de interés	575	3	16
Pasivos:			
Contratos forward	1,195	Ps. 16 ⁽²⁾	-
Swaps de tasa de interés	20,568	511	Ps. 300
Contratos de precio de materias primas	5,199	977 ⁽³⁾	2,955
COBERTURA DEL VALOR RAZONABLE:			
Activos:			
Swaps de tipo de cambio y tasa de interés	2,814	Ps. 561 ⁽⁴⁾	Ps. 333

(1) Expiran en 2013.

(2) Expiran en 2010.

(3) Fechas de vencimiento entre 2010 y 2013.

(4) Fechas de vencimiento en 2013 y 2017.

h) Efectos Netos de Contratos Vencidos que Cumplen con los Criterios de Cobertura:

Tipos de Derivados	Impacto en el Estado de Resultados			
		2009	2008	2007
Swaps de tasas de interés	Gasto financiero	Ps. 503	Ps. 212	Ps. 357
Contratos forward	Fluctuación cambiaria	(1)	115	(15)
Swaps de tipo de cambio	Fluctuación cambiaria/ gasto financiero	(135)	(178)	(37)
Contratos de precio de materias primas	Costo de ventas	(1,096)	17	(82)

i) Efecto Neto del Valor Razonable de los Instrumentos Financieros Derivados que No Cumplen con los Criterios de Cobertura para Propósitos Contables:

Tipos de Derivados	Impacto en el Estado de Resultados	2009			2008			2007		
		Ps.			Ps.			Ps.		
Swaps de tasa de interés	Utilidad (pérdida) en	Ps.	-		Ps.	24		Ps.	34	
Contratos de precio de materias primas	valuación de la porción		(165)			(474)			(43)	
Contratos forward para la compra de moneda extranjera	inefectiva de instrumentos financieros		(63)			(643)			22	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio	derivados		169			(224)			64	

j) Efecto Neto del Valor Razonable de Otros Instrumentos Financieros Derivados que No Cumplen con los Criterios de Cobertura para Propósitos Contables:

Tipos de Derivados	Impacto en el Estado de Resultados	2009			2008			2007		
		Ps.								
Derivados Implícitos	Utilidad (pérdida) en la	Ps.	78			(138)			(9)	
Otros	valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados		6			(1)			1	

Nota 20. Participación No Controladora en Subsidiarias Consolidadas.

A continuación se muestra un análisis de la participación no controladora de FEMSA en sus subsidiarias consolidadas al 31 de diciembre de 2009 y 2008:

	2009	2008
Coca-Cola FEMSA	Ps. 32,918	Ps. 27,575
FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	1,219	464
Otros	55	35
	Ps. 34,192	Ps. 28,074

(1) Participación no controladora en Kaiser.

Nota 21. Capital Contable.

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

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, el capital social de FEMSA está representado por 17,891,131,350 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y sin cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 300 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones ordinarias son las siguientes:

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

Las acciones serie "D" están divididas en:

- Acciones subserie "D-L," las cuales podrán representar hasta un 25% de la serie "D";

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

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

- Unidades “B,” que amparan cada una, cinco acciones serie “B,” las cuales cotizan en la BMV; y
- 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.

Los estatutos de la Compañía, establecían que en mayo de 2008 la estructura accionaria establecida en 1998 podría modificarse desvinculando las subseries “D-B” en acciones “B” y las subseries “D-L” en acciones “L.”

El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de modificar los estatutos de la Compañía para preservar la estructura unitaria de las acciones de la Compañía establecida en mayo de 1998 así como mantener la estructura accionaria posterior al 11 de mayo de 2008.

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

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

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

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarían el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. A partir de 2003, este impuesto puede ser acreditado contra el ISR anual del año en el que los dividendos se pagan y en los siguientes dos años contra el impuesto sobre la renta y los pagos estimados. Al 31 de diciembre de 2009, el saldo de la CUFIN de la Compañía asciende a Ps. 55,604.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 25 de marzo de 2009, se acordó distribuir dividendos de Ps. 0.08079 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “B” y Ps. 0.10099 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “D,” los cuales se pagaron en mayo de 2009. Adicionalmente, los accionistas aprobaron una reserva para recompra de acciones de un máximo de Ps. 3,000.

Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía no ha realizado recompras de acciones.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 23 de marzo de 2009, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 1,344, el cual se pagó en abril de 2009. El dividendo pagado a la participación no controladora fue de Ps. 622.

La siguiente tabla muestra los dividendos pagados de la Compañía y de Coca-Cola FEMSA al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007:

	2009	2008	2007
FEMSA	Ps. 1,620	Ps. 1,620	Ps. 1,525
Coca-Cola FEMSA (100% dividendo pagado)	1,344	945	831

Nota 22. Utilidad Controladora por Acción.

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

A continuación se presenta el número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007:

	Millones de Acciones			
	Serie "B"		Serie "D"	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2007, 2008 y 2009	9,246.42	9,246.42	8,644.71	8,644.71
Derechos de dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11 %		53.89 %	

Nota 23. Entorno Fiscal.

a) Impuestos a la Utilidad:

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

	Operaciones en México			Operaciones Extranjeras		
	2009	2008	2007	2009	2008	2007
Utilidad antes de impuesto	12,966	12,290	12,621	7,093	2,335	4,762
Impuesto a la utilidad:						
Impuesto a la utilidad corriente	4,408	4,931	3,821	2,193	1,736	1,368
Impuesto a la utilidad diferido	(910)	(2,433)	(332)	(1,783)	(27)	93

La diferencia de sumar la utilidad consolidada antes de impuestos son los dividendos que se eliminan en el estado financiero consolidado de la Compañía. Los impuestos pagados en el extranjero, son acreditados al impuesto consolidado del ejercicio pagado en México.

Las tasas de impuestos a la utilidad aplicables al 31 de diciembre de 2009 en los países en donde opera la Compañía, el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales y los ejercicios anteriores sujetos a revisión se mencionan a continuación:

	Tasa ISR	Vigencia de las Pérdidas Fiscales (Años)	Periodos Abiertos (Años)
México	28%	10	5
Guatemala	31%	N/A	4
Nicaragua	30%	3	4
Costa Rica	30%	3	4
Panamá	30%	5	3
Colombia	33%	8	2
Venezuela	34%	3	4
Brasil	34%	Indefinido	6
Argentina	35%	5	5

La tasa de ISR causada en México fue del 28% para el 2009, 2008 y 2007.

El 1 de enero de 2010 entró en vigor la Reforma Fiscal Mexicana cuyos cambios más importantes son los siguientes: La tasa del impuesto al valor agregado (IVA) incrementa del 15% al 16%, el incremento en el impuesto especial sobre producción y servicios de 25% a 26.5%, y la tasa del impuesto sobre la renta cambia de 28% en 2009, a 30% en 2010, 2011 y 2012 y posteriormente en 2013 y 2014 disminuirá a 29% y 28%, respectivamente. Adicionalmente, la Reforma Fiscal requiere la reversión del impuesto diferido reconocido desde 1999 y hasta 2004. Esto requerirá un cálculo anual de los beneficios fiscales alcanzados en la consolidación fiscal de cinco años (ver Nota 23 d y e).

En Colombia las pérdidas fiscales 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 34% en 2007 a 33% en 2008 y 2009.

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

En el año 2009, el gobierno brasileño ofreció una amnistía que otorga un descuento por multas y recargos relacionados con contingencias fiscales y permite la aplicación de pérdidas fiscales al saldo remanente. En noviembre de 2009, nuestras operaciones en Brasil anunciaron al gobierno brasileño la adopción de dicha amnistía. Como resultado, la Compañía, canceló contingencias fiscales por Ps. 1,008 (ver Nota 24) y aplicó pérdidas fiscales por Ps. 6,886 (ver Nota 23 f). Después de la adopción de la amnistía, al 31 de diciembre de 2009, las contingencias fiscales y las pérdidas fiscales en Brasil sumaron Ps. 941 y Ps. 6,617, respectivamente. Adicionalmente, desde la adquisición de Kaiser la Compañía identificó algunas contingencias como “posibles” de que se materializaran, por esta razón, MolsonCoors previo controlador de Kaiser, aceptó indemnizar a la Compañía por cualquier pérdida relacionada a aquellas contingencias. Esta indemnización está limitada al 82.95%, equivalente al porcentaje de Kaiser que la Compañía compró a MolsonCoors. Como consecuencia se mantiene el reconocimiento de una cuenta por cobrar de largo plazo con MolsonCoors de Ps. 1,487 en relación a la utilización de pérdidas fiscales para cancelar dichas contingencias, la cual está registrada en cuentas por cobrar y otros activos.

b) Impuesto al Activo:

En el 2007, se modifica la tasa de 1.8% a 1.25%, así como la base del cálculo eliminando las deducciones de pasivos. A partir de 2008 el impuesto al activo desaparece en México y se reemplaza por el Impuesto Empresarial a Tasa Única (ver Nota 23 c). Los pagos del impuesto al activo en México de ejercicios anteriores a la entrada en vigor del IETU podrán ser acreditados en forma actualizada contra el importe de ISR generado en el ejercicio cuando éste sea mayor al importe generado de IETU del mismo periodo, hasta por el equivalente al 10% del pago del impuesto al activo realizado en los ejercicios de 2007, 2006 o 2005, el que sea menor.

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

c) Impuesto Empresarial a Tasa Única (“IETU”):

A partir de 2008 entró en vigor en México el IETU, este impuesto reemplaza al Impuesto al Activo y funciona de manera similar a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no pueden ser acreditadas a los pagos futuros de ISR. El impuesto a pagar será el que sea más alto de comparar el IETU con el ISR, calculado bajo las leyes del impuesto sobre la renta. El IETU aplica a personas morales y físicas, incluyendo los establecimientos permanentes de entidades extranjeras en México, a una tasa de 17.5% a partir de 2010. Para los años 2008 y 2009, las tasas a aplicar serán de 16.5% y de 17.0%, respectivamente. El IETU es calculado sobre una base de flujos de efectivo, por lo que la base para el cálculo del impuesto es determinada dependiendo de la procedencia del efectivo con ciertas deducciones y créditos. En el caso de ingresos derivados de ventas de exportación, en donde el efectivo no ha sido cobrado en los últimos 12 meses, el ingreso aparecerá como realizado al final de los 12 meses. Adicionalmente, a diferencia del ISR el cual es utilizado para la consolidación fiscal, las compañías que incurran en IETU deberán reportarlo de forma individual.

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

d) Impuestos a la Utilidad Diferidos:

A partir de enero de 2008, de acuerdo a lo establecido en la NIF B-10, "Efectos de la Inflación," en México se suspende la aplicación de la contabilidad inflacionaria. Sin embargo, para efectos fiscales, el saldo de activo fijo se continúa actualizando a través de la aplicación del INPC, por lo que la diferencia entre los valores fiscales y contables se incrementará, generando un impuesto diferido.

El impacto a impuestos a la utilidad diferidos generado por las diferencias temporales de pasivos (activos) son las siguientes:

Impuestos a la Utilidad Diferidos	2009	2008
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (179)	Ps. (137)
Inventarios	22	137
Pagos anticipados	79	137
Propiedad, planta y equipo	4,515	5,366
Inversión en acciones	(38)	(24)
Intangibles y otros activos	(1,687)	(2,640)
Amortización de activos intangibles	(107)	48
Activos intangibles no amortizables	2,233	1,714
Obligaciones laborales	(863)	(735)
Instrumentos financieros derivados	(359)	(832)
Reserva para contingencias	(805)	(658)
Provisiones diferidas no deducibles	(1,667)	(1,170)
PTU por pagar	(185)	(171)
Impuesto al activo por recuperar	(21)	(252)
Pérdidas fiscales por amortizar	(4,217)	(4,457)
Reserva de beneficios por pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables	2,033	3,675
Otras reservas	964	1,152
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	(282)	1,153
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	1,254	1,247
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	Ps. 972	Ps. 2,400

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

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 1,153	Ps. 2,320
Pérdida por posición monetaria	87	48
Provisión del año	(495)	(2,460)
Aplicación de pérdidas fiscales por adopción de amnistía	2,066	-
Reversión de pérdidas fiscales	(2,066)	-
Cambios en la tasa impositiva de ISR	(131)	-
Efecto en pérdidas fiscales ⁽¹⁾	(1,874)	-
Diferido cancelado por cambio en principio contable	(71)	-
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	-	160
Instrumentos financieros derivados	415	(722)
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	592	1,709
Efecto de actualización de saldos iniciales	42	98
Saldo final	Ps. (282)	Ps. 1,153

(1) Efecto derivado de la reforma fiscal mexicana 2010, el cual se reclasificó a otros pasivos circulantes y otros pasivos de acuerdo a su vencimiento.

e) Provisión del Año:

	2009	2008	2007
Impuestos a la utilidad causado	Ps. 6,600	Ps. 6,667	Ps. 4,965
Beneficio fiscal por amnistía	(2,066)	-	-
Cambio en tasa impositiva de ISR ⁽¹⁾	(131)	-	-
Impuesto al activo	-	-	224
Impuesto diferido	(495)	(2,460)	(239)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	Ps. 3,908	Ps. 4,207	Ps. 4,950

(1) Efecto derivado de la reforma fiscal mexicana 2010.

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. El efecto de las pérdidas fiscales, neto de los beneficios de consolidación esperados, y sus años de vencimiento se presenta a continuación:

Año	Pérdidas Fiscales por Amortizar	Impuesto al Activo por Recuperar
2010	Ps. 241	Ps. 6
2011	163	1
2012	144	9
2013	257	32
2014	452	59
2015	1,515	10
2016	734	15
2017 y años subsecuentes	3,351	131
Indefinidas (Brasil ver Nota 23 a)	6,617	-
	13,474	263
Perdidas fiscales utilizadas en consolidación	(6,105)	-
	Ps. 7,369	Ps. 263

Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 13,734	Ps. 11,095
Provisión	574	4,060
Aplicación de pérdidas fiscales ⁽¹⁾	(9,693)	(890)
Efecto por conversión de saldo inicial	3,017	(531)
Saldo final	Ps. 7,632	Ps. 13,734

(1) En 2009, se incluye la cantidad de Ps. 6,886, en relación al uso de pérdidas fiscales por amortizar por la adopción de la amnistía.

Debido a la incertidumbre relacionada con la realización de ciertas pérdidas fiscales de años anteriores por Ps. 5,979 se ha registrado una valuación estimada para reducir el ISR diferido asociado con dichas pérdidas fiscales de años anteriores. A continuación se muestran los cambios en la estimación, los cuales reducen el impuesto diferido asociado:

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 3,675	Ps. 3,360
Provisión	-	690
Pérdidas fiscales aplicadas ⁽¹⁾	(2,668)	(213)
Actualización del saldo inicial	1,026	(162)
Saldo final	Ps. 2,033	Ps. 3,675

(1) En 2009, se incluye la cantidad de Ps. 2,066, en relación de la aplicación de pérdidas fiscales por la adopción de la amnistía.

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

	2009	2008	2007
Tasa impositiva ISR México	28.0%	28.0%	28.0%
Efecto por adopción de amnistía	(10.9)%	-	-
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y ajuste por inflación fiscal	(1.4)%	(2.2)%	(1.1)%
Gastos no deducibles	2.1%	3.3%	1.7%
Diferencia entre tasas de renta de países	2.1%	2.5%	1.7%
Ingresos no acumulables	(0.6)%	(1.0)%	-
Otros	1.3%	0.6%	(1.0)%
	20.6%	31.2%	29.3%

Nota 24. Otros Pasivos, Contingencias y Compromisos.

a) Otros Pasivos Circulantes:

	2009	2008
Instrumentos financieros derivados	Ps. 868	Ps. 3,089
Acreedores diversos	2,271	2,035
Vencimiento de otros pasivos de largo plazo	464	342
Otros	4	30
Total	Ps. 3,607	Ps. 5,496

b) Otros Pasivos:

	2009	2008
Contingencias	Ps. 3,052	Ps. 5,050
Impuestos por pagar de largo plazo	1,428	-
Obligación por adopción de amnistía	2,389	-
Instrumentos financieros derivados	1,286	1,377
Vencimiento de otros pasivos de largo plazo	(464)	(342)
Otros	2,668	2,775
Total	Ps. 10,359	Ps. 8,860

c) Contingencias Registradas en el Estado de Situación Financiera:

La Compañía registra pasivos por contingencias cuando considera que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de las contingencias registradas corresponden a las recientes adquisiciones de negocios. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2009:

	Total
Impuestos indirectos	Ps. 1,164
Laborales	1,672
Legales	216
Total	Ps. 3,052

d) Cambios en el Saldo de Contingencias Registradas:

	2009	2008
Saldo inicial	Ps. 5,050	Ps. 5,230
Provisión ⁽¹⁾	524	948
Multas y recargos	258	50
Cancelación de reserva	(470)	(690)
Pagos	(390)	(572)
Adopción de amnistía	(1,008)	-
Transferencia a otros pasivos	(2,389)	-
Conversión del saldo inicial	1,477	84
Saldo final	Ps. 3,052	Ps. 5,050

(1) Incluye la adquisición de REMIL en 2008 por Ps. 607, registrada mediante el método de compra.

e) Juicios Pendientes de Resolución:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter fiscal, legal y laboral relacionados principalmente con sus subsidiarias Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Estos procesos son generados en el curso normal del negocio y son comunes en la industria en la cual los negocios participan. Al 31 de diciembre de 2009, el monto agregado de estos juicios equivale a \$11,922 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. La Compañía no espera un efecto significativo derivado de estas contingencias.

f) Contingencias Garantizadas:

Como es costumbre en Brasil, la Compañía ha sido requerida por las autoridades fiscales a garantizar contingencias fiscales en litigio por la cantidad de Ps. 3,251, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

g) Compromisos:

Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía tiene compromisos contractuales de 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 2009, se integran de la siguiente forma:

	Pesos Mexicanos	Dólares Americanos	Otras Monedas
2010	Ps. 1,607	Ps. 178	Ps. 151
2011	1,504	45	145
2012	1,428	44	114
2013	1,335	26	35
2014	1,209	1	8
2015 en adelante	6,182	-	16
Total	Ps. 13,265	Ps. 294	Ps. 469

El gasto por rentas fue de Ps. 2,469, Ps. 2,080 y Ps. 1,737 por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007, respectivamente.

Nota 25. Información por Segmentos.

Información analítica por segmento es presentada considerando las unidades de negocio y las áreas geográficas en las cuales la Compañía opera y de igual forma se presenta de acuerdo a la información utilizada para la toma de decisiones de la administración.

La información presentada se basa en las políticas contables de la Compañía. Las operaciones intercompañías se eliminan y son presentadas dentro de la columna de ajustes de consolidación.

a) Por Unidad de Negocio:

2009	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps.102,767	Ps. 46,336	Ps. 53,549	Ps. 12,302	Ps. (17,921)	Ps. 197,033
Ingresos intercompañías	1,287	6,878	12	9,744	(17,921)	-
Utilidad de operación	15,835	5,894	4,457	826	-	27,012
Depreciación ⁽²⁾	3,473	1,927	819	76	-	6,295
Amortización	307	2,005	461	21	-	2,794
Otros cargos virtuales ^{(3) (4)}	368	2,082	49	217	-	2,716
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	124	207	-	5	-	336
Gasto financiero	1,895	2,477	954	2,158	(2,287)	5,197
Producto financiero	286	322	27	2,217	(2,287)	565
Impuestos a la utilidad	4,043	(1,296)	544	617	-	3,908
Inversiones en activo fijo de largo plazo	6,282	4,111	2,668	117	-	13,178
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	16,840	7,468	3,028	3,459	-	30,795
Flujos netos de efectivo generados por actividades de inversión	(8,900)	(3,537)	(2,634)	(763)	-	(15,834)
Flujos netos de efectivo (aplicados) generados en actividades de financiamiento	(6,029)	(3,139)	(346)	1,803	-	(7,711)
Activos de largo plazo	87,022	58,557	12,378	22,491	(18,737)	161,711
Total activos	110,661	72,029	19,693	31,475	(22,767)	211,091
2008						
Ingresos totales	Ps. 82,976	Ps. 42,385	Ps. 47,146	Ps. 9,401	Ps. (13,886)	Ps. 168,022
Ingresos intercompañías	1,021	5,534	10	7,321	(13,886)	-
Utilidad de operación	13,695	5,394	3,077	518	-	22,684
Depreciación ⁽²⁾	3,036	1,748	663	136	(75)	5,508
Amortización	240	1,871	422	27	-	2,560
Otros cargos virtuales ^{(3) (4)}	145	634	46	105	-	930
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	371	124	-	7	-	502
Gasto financiero	2,207	2,318	665	1,061	(1,321)	4,930
Producto financiero	433	477	27	982	(1,321)	598
Impuestos a la utilidad	2,486	1,037	351	333	-	4,207
Inversiones en activo fijo de largo plazo	4,802	6,418	2,720	294	-	14,234
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	12,139	4,831	2,121	3,973	-	23,064
Flujos netos de efectivo generados por actividades de inversión	(7,299)	(5,928)	(2,718)	(2,115)	-	(18,060)
Flujos netos de efectivo						

(aplicados) generados en actividades de financiamiento	(5,261)	480	870	(2,249)	-	(6,160)
Activos de largo plazo	79,966	54,393	10,888	10,188	(7,077)	148,358
Total activos	97,958	67,854	17,185	15,599	(11,251)	187,345

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 d) y la participación en compañías asociadas.

2007	Coca-Cola	FEMSA	FEMSA	(1)		Consolidado
	FEMSA	Cerveza	Comercio	Otros	Eliminaciones	
Ingresos totales	Ps. 69,251	Ps. 39,566	Ps. 42,103	Ps. 8,124	Ps. (11,488)	Ps. 147,556
Ingresos intercompañías	864	4,256	16	6,352	(11,488)	-
Utilidad de operación	11,486	5,497	2,320	433	-	19,736
Depreciación (2)	2,637	1,637	543	113	-	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	-	2,465
Otros cargos virtuales (4)	173	426	28	90	-	717
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	-	91	-	2	-	93
Gasto financiero	2,178	2,196	453	1,031	(1,137)	4,721
Producto financiero	613	342	38	913	(1,137)	769
Impuestos a la utilidad	3,336	888	377	349	-	4,950
Inversiones en activo fijo de largo plazo	3,682	5,373	2,112	90	-	11,257

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 d) y la participación en compañías asociadas.

b) Por Área Geográfica:

Las operaciones de la Compañía se agrupan en las siguientes divisiones: (i) división México; (ii) división Latincentro, integrada por los territorios que comprenden la región de Centro América y Colombia; (iii) Venezuela; y (iv) división Mercosur, integrada por los territorios de Brasil y Argentina.

Venezuela opera en una economía con control de cambios, lo cual es limitante para que sea integrada a otro segmento de acuerdo a lo establecido en el Boletín B-5 "Información por Segmentos."

2009	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 126,872	Ps. 9,429	Ps. 111,793	Ps. 149,674
Latincentro (1)	16,211	1,269	17,992	20,636
Venezuela	22,448	1,248	8,945	13,746
Mercosur (2)	32,362	1,232	22,938	33,848
Eliminaciones	(860)	-	-	(6,813)
Consolidado	Ps. 197,033	Ps. 13,178	Ps. 161,668	Ps. 211,091

2008	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 114,640	Ps. 11,032	Ps. 104,630	Ps. 138,660
Latincentro (1)	12,853	1,209	16,833	21,284
Venezuela	15,217	715	6,883	9,817
Mercosur (2)	25,755	1,278	19,821	27,815
Eliminaciones	(443)	-	-	(10,392)
Consolidado	Ps. 168,022	Ps. 14,234	Ps. 148,167	Ps. 187,184

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

2007	Inversiones en			Total Activos
	Ingresos Totales	Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	
México	Ps. 106,136	Ps. 9,137	Ps. 98,302	Ps. 120,965
Latincentro ⁽¹⁾	11,901	971	13,739	18,268
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Mercosur ⁽²⁾	20,127	1,158	16,114	24,149
Eliminaciones	(400)	-	-	(3,951)
Consolidado	Ps. 147,556	Ps. 11,257	Ps. 132,310	Ps. 165,795

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

Note 26. Impacto Futuro de Nuevos Pronunciamientos Contables.

En octubre de 2008, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) notificó su intención de adoptar las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) emitidas por el *International Accounting Standards Board* (IASB), para aquellos emisores que se ofrecen o venden sus acciones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Por esta razón, la CNBV está trabajando en el marco regulatorio requerido para establecer los lineamientos necesarios para la preparación y revelación de la información financiera aplicando las normas internacionales a partir de 2012. Adicionalmente, la CNBV ha permitido a los emisores adoptar las normas internacionales anticipadamente (para los reportes de 2008, 2009, 2010 y 2011). Actualmente, la Compañía está en el proceso de evaluación del impacto de adoptar las normas internacionales.

En diciembre 2009, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. (“CINIF”) emitió las siguientes NIF con aplicación según se describe. Excepto cuando así se describa, la Compañía adoptará estos pronunciamientos cuando sean efectivos. La Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera, sin embargo no se esperan impactos significativos, excepto cuando así sea descrito:

- **NIF B-5, “Información Financiera por Segmentos”**

La NIF B-5 Información Financiera por Segmentos, establece las definiciones y criterios para que las entidades reporten su información por segmento operativo. La NIF B-5 señala que un segmento operativo es aquél que cumple con las siguientes características: i) desarrolla actividades de negocio generando o en vías de generar ingresos, así como los costos y gastos relativos, ii) los resultados de operación son revisados de forma regular por la máxima autoridad en la toma de decisiones de operación de la entidad, y iii) dispone de la información financiera específica. La NIF B-5 requiere que por los segmentos operativos sujetos a informar se deberá incluir el detalle de información de resultados, activos y pasivos, así como conciliaciones, información de productos y servicios y áreas geográficas señalada en esta norma. La NIF B-5 es efectiva a partir del 1 de enero de 2011 y se deberá aplicar retrospectivamente para efectos de comparabilidad de la información.

- **NIF B-9, “Información Financiera a Fechas Intermedias”**

La NIF B-9 “Información Financiera a Fechas Intermedias,” establece la información que se deberá integrar a un determinado periodo intermedio para estados financieros completos o condensados. De acuerdo a esta norma, los estados financieros completos incluyen: a) un estado de posición financiera al final del periodo, b) un estado de resultados por el periodo, c) un estado de variaciones en el capital contable por el periodo, d) un estado de flujo de efectivo por el periodo, y e) notas a dichos estados financieros que mencionen las políticas contables relevantes y otras notas explicativas. Los estados financieros condensados deben incluir: a) un estado de posición financiera consolidado, b) un estado de resultados condensado o en su caso el estado de actividades condensado, c) un estado de variaciones en el capital contable condensado, d) un estado de flujos de efectivo condensado, y e) notas a los estados financieros con revelaciones seleccionadas. Esta norma tiene aplicación a partir del 1 de enero de 2011 y establece que los estados financieros de fechas intermedias deberán presentarse de forma comparativa.

- **NIF C-1, “Efectivo y Equivalentes de Efectivo”**

La NIF C-1 “Efectivo y Equivalentes de Efectivo” señala que el efectivo deberá valuarse a su valor nominal, mientras que los equivalentes de efectivo se deberán reconocer inicialmente a su costo de adquisición. Adicionalmente la NIF C-1 señala el reconocimiento posterior de los equivalentes de efectivo según su denominación: metales preciosos a su valor razonable, monedas extranjeras a la moneda de informe aplicando el tipo de cambio de cierre, otros denominados en otra medida de intercambio deberán reconocerse a la medida establecida para este efecto a la fecha de cierre de los estados

financieros, y las inversiones disponibles a la venta deberán presentarse a su valor razonable. La NIF C-1 establece que el efectivo y equivalente de efectivo deberán presentarse en el primer rubro del activo, incluyendo el correspondiente a efectivo restringido. Esta norma es efectiva a partir del 1 de enero de 2010 y deberá aplicarse de forma retrospectiva en la presentación de estados financieros desde esa fecha, causando un incremento en el saldo de efectivo como resultado del tratamiento de la presentación del efectivo restringido.

Note 27. Eventos Subsecuentes.

- En enero 7, 2010, se publicó el índice nacional de precios al consumidor acumulado al 31 de diciembre de 2009 de Venezuela. La inflación acumulada de los últimos 3 años de este país, considerando el 2009 fue de 101.6%. Por lo tanto, a partir de enero 1 de 2010, se considera a Venezuela como país hiperinflacionario. Para propósitos contables, este evento no tiene efecto en la información financiera consolidada ya que de acuerdo a la NIF B-10 “Efectos de la Inflación,” Venezuela ya reconocía contabilidad inflacionaria desde la adopción de esta norma, la cual requiere inflación acumulada de los últimos 3 años superior al 26%.
- El 8 de enero de 2010, el Presidente venezolano Hugo Chávez anunció la devaluación del bolívar (BsF). El tipo de cambio oficial de 2.150 bolívares por dólar, en uso desde 2005, es reemplazado a partir del 11 de enero de 2010 por un régimen dual. Los dos tipos de cambio oficiales serán (1) “para productos esenciales” a BsF 2.60 por dólar americano y (2) “para productos no esenciales” a BsF 4.30 por dólar americano, (3) el reconocimiento de la existencia de otro tipo de cambio determinado por el gobierno. El Presidente anunció que los importadores de productos esenciales como alimentos, medicina, maquinaria pesada, remesas familiares y las importaciones del sector público incluyendo material escolar, ciencia y relativo a necesidades tecnológicas, estarán disponibles a un tipo de cambio de 2.60 bolívares por dólar americano, y un tipo de cambio superior de 4.30 bolívares será el que se aplique para la mayoría de la economía, incluyendo los sectores automotrices, químicos, plástico, aparatos, textil, electrónicos, tabaco, bebidas y telecomunicaciones, así como para la repatriación de dividendos de inversionistas extranjeros. El tipo de cambio que se utilizará para convertir la información financiera de Venezuela a la moneda de reporte a partir de enero de 2010 de acuerdo a las normas contables será de 4.30 bolívares por dólar americano. Al 31 de diciembre de 2009, los estados financieros se convirtieron a pesos mexicano utilizando el tipo de cambio de 2.15 bolívares por dólar americano. Como resultado de esta devaluación, el balance general de la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Venezuela refleja una reducción en su capital contable de ps. 3,700 el cual fue reconocido al momento de la devaluación en enero 2010. La devaluación del bolívar no resultó en pérdidas significativas en enero 2010 como resultado de una revaloración de los elementos denominados en dólares americanos al 31 de diciembre de 2009..
- El 11 de enero de 2010, FEMSA anunció el intercambio de su negocio FEMSA Cerveza por el 20% de interés económico en el grupo Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo. El 26 de abril de 2010, la Asamblea General de Accionistas de FEMSA aprobó el intercambio accionario el cual se completó el 30 de abril del mismo año. A la fecha de cierre, FEMSA recibió 43,009,699 acciones de Heineken NV, 43,018,320 acciones de Heineken Holding NV y un instrumento (“Alloted Share Instrument”) el cual representa 29,172,504 acciones, las cuales serán entregadas durante los próximos 5 años. Las acciones recibidas por FEMSA representan el 7.47% de Heineken NV y 14.94% de Heineken Holding NV. El “Alloted Share Instrument” representa el 5.06% de las acciones de Heineken NV y equivale a acciones ordinarias las cuales tienen el derecho de participar de los dividendos y las distribuciones declaradas, pagadas y hechas a partir de la fecha de cierre, en relación a las acciones ordinarias de Heineken. El total de la transacción está valuada en aproximadamente \$7,260, considerando los precios de cierre de mercado de Heineken Holding NV y Heineken NV del 30 de abril de 2010, y asumiendo una deuda de \$ 2,100.
- En febrero 1, 2010, la Compañía y The Coca-Cola Company firmaron modificaciones al acuerdo entre accionistas que confirman contractualmente la capacidad de la Compañía para gobernar las políticas financieras y operativas de Coca-Cola FEMSA, para ejercer control sobre las operaciones en el curso ordinario del negocio y garantizando derechos protectivos a The Coca-Cola Company para efectos de fusiones, adquisiciones o ventas de una línea del negocio. La firma de estas modificaciones se realizó sin la transferencia de contraprestación y no tuvieron impacto en la presentación de la información financiera consolidada de la Compañía de acuerdo a NIF mexicanas.
- El 5 de febrero de 2010, Coca-Cola FEMSA concretó la emisión de Certificados Bursátiles por \$500 que genera intereses a una tasa fija de 4.625% con vencimiento el 15 de febrero de 2020. Coca-Cola FEMSA firmó un acuerdo de derechos de registro con los tenedores de los certificados bursátiles en el cual se requiere a Coca-Cola FEMSA registrar dichos certificados ante la SEC, registro que se espera completar en el año actual. Con los ingresos procedentes de esta emisión, Coca-Cola FEMSA pagó a la fecha de vencimiento los certificados bursátiles de Febrero 25, 2010 por Ps. 2,000 así como Ps. 1,000 de abril 16, 2010.

- En febrero 11, 2010, el Consejo de Administración de FEMSA aprobó un dividendo por Ps. 2,600. Este dividendo fue aprobado por la Asamblea General de Accionsitas el 26 de abril de 2010 y representa un incremento del 62% en relación al dividendo pagado en 2009. El pago del dividendo de 2010 se realizará en dos partes iguales. El primer pago se realizó el 4 de mayo de 2010 y el segundo pago se realizará el 3 de noviembre de 2010.
- En febrero 10, 2010, el Consejo de Administración de Coca Cola FEMSA aprobó un dividendo por Ps. 2,604. Este dividendo fue aprobado por la Asamblea General de Accionsitas el 14 de abril de 2010 y representa un incremento del 94% en relación al dividendo pagado el 26 de Abril 2009.



DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Accionistas de
FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V.

Hemos examinado el balance general consolidado de FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V. y Subsidiarias (subsidiaria de FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.), al 31 de diciembre de 2007, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 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.

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 proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de **FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V. y Subsidiarias**, al 31 de diciembre de 2007, y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en la situación financiera, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

**Mancera, S. C.,
Integrante de
Ernst & Young Global**

C.P.C. Aldo A. Villarreal Robledo

San Pedro Garza García, N.L., México
25 de febrero de 2008