

*Es cuestión de*

**habilidad**

**FEMSA**

Informe Anual 2009

Tenemos la **habilidad**, y la capitalizamos  
para nuestros accionistas.

Este año, FEMSA salió adelante enfrentando retos económicos sin precedentes. Destacamos la habilidad de nuestro talentoso equipo para producir resultados extraordinarios.

Aprovechamos las oportunidades estratégicas, fortalecimos nuestra posición competitiva, e invertimos en nuestras marcas de forma eficiente. Utilizamos nuestra inteligencia comercial para identificar, evaluar y definir segmentos específicos de mercado; así como adaptar nuestra innovadora gama de productos y procesos a la medida de las necesidades dinámicas de nuestros clientes.

Nuestro talentoso equipo de trabajo continuará mejorando nuestra habilidad de crear valor para nuestros accionistas, tanto en los buenos como en los malos tiempos.

## Estimados Accionistas:

### La Transacción que Transforma a FEMSA

El reciente acuerdo para intercambiar nuestro negocio de cerveza por el 20% del capital accionario de Heineken, destaca nuestra capacidad para aprovechar las oportunidades estratégicas de la industria que generan un atractivo valor para nuestra empresa y nuestros accionistas. Después de un proceso de evaluación de casi dos años, donde se analizaron, exploraron y desarrollaron alternativas para el negocio de cerveza, Heineken nos presentó la oportunidad más atractiva para transformar nuestros activos cerveceros.

Dada la continua reconfiguración de la industria cervecera mundial y la consiguiente necesidad de incrementar escala y alcance geográfico para competir de manera efectiva, esta transacción transforma exitosamente las operaciones de FEMSA Cerveza a una parte integral de la plataforma global de liderazgo de Heineken. Heineken cuenta con presencia mundial, escala, capacidades de innovación y fortalecimiento de marca, así como la única marca de cerveza verdaderamente mundial, para competir y triunfar en una escala global. Adicionalmente, esperamos que FEMSA Cerveza deberá contribuir en forma significativa al éxito mundial y en particular en México de Heineken.

Esta operación de US\$7,347 millones de dólares refleja el gran valor que nuestra empresa ha creado en la última década. El monto de esta transacción es resultado directo del exitoso proceso de fortalecimiento de la posición competitiva, portafolio de marcas y capacidades operativas de FEMSA Cerveza. Además, la transacción aumentará



el potencial de la compañía para la creación de valor a largo plazo. Nuestros accionistas se verán beneficiados con las perspectivas de fuerte crecimiento en la industria cervecera mundial, así como con la mayor diversificación de los mercados.

Una vez concretada esta transacción incrementará en forma significativa nuestra flexibilidad financiera y corporativa. Aprovecharemos esta flexibilidad para captar las oportunidades de crecimiento significativas que detectemos para Coca-Cola FEMSA y OXXO.

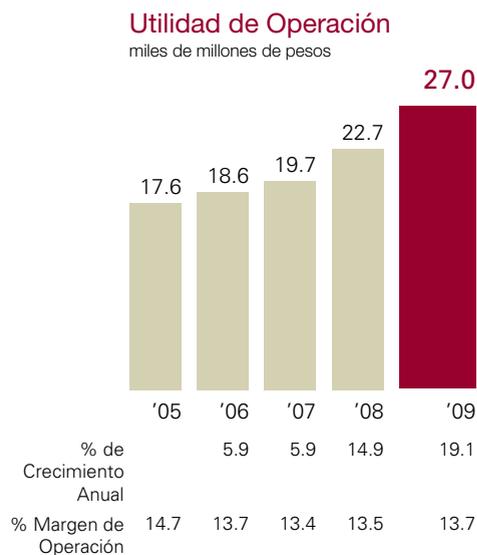
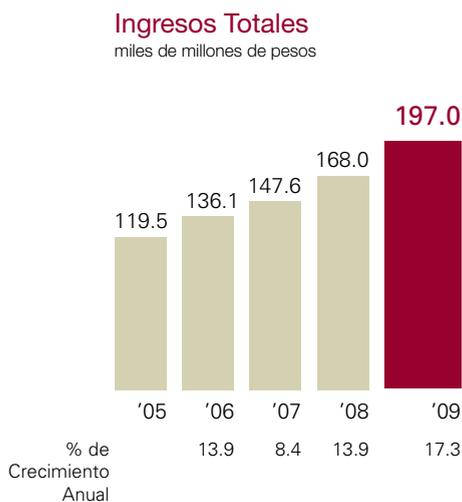
### Resultados 2009 de FEMSA, Cifras Relevantes

Este acuerdo que verdaderamente transforma a FEMSA, marca la culminación de un año excepcional. Frente a un entorno económico mundial extremadamente complejo, los resultados alcanzaron y superaron nuestras expectativas. En el año, los ingresos totales sumaron Ps. 197,033 millones (\$15,089 millones de dólares), un crecimiento de 17.3%. La utilidad de operación ascendió a Ps. 27,012 millones (\$2,068 millones de dólares), 19.1% por encima de la cifra del año anterior. La utilidad neta incrementó 62.6%, alcanzando Ps. 15,082 millones (\$1,155 millones de dólares). La utilidad por unidad de acciones fue de Ps. 2.77 (2.12 dólares por ADS), 48% por encima de 2008.

Comentaré brevemente algunos aspectos destacados en el año para cada uno de nuestros tres negocios.

En medio de un entorno económico y de consumo extremadamente retador, aunado a una contracción del Producto Interno Bruto (PIB), Coca-Cola FEMSA generó sólidos resultados en ingresos y utilidad neta en el año. En 2009, los ingresos totales sumaron Ps. 102,767 millones, un crecimiento de 23.9%, mientras que la utilidad de operación aumentó 15.6%, alcanzando Ps. 15,835 millones. Los principales pilares de nuestro excepcional desempeño en el año fueron: nuestro diversificado portafolio de territorios franquiciados, la amplia gama de alternativas de valor que ofrecemos a nuestros consumidores y las bebidas innovadoras que hemos desarrollado en nuevas categorías.

Durante el año, Coca-Cola FEMSA generó un importante flujo de efectivo. Esto nos permitió avanzar en muchos frentes: redujimos nuestra deuda neta, financiamos nuestra parte de la adquisición del negocio de agua embotellada Brisa en febrero; pagamos dividendos a nuestros accionistas en abril, y fortalecimos nuestra posición de efectivo para el año. Además, en febrero de 2010, emitimos con éxito un bono Yankee a 10 años por \$500 millones de dólares al menor rendimiento en la



historía para una emisora mexicana. Esta transacción, resaltó las sólidas bases de inversión, la calificación crediticia de grado de inversión, y la capacidad de acceder a los mercados internacionales a tasas muy atractivas. Los recursos de esta emisión serán utilizados para refinanciar y extender el perfil de vencimientos de nuestra deuda.

En 2009, llevamos a cabo iniciativas estratégicas de administración de ingresos, que permitieron compensar los mayores costos de las materias primas, debido a la devaluación de las monedas locales de nuestras divisiones contra el dólar y los aumentos de inflación. Además de estas iniciativas, nuestros resultados reflejan el fuerte incremento en el volumen de la categoría de refrescos en todas nuestras divisiones y el acelerado crecimiento de la categoría de bebidas no carbonatadas en todos nuestros territorios, con el apoyo de la plataforma de Jugos del Valle, nuestra coinversión con The Coca-Cola Company.

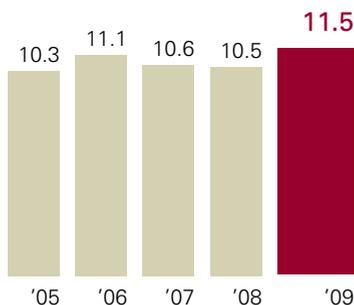
Los ingresos totales de nuestra división en México crecieron 8.8%, alcanzando Ps. 36,785 millones, impulsados principalmente por el crecimiento en volumen incremental, un resultado muy favorable dada la contracción de casi 7% en el PIB. A pesar de las presiones en el margen bruto, derivadas del efecto de la devaluación del peso mexicano

en los costos de las materias primas denominadas en dólares, y el incremento en mercadotecnia para apoyar nuestra categoría de bebidas no carbonatadas, la utilidad de operación aumentó 2.0% a Ps. 6,849 millones.

Durante el 2009, reforzamos las iniciativas de mercado para apoyar el crecimiento de nuestra división en México, incrementando la disponibilidad de la marca *Coca-Cola* en presentaciones retornables familiares e individuales, y ofreciendo a los consumidores nuestros refrescos a atractivos puntos de precio. Además, como resultado de las innovaciones derivadas de la plataforma de Jugos del Valle, hemos ampliado considerablemente nuestra categoría de bebidas no carbonatadas, mientras invertimos en recursos de mercadotecnia para capturar futuras oportunidades de crecimiento en este segmento.

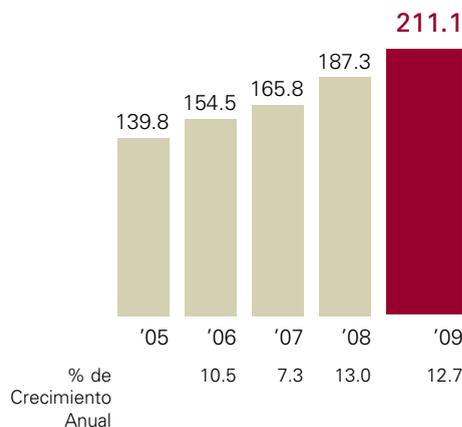
La división Latincentro de Coca-Cola FEMSA registró un aumento en ingresos totales de más de 37%, para llegar a Ps. 38,423 millones en 2009. La integración de Brisa, la expansión de nuestro portafolio de refrescos en toda la división, y el fuerte desempeño de nuestro portafolio de bebidas no carbonatadas en Colombia y Centroamérica, contribuyeron al crecimiento en el volumen. La utilidad de operación aumentó cerca de 30%, alcanzando Ps. 4,752 millones. El incremento en los ingresos, compensó

**ROIC\***  
porcentaje



\*Basado en la metodología de EVA® de Stern, Stewart & Co.

**Activos Totales**  
miles de millones de pesos



parcialmente el incremento en gastos operativos relacionados con los gastos de mercadotecnia realizados para apoyar la expansión de la línea de bebidas de Jugos del Valle en Colombia y Centroamérica, y la integración de la marca de agua Brisa en Colombia, así como los mayores costos laborales en Venezuela.

En la división Mercosur de Coca-Cola FEMSA, hemos construido un portafolio completo de bebidas. Este portafolio aprovecha las alternativas de valor que nuestra categoría de refrescos proporciona a los consumidores, y las oportunidades que ofrece la plataforma de Jugos del Valle en una categoría de bebidas no carbonatadas poco desarrollada. Los ingresos totales incrementaron 30%, alcanzando Ps. 27,559 millones. A pesar de los importantes aumentos de precios implementados en toda la división, aumentamos el volumen 9.3%, incluyendo la adquisición del territorio de la franquicia REMIL. La utilidad de operación de la división Mercosur aumentó más de 27%, para llegar a Ps. 4,234 millones. El apalancamiento operativo, impulsado por los mayores ingresos, compensó parcialmente las presiones en el margen bruto relacionadas con los mayores costos de materia prima debidos a la devaluación de las monedas locales de la división con respecto al

dólar, los aumentos en los costos de los endulcorantes en Brasil y los mayores costos laborales y de transporte en Argentina.

En FEMSA Cerveza, superamos las expectativas generando resultados favorables en ingresos y utilidad de operación, a pesar de la desaceleración económica mundial que afectó particularmente el norte de México y los Estados Unidos. En 2009, los ingresos totales aumentaron 9.3%, llegando a Ps 46,336 millones y la utilidad de operación creció 9.3%, alcanzando Ps. 5,894 millones. Entre otros factores, nuestro desempeño reflejó la baja elasticidad en la demanda de nuestros consumidores, la sólida estrategia de precios, la fortaleza y el efectivo manejo de nuestras marcas y los grandes esfuerzos en la contención de costos en México y Brasil.

En México, experimentamos una ruptura en la correlación entre nuestros volúmenes de ventas y el PIB, debido a que el consumo de cerveza mostró una notable fortaleza a pesar de la fuerte contracción en el PIB, en particular en el norte del país. En el año, logramos incrementar nuestros precios para compensar parcialmente un prolongado período de elevados costos de materias primas. Estos aumentos, junto con un ligero crecimiento



en los volúmenes de ventas nacionales, nos permitieron elevar los ingresos en 4.6% en el año.

En Brasil, el aumento en los ingresos, aunado a las sostenidas iniciativas de contención de gastos, nos permitieron alcanzar el punto de equilibrio en utilidad de operación para el año. En 2009, nuestra sólida estrategia de precios compensó los menores volúmenes de ventas. En consecuencia, los ingresos de cerveza de Brasil incrementaron 16.4% en comparación al 2008.

Nuestras exportaciones de cerveza a nivel mundial reportaron un sólido incremento de 2.6% en volumen, impulsadas por nuestras marcas *Dos Equis* y *Tecate* en los Estados Unidos y por *Sol* en otros mercados internacionales clave. En el importante mercado estadounidense, a pesar del entorno económico extremadamente retador, generamos un crecimiento mayor a 2% en el volumen, en un año donde la categoría de cervezas de importación se contrajo considerablemente. Este aumento provino de una mejor distribución y posicionamiento de la marca *Dos Equis*, que registró un crecimiento de mayor a 18% en el volumen en el año, junto con la continua popularidad de *Tecate* entre los consumidores de Estados Unidos.

La innovación jugó nuevamente un papel clave en el éxito de nuestro negocio de cerveza en 2009. A través de nuestro amplio programa de investigación de mercado y del consumidor, desarrollamos nuevos productos, presentaciones, asociaciones y campañas de promoción, que nos permiten atraer nuevos clientes y fortalecer la posición de mercado de nuestras marcas. En México, lanzamos dos nuevas ediciones de nuestra marca premium *Bohemia*: *Bohemia Weizen*, la primera cerveza de trigo en el país; y *Bohemia Cavha*, una edición limitada de cerveza artesanal de chocolate para el consumidor gourmet. También, introdujimos nuevos empaques primarios y secundarios para *Indio*. Nos asociamos con la empresa Harley-Davidson para promover los atributos de dos marcas íconos: *Tecate*

y *Harley-Davidson*, entre los consumidores de México. Además, encomendamos al mundialmente famoso fotógrafo David LaChapelle, el desarrollo de la imagen de una nueva campaña publicitaria para *Dos Equis Lager*, incluyendo una edición especial en envase no retornable en presentación six-pack.

En los Estados Unidos, el lanzamiento nacional de la campaña “El hombre más interesante del mundo” capturó la imaginación y estimuló los gustos de los estadounidenses por la marca *Dos Equis*. Como resultado del notable éxito de esta campaña integrada, *Dos Equis* está en una posición privilegiada para aprovechar su presencia en los medios de comunicación nacionales y en grandes eventos como los play-offs de la NBA. *Tecate* también se ha beneficiado de las iniciativas en marcha para el fortalecimiento de la marca en los Estados Unidos y en México, incluyendo su premiada campaña de publicidad, los envases conmemorativos y el patrocinio de importantes eventos deportivos.

De hecho, a través de nuestras continuas iniciativas de reforzamiento de marca, el volumen de ventas de la familia *Tecate* alcanzó más de 13 millones de hectolitros en 2009, convirtiendo a *Tecate* en una de las 20 cervezas más vendidas en el mundo y la de más rápido crecimiento en el las Américas. En México, la marca fortaleció la lealtad entre los consumidores en el norte y noroeste del país, y atrajo a nuevos consumidores en los territorios donde estamos penetrando gradualmente al mercado. *Tecate Light* también permaneció demostrando su alta popularidad entre los jóvenes adultos, reforzando su fuerte posición competitiva y potencial de crecimiento a largo plazo.

Por su parte, FEMSA Comercio registró otro año sobresaliente, en un entorno económico excepcionalmente difícil. En 2009, los ingresos totales aumentaron 13.6% y la utilidad de operación creció más de 25% por octavo año consecutivo. En consecuencia, nuestro margen de operación se expandió 180 puntos de base en el año.

Por un lado, este importante crecimiento provino de la expansión en marcha en el número de tiendas y del aumento en las ventas mismas tiendas. Por su parte, los favorables resultados en utilidad operacional son producto principalmente de nuestra más efectiva ejecución y colaboración con nuestros principales proveedores y socios, combinado con un uso más eficiente de las promociones y recursos de mercadotecnia, una mejor mezcla de productos y servicios de mayor margen, las importantes iniciativas de contención de gastos en nuestras tiendas y, en menor medida, de las etapas finales del cambio del consumidor a las recargas electrónicas de celulares. Gracias a nuestra sólida cultura de excelencia corporativa estamos bien posicionados para un continuo crecimiento.

En 2009, seguimos apoyándonos en la posición de liderazgo de OXXO, como la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en México, inaugurando 960 nuevas tiendas, para un total de 7,334 establecimientos en el país. También empezamos a expandir la presencia geográfica de OXXO fuera de México, con la apertura de 5 tiendas en Bogotá, Colombia. Actualmente estamos ampliando nuestro conocimiento sobre las preferencias y hábitos de los consumidores colombianos, para adecuar estas tiendas, de manera que puedan satisfacer mejor sus necesidades específicas, identificar la apropiada propuesta de valor, para posteriormente proceder a extender nuestra presencia en este importante mercado.

Durante el año, aumentamos el tráfico de clientes en tiendas e incrementamos las ventas promedio por tienda, a través de la mejora continua de nuestra propuesta de valor. Adicional a nuestra amplia y conveniente oferta de servicios “todo en un solo lugar” que incluye, desde el pago de hipotecas y servicios públicos, hasta el pago de boletos de avión de bajo costo y la recarga electrónica de tiempo aire de celulares, brindamos a nuestros clientes una creciente gama de productos y servicios de mayor margen, incluyendo nuestras bebidas de especialidad y amplia gama de comida rápida. Por ejemplo, OXXO es

ya el mayor vendedor de café elaborado en el momento en México, principalmente a través de nuestra marca propia *andatti*. En respuesta a la creciente demanda, también ofrecemos a los clientes la flexibilidad y conveniencia de pagar sus compras con tarjetas de crédito o débito en cualquier tienda OXXO en México, lo que deberá impulsar en el futuro el tráfico y el ticket promedio en las tiendas.

Al tiempo que OXXO crece, también lo hace el posicionamiento y prestigio de su marca. OXXO se ha convertido en un nombre familiar en todo México. El fuerte reconocimiento de la marca OXXO, no sólo fomenta el tráfico de clientes mismas tiendas, sino que además acelera el éxito de nuevas tiendas en futuras ubicaciones.

Actualmente la tasa de éxito en la apertura de nuevas tiendas permanece en su punto más elevado. Esto resalta la continua mejoría en la capacidad para identificar y abrir nuevas tiendas de manera rápida y rentable. Nuestros propios esquemas nos ayudan a identificar los lugares adecuados para las tiendas, los formatos y las categorías de productos. Estos esquemas utilizan información demográfica sobre lugares específicos y nuestra experiencia de lugares similares, para adecuar el formato de la tienda, así como su oferta de productos y servicios. De esta manera, OXXO está convirtiéndose rápidamente en una parte de la vida de los clientes en México y más allá, sirviendo y satisfaciendo sus necesidades cotidianas.

El número de operaciones realizadas en OXXO, supera los cinco millones por día y más de dos mil millones al año, lo que significa que la cadena sigue asegurando su posición como la opción preferida para los clientes en México. Esto aumenta su atractivo para proveedores de servicios potenciales que buscan una red de puntos de venta que los ponga en contacto con los clientes a nivel regional o nacional.

Dada la relativamente baja penetración del formato de OXXO en una gran parte de México, continuaremos nuestra agresiva expansión de tiendas, al mismo tiempo que probamos la plataforma de OXXO en el extranjero.

## Resultados Sobresalientes 2009

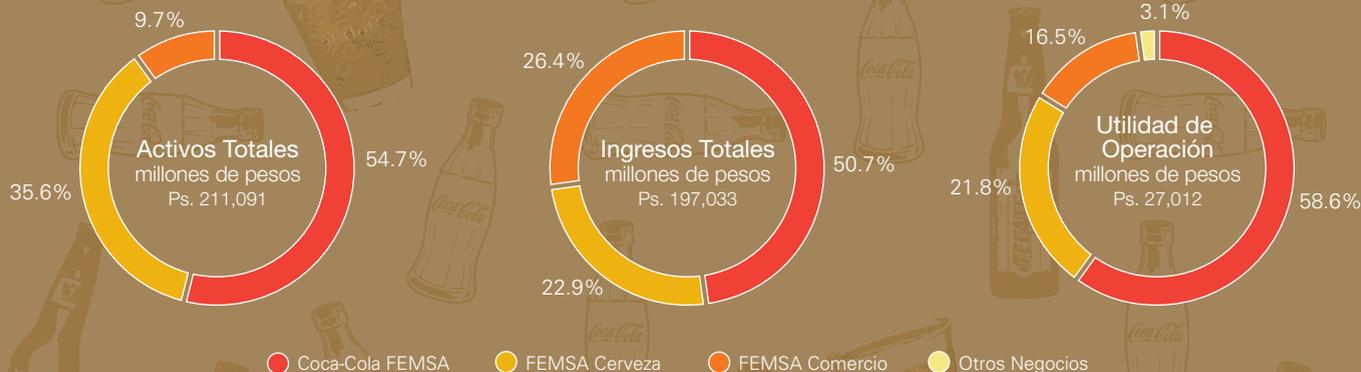
Millones de pesos	Millones de dólares					
	2009 <sup>(1)</sup>	2009	2008 <sup>(2)</sup>	% Variación	2007	% Variación
Ingresos totales	\$15,090	Ps. 197,033	Ps. 168,022	17.3	Ps. 147,556	13.9
Utilidad de operación	2,069	27,012	22,684	19.1	19,736	14.9
Utilidad neta	1,155	15,082	9,278	62.6	11,936	(22.3)
Utilidad neta controladora	759	9,908	6,708	47.7	8,511	(21.2)
Utilidad neta no controladora	396	5,174	2,570	101.3	3,425	(25.0)
Activos totales	16,166	211,091	187,345	12.7	165,795	13.0
Pasivos totales	7,296	95,262	90,450	5.3	76,142	18.8
Capital contable	8,870	115,829	96,895	19.5	89,653	8.1
Inversiones fijas	1,009	13,178	14,234	(7.4)	11,257	26.4
Valor en libros por acción <sup>(3)</sup>	0.35	4.56	3.85	18.4	3.61	6.7
Utilidad neta por acción <sup>(3)</sup>	0.04	0.55	0.38	44.7	0.48	(20.8)
Personal <sup>(4)</sup>		127,179	122,981	3.4	105,020	17.1

(1) La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 31 de diciembre de 2009 fue de 13.0576 por dólar.

(2) Información en pesos mexicanos sobre la base del número de acciones en circulación, 17,891,131,350.

(3) A partir de 2008 discontinuamos el registro contable de inflación para nuestras subsidiarias en Brasil, Colombia, Guatemala, México y Panamá. Sus cifras para el 2008 están en pesos nominales. Para el resto de nuestras subsidiarias en Argentina, Costa Rica, Nicaragua y Venezuela, registramos contablemente la inflación durante 2008.

(4) Las cifras de personal de FEMSA Cerveza incluyen tercerizados.



Más allá de los resultados de negocio, estamos comprometidos con las prácticas de gobierno corporativo. Cumplimos con todas las regulaciones legales, incluyendo las establecidas en la Ley del Mercado de Valores en México y las aplicables para emisoras extranjeras en los Estados Unidos, conforme a la legislación Sarbanes-Oxley, promoviendo además una cultura de transparencia, responsabilidad e integridad.

Es importante destacar que seguimos enfocados en el desarrollo de nuestro talentoso equipo de colaboradores, que son la base de nuestro éxito pasado, presente y futuro. El compromiso es impulsar su crecimiento personal y profesional, así como su calidad en todos los niveles de nuestra organización. Ofrecemos nuestros propios programas de formación y herramientas de entrenamiento para mejorar la capacitación de todo nuestro capital humano. También, promovemos el intercambio de ideas y el crecimiento de nuestra base de conocimientos y talento compartido, mediante el intercambio de nuestros ejecutivos entre nuestra red internacional de operaciones.

### **FEMSA Hacia el Futuro**

Hacia el futuro, una vez que la transacción con Heineken se cierre, estaremos en una posición única para crear valor importante para nuestros accionistas, a través de la inversión de nuestra compañía en tres grandes marcas: *Coca-Cola*, *Heineken* y *OXXO*. Estimamos que Coca-Cola FEMSA alcanzará un liderazgo y crecimiento sostenido, mediante la mayor consolidación del sistema regional de Coca-Cola y el creciente desarrollo del negocio de bebidas sin alcohol. También prevemos el crecimiento en la base de tiendas OXXO en México, mientras probamos, adaptamos y diseñamos las tiendas a las necesidades de otros mercados mientras nos enfocamos a mejora ventas mismas tiendas y expandir los márgenes. Nos beneficiaremos de nuestra significativa participación en el

crecimiento de Heineken, la empresa cervecera premium con liderazgo mundial. Sin embargo, en una etapa de tensión económica donde el sector público busca ingresos adicionales, estamos concientes de la amenaza que surge a raíz de la política fiscal, incluyendo el impuesto al consumo de la cerveza en Mexico y su efecto correspondiente en el ambiente de negocios.

Tenemos la seguridad de que contamos con el talento y la experiencia para continuar nuestra trayectoria de crecimiento, mediante la mejora continua de nuestra excelencia operativa, tanto en el comercio al detalle, como en la categoría de bebidas sin alcohol, para capitalizar exitosamente las oportunidades en estos negocios. Nuestra más amplia participación con Heineken nos servirá para expandir ese potencial de crecimiento, permitiéndonos una mayor colaboración entre nuestras respectivas áreas de especialización.

Percibimos un futuro muy prometedor para nuestra compañía, impulsada por las dos marcas de bebidas íconos en el mundo, *Coca-Cola* y *Heineken* y una de las plataformas líderes regionales de distribución al detalle, la cual es una gran marca por sí misma. A nombre de los más de 127,000 dedicados y entusiastas hombres y mujeres de todo FEMSA, les agradecemos su continuo apoyo. Le damos la bienvenida a la oportunidad de seguir cumpliendo nuestra promesa con ustedes ahora y en el futuro.



**José Antonio Fernández Carbajal**

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo





Nuestra superior propuesta de valor, la innovadora ejecución de mercado y el talentoso equipo de profesionales se combinan para crear una sólida posición competitiva hoy y para el futuro. Nos asociamos con nuestros clientes para lograr una óptima experiencia en cada ocasión de consumo.

# TECATE

Ps. **197,000** millones **9** países

de ingresos totales en 2009

donde son producidos nuestros productos

**+127,000**

colaboradores a nivel mundial

**45**

plantas productivas

**7,334**

tiendas



## Incremento de Ingresos

# 23%

Coca-Cola FEMSA

Coca-Cola FEMSA registró un incremento en ingresos y utilidad de operación de 23.9% y 15.6% respectivamente. Sólido crecimiento en Latincentro y Mercosur, así como un crecimiento moderado en México apoyaron estos resultados. La Compañía creció orgánicamente a través de su portafolio defensivo de productos, ejemplificado por el sólido desempeño de la marca *Coca-Cola* y nuestras nuevas líneas de negocio, como *ValleFrut* en la categoría de naranjadas; este negocio ha probado ser contra cíclico a las condiciones económicas prevalecientes.

# 9%

FEMSA Cerveza

FEMSA Cerveza incrementó sus ingresos totales 9.3%, principalmente debido al incremento en el precio promedio por hectolitro en nuestras principales operaciones en moneda local. La utilidad de operación incrementó 9.3%, reflejando un fuerte crecimiento en ingresos combinado con una estricta contención en gastos de operación, que compensó la presión en los costos de las materias primas.

# 13%

FEMSA Comercio

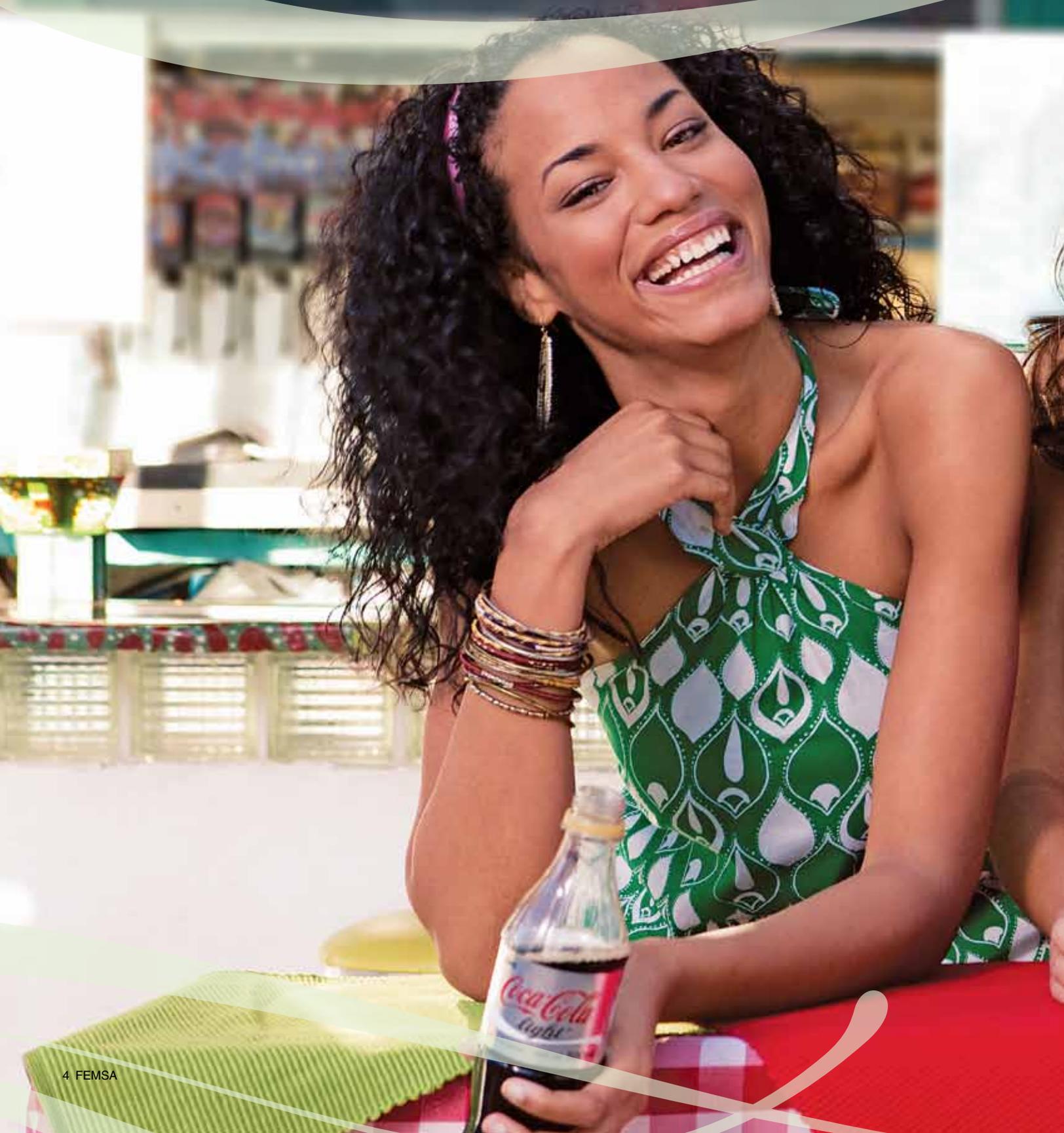
FEMSA Comercio incrementó su utilidad de operación en 44.8%, alcanzando un nivel máximo histórico en su margen de 8.3%, resultando en 180 puntos base de expansión. Por octavo año consecutivo, la utilidad de operación registró un incremento superior al 25%, debido a la apertura de 960 nuevas tiendas netas durante el año y al incremento de 1.3% en ventas-mismas-tiendas.



# Coca-Cola®

*Los resultados reflejan la continua mejora en nuestras*

# Capacidades







# Coca-Cola FEMSA

Nuestro talentoso equipo de profesionales, el balance en nuestros territorios, el sólido portafolio multicategorías de productos y presentaciones, la mejor ejecución de mercado y nuestras alternativas de crecimiento, nos brindan una poderosa plataforma para la creación de valor en forma sostenida.

Ofrecemos a nuestros clientes y consumidores uno de los portafolios de bebidas más completos de nuestra industria.

En 2009, a pesar de presentarse uno de los entornos económicos más difíciles a nivel mundial en la historia reciente, nuestra empresa demostró la fortaleza defensiva de nuestro perfil de negocio. Los principales pilares de nuestro excepcional desempeño en el año fueron el diversificado portafolio de franquicias territoriales, la amplia gama de alternativas de valor que ofrecemos a nuestros consumidores y las innovaciones que hemos desarrollado en nuevas categorías. En el año, los ingresos totales crecieron 23.9%, para sumar Ps. 102,767 millones y la utilidad de operación aumentó 15.6%, para llegar a Ps. 15,835 millones.

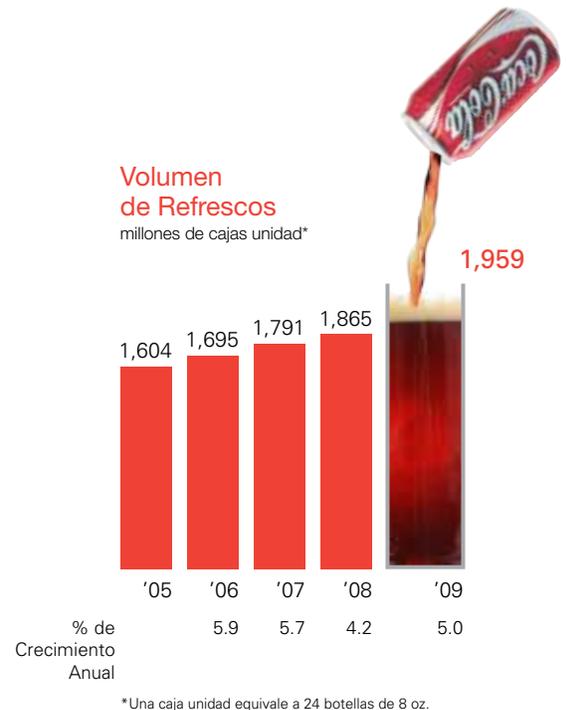
En 2009, llevamos a cabo iniciativas estratégicas de administración de ingresos, que nos permitieron compensar el impacto de la devaluación de las monedas locales que afectan los costos de las materias primas denominadas en dólares en nuestras operaciones, así como una mayor inflación. Además de estas iniciativas, nuestros resultados reflejan el fuerte aumento en el volumen de ventas de la categoría de refrescos en nuestras divisiones y el acelerado crecimiento de la categoría de bebidas no carbonatadas en todos los territorios, con el apoyo de la plataforma de Jugos del Valle, nuestra coinversión con The Coca-Cola Company.

#### Datos Sobresalientes del Desempeño en Nuestros Mercados Principales

En nuestra división de México, ofrecemos a nuestros clientes y consumidores uno de los portafolios de la industria de bebidas más completo en el mundo. De esta forma, podemos satisfacer con éxito diferentes ocasiones de consumo, a través de nuestras diversas categorías de bebidas y presentaciones, superando así las difíciles condiciones económicas de nuestra industria.

Durante el año pasado, reforzamos las iniciativas de mercado, para apoyar el crecimiento de la división de México. Entre nuestras iniciativas comerciales, hemos aumentado la disponibilidad de la marca *Coca-Cola* en presentaciones retornables, en presentaciones familiares y personales, ofreciendo a los consumidores nuestros refrescos a un precio atractivo y hemos mejorado nuestra ejecución en todas nuestras franquicias territoriales. También, como resultado de la innovación derivada de la plataforma de Jugos del Valle, ampliamos sustancialmente nuestra categoría de bebidas no carbonatadas, al tiempo que desplegamos nuestros recursos de mercadotecnia para capturar futuras oportunidades de crecimiento en este segmento.

En 2009, nuestra división de México generó un aumento de 6.8% en el volumen de ventas. La marca *Coca-Cola* en presentaciones individuales y familiares impulsó el crecimiento de la categoría de refrescos, contribuyendo con más del 40% del volumen incremental de la División en el año.



**15.6%**

de crecimiento en la utilidad de operación

Nuestros ingresos muestran el sólido crecimiento en el volumen de ventas de nuestra categoría de refrescos en todas las divisiones y el rápido incremento en la de bebidas no carbonatadas en nuestros territorios.



Impulsada principalmente por el portafolio de bebidas de *Jugos del Valle*, la categoría de bebidas no carbonatadas creció de 80% en 2009, llegando a más de 62 millones de cajas unidad. Nuestra innovadora línea de productos *Valle Frut* representó casi el 90% del volumen incremental de esta categoría, lo que nos permitió consolidar rápidamente nuestro liderazgo en el segmento de naranjada en México. Nuestro negocio de agua, tanto en presentaciones individuales como en garrafón, creció más de 6% en el año.

Nuestra división Latincentro, en los últimos 18 meses, ha ampliado las diversas categorías de bebidas en las que participamos y hemos reforzado nuestra posición en el segmento de agua, a través de la adquisición del negocio de agua embotellada *Brisa* en Colombia. Además, durante 2009, llevamos a cabo iniciativas de administración de ingresos, lo que nos permitió compensar la devaluación de las monedas locales frente al dólar, los mayores costos de materias primas y una mayor inflación.

En 2009, la división Latincentro generó un aumento de 10.4% en el volumen. Este incremento es resultado de la integración de *Brisa*, del crecimiento de nuestro portafolio de refrescos en toda la división y de los buenos resultados del portafolio de bebidas no carbonatadas en Colombia y Centroamérica.

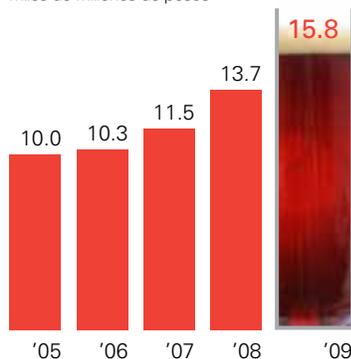
En la división Mercosur, hemos construido un portafolio completo de bebidas, que aprovecha el valor de las alternativas que brinda a los consumidores la categoría de refrescos, así como las oportunidades de la categoría de bebidas no carbonatadas poco desarrolladas, a través de la plataforma de *Jugos del Valle*.

A pesar del incremento en los precios implementado en Brasil y Argentina, en 2009, la división Mercosur elevó su volumen de ventas 9.3%, incluyendo la compra del territorio de *REMIL*. Sin tomar en cuenta esta adquisición, los volúmenes de esta división crecieron 1.3%. Este incremento fue consecuencia del crecimiento de más del 60% de la categoría de bebidas no carbonatadas, impulsado principalmente por la integración de la línea de bebidas de *Jugos del Valle* en Brasil y el sólido desempeño de *Aquarius*, nuestra marca de agua saborizada en Argentina.

El año pasado fue difícil para todos. Los fuertes resultados de la empresa provinieron de nuestra firme convicción de maximizar el potencial de valor de nuestro portafolio multinacional de activos. Una vez más, 2010 presenta oportunidades y retos para todos nosotros. La flexibilidad operativa y financiera de nuestro negocio nos permitirán seguir creciendo en una de las regiones más dinámicas y atractivas en el mundo: América Latina.

### Utilidad de Operación

miles de millones de pesos



	'05	'06	'07	'08	'09
% de Crecimiento Anual		2.8	11.6	19.2	15.6
% Margen de Operación	16.8	16.1	16.6	16.5	15.4



Servimos exitosamente diferentes ocasiones de consumo a través de diversas categorías de bebidas y presentaciones.



**75%**

de crecimiento en bebidas  
no carbonatadas





*Superando las expectativas a través de una máxima*

**Flexibilidad**



## FEMSA Cerveza

Nuestro sólido y diferenciado portafolio de marcas, las innovadoras estrategias de segmentación, las importantes iniciativas de control de gastos y las maneras cada vez más eficientes de servir al mercado para satisfacer las necesidades específicas de nuestros clientes y consumidores, nos permitieron registrar un fuerte crecimiento en un difícil entorno.

## Nuestro balanceado portafolio de marcas brinda una amplia gama de alternativas para satisfacer las preferencias de los consumidores.

A pesar de la contracción en la actividad económica, particularmente en el norte de México y Estados Unidos, FEMSA Cerveza superó en 2009 las expectativas, generando resultados favorables. En el año, los ingresos totales aumentaron 9.3%, para llegar a Ps. 46,336 millones, y la utilidad de operación creció 9.3%, sumando Ps. 5,894 millones. Entre otros factores, nuestro desempeño reflejó la baja elasticidad de la demanda en nuestros consumidores, la sólida estrategia de precios, la fortaleza y efectiva gestión de nuestras marcas, los esfuerzos de contención de costos en México y Brasil.

### Datos Sobresalientes del Desempeño en Nuestros Mercados Principales

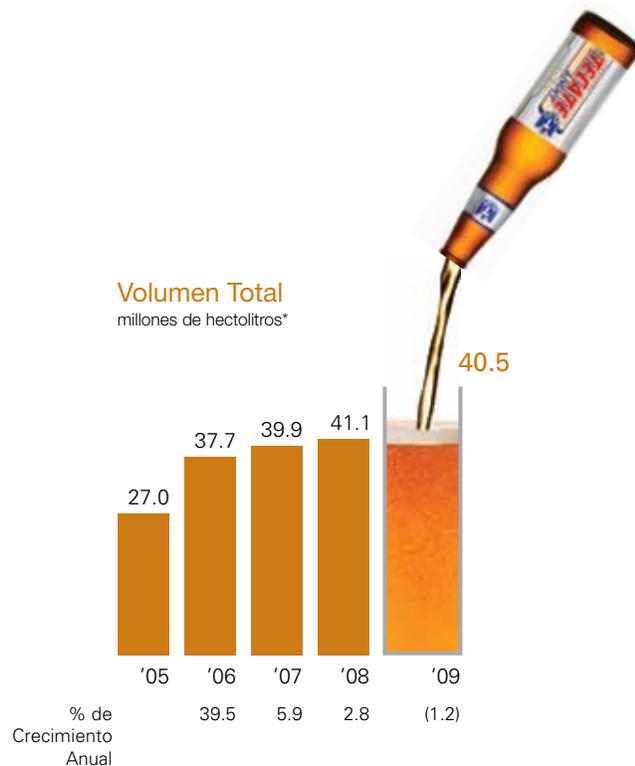
En México, observamos una ruptura en la correlación entre nuestros volúmenes de ventas y el PIB, ya que el consumo de cerveza mostró una notable fortaleza a pesar de la importante contracción del PIB, que fue más acentuada en el norte del país. En el año, logramos incrementar nuestros precios para compensar parcialmente un prolongado período de elevados costos de materias primas. Estos aumentos nos permitieron mejorar nuestros ingresos 4.6% en el año en México.

Las subcategorías de cerveza ligera y oscura, reportaron una vez más un fuerte crecimiento. En el primer caso, *Tecate Light* consolidó su posición como líder indiscutible del mercado en México, atrayendo a nuevos consumidores a este segmento. En la segunda subcategoría, *Indio* continuó aumentando su participación de mercado y consolidando una posición cada vez más importante en el segmento de cerveza oscura.

En Brasil, nuestro volumen de ventas disminuyó 1.3%, sumando 10 millones de hectolitros. No obstante, la fortaleza en los precios compensó los menores volúmenes de ventas. Como resultado, los ingresos de este negocio en Brasil subieron 16.4% en términos nominales, en comparación con 2008. Durante el año, además de aumentar los ingresos, continuamos con las iniciativas de control de gastos y logramos alcanzar el punto de equilibrio a nivel de utilidad de operación debido a nuestro crecimiento de escala.

Con el exitoso relanzamiento de *Bavaria* en 2008, integramos un más fuerte y balanceado portafolio de marcas en Brasil, que nos permite ofrecer una gama de alternativas para satisfacer las diferentes preferencias de los consumidores, desde *Heineken* y *Xingu* hasta *Sol*, *Kaiser* y *Bavaria*.

Nuestras exportaciones de cerveza generaron un crecimiento de 2.6% en el volumen, impulsado principalmente por las marcas *Dos Equis* y *Tecate* en los Estados Unidos y por *Sol* en otros mercados internacionales clave. En los Estados Unidos, a pesar del entorno económico excepcionalmente difícil, logramos un crecimiento en el volumen, en un año donde la categoría de cervezas de importación se contrajo de manera significativa. Este crecimiento provino de una mejor distribución y



\*Un hectolitro equivale a 100 litros o 26.4 galones.

# 9.3%

de crecimiento en la utilidad de operación

La elasticidad en la demanda de los consumidores, la sólida estrategia de precios, la fortaleza y efectiva gestión de nuestras marcas, así como los importantes esfuerzos de contención de costos y las iniciativas de productividad han impulsado nuestro desempeño.

Nuestros innovadores productos, presentaciones, asociaciones y promociones, conquistaron a nuevos consumidores y reforzaron nuestras marcas.



*Bohemia* encabezó nuestra agenda de innovación en 2009, con el lanzamiento de *Bohemia Weizen* y *Bohemia Cavha*, logrando crecimientos de marca por encima de la industria.

posicionamiento de la marca *Dos Equis*, que generó un crecimiento en volumen de 18.4% en el año, aunado a la constante popularidad de *Tecate* entre los consumidores en ese país.

En 2009, *Dos Equis* capturó la imaginación y estimuló el gusto de los estadounidenses a través del lanzamiento nacional de la campaña “*El Hombre Más Interesante del Mundo*”, creada en conjunto con Heineken Estados Unidos. Como resultado del impulso generado por el espectacular éxito de la campaña integrada, *Dos Equis* está bien posicionada para capitalizar su participación en los medios de comunicación nacionales y en grandes eventos, como los playoffs de la NBA.

*Tecate* también se benefició de sus iniciativas de reforzamiento de marca en los Estados Unidos, incluyendo su premiada campaña de publicidad, los envases conmemorativos y el patrocinio de varios campeonatos de boxeo. Por ejemplo, en el tercer trimestre de 2009, *Tecate*, se asoció con Top Rank, para patrocinar la pelea por el título mundial de peso welter, entre el estelar filipino Manny Pacquiao y el tres veces campeón mundial Miguel Cotto. Promocionada como “la pelea más importante del año”, el evento no sólo tuvo eco entre nuestros consumidores, sino también con los fanáticos del boxeo en el mundo.

#### Continua Innovación y Desarrollo de Marca

Como lo muestra la efectiva comercialización de *Dos Equis* y *Tecate* en los Estados Unidos, la innovación es clave para el éxito de nuestro negocio a largo plazo. A través de nuestras amplias investigaciones de mercado y de las preferencias de los consumidores, desarrollamos innovadores productos, presentaciones, asociaciones y campañas promocionales que nos permiten atraer a nuevos consumidores y reforzar la posición de mercado de nuestras marcas.

Durante el año, lanzamos con éxito dos nuevas ediciones de nuestra marca premium *Bohemia* en México. En agosto, introdujimos *Bohemia Weizen*, la primera cerveza de trigo en el país. Inspirado en la más fina tradición cervecera europea, *Bohemia Weizen* es un concepto completamente nuevo en la categoría de cerveza super-premium en este país. En noviembre, presentamos nuestra edición limitada de *Bohemia Cavha*, una cerveza artesanal de chocolate para el consumidor gourmet. Además lanzamos innovadores envases y empaques de *Indio*, del 17 de octubre al 30 de noviembre en todo México. La nueva etiqueta de esta cerveza oscura está diseñada para comunicar y reforzar la esencia de la personalidad de la marca, “La Cosa es Buscarle”, para los consumidores nacionales. En los Estados Unidos introdujimos nuevos envases y empaques para *Tecate* y *Tecate Light*, diseñados para reflejar la audacia de la marca entre los consumidores de todo el país. Los diseños están totalmente alineados con los actuales envases de las marcas en México, estableciendo una identidad visual entre los consumidores mexicanos en los Estados Unidos.

En 2009, seguimos apoyando el desarrollo de nuestras marcas. Entre las más importantes campañas de fortalecimiento destaca, la asociación con Harley Davidson para promover los atributos de dos grandes marcas iconos—*Tecate* y *Harley-Davidson*—entre los consumidores en México. Con una compra mínima de un six-pack de *Tecate* en tiendas al detalle y de conveniencia, los clientes registraban su compra en el sitio web de *Tecate-Harley-Davidson* y respondían a una pregunta trívica para acumular puntos. El consumidor con más puntos acumulados ganaba una de las 34 motocicletas *Harley Davidson*. Además, encomendamos al mundialmente famoso fotógrafo David LaChapelle el desarrollo de la

imagen de una nueva campaña publicitaria para *Dos Equis Lager*, incluyendo una edición especial de envases retornables y six-pack. La colaboración exclusiva entre LaChapelle y *Dos Equis Lager* ejemplifica el estilo de vanguardia, la innovación y sofisticación de esta cerveza premium entre los consumidores mexicanos, fortaleciendo su posición en el ambiente artístico.

En el año ganamos un premio de bronce EFFIE, por la efectividad y éxito de nuestra campaña de publicidad “*Por ti*” de la marca *Tecate*. Los EFFIEs son uno de los más importantes premios de la industria de mercadotecnia y publicidad en México. Entre otros atributos, se reconoce la creatividad, la fuerza y el trabajo en equipo, que son características de nuestro negocio. Nuestras campañas en los Estados Unidos también recibieron reconocimiento internacional. La campaña para *Dos Equis “El Hombre Más Interesante del Mundo”* ganó un premio EFFIE de oro en los Estados Unidos y un premio de bronce en Cannes. Además, tres campañas de publicidad en español el idioma de *Tecate* y *Tecate Light* fueron reconocidas por su concepto estratégico, fuerza e impacto creativo, durante la decimoprimer edición anual de los Premios Creativos Hispánicos. En reconocimiento a la mejor publicidad orientada a los hispanos en los Estados Unidos la campaña de *Tecate Light*, “Papás” y el anuncio para televisión “Medias de Seda” ganaron un premio de oro, mientras que “Advertencia” de *Tecate*, anuncio para radio recibió un premio de plata.

A través de nuestras continuas iniciativas de reforzamiento de marca, el volumen total de ventas de la familia *Tecate* llegó a más de 13 millones de hectolitros en 2009. Como resultado, *Tecate* se mantiene como una de las 20 marcas de cerveza más vendidas en el mundo y la de más rápido crecimiento en las Américas.

### Eficiencia Operativa y Programas de Reducción de Costos

A la luz del difícil entorno micro y macroeconómico, tomamos acciones decisivas para continuar ajustando los niveles de gastos a la dinámica actual del mercado. Estas acciones incluyen la aplicación de agresivos programas de eficiencia para mejorar nuestra estructura de costos; la racionalización de los gastos de mercadotecnia en ciertas marcas y mercados, sin poner en peligro los logros alcanzados en los últimos años; la administración proactiva de nuestra mezcla de envases y presentaciones retornables más accesibles, la reducción de los costos laborales como porcentaje de las ventas; y la maximización de nuestra flexibilidad para alinear nuestra estrategia de negocios, incluyendo los programas de mercadotecnia, ventas y activos fijos, con el rápidamente cambiante y desafiante entorno operativo.

Además, para atender las necesidades particulares de cada uno de nuestros clientes, continuamos identificando, desarrollando e implementando maneras más costo-eficientes de atender al mercado, junto con una innovadora segmentación y portafolio de productos. En 2009, más del 58% de nuestras ventas provino de los esquemas alternativos de servicio al cliente, incluyendo los pedidos electrónicos y telefónicos.

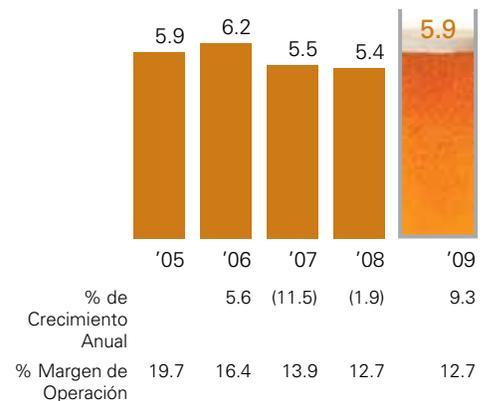
Como resultado de nuestros esfuerzos, los gastos de venta y de administración fueron controlados adecuadamente durante todo el año, lo que nos ayudó a compensar la importante presión del renglón de margen bruto y obtener márgenes estables de operación en el año, un logro notable a la luz del complejo entorno.



La nueva imagen de *Indio* fue diseñada para comunicar y forjar la esencia de la personalidad “*La Cosa es Buscarle*”, de esta marca de cerveza oscura, entre los consumidores de México.

### Utilidad de Operación

miles de millones de pesos



# OXO

*Coca-Cola*

COMPRA  
2



regular, light, zero  
o sabores  
600 ml



*Crecimiento basado en la*

# Rentabilidad

**Y LLÉVATE  
GRATIS**



ESTACIONAMIENTO  
EXCLUSIVO PARA  
CLIENTES DE  
**OXO**  
DURANTE SU COMPRA  
SE DEBEA CUBRIR EN  
CUALQUIER OTRO CASO





## FEMSA Comercio

OXXO, la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en México, está convirtiéndose cada vez más en una parte importante de la vida de los clientes en todo el país y más allá, satisfaciendo sus necesidades diarias con una creciente gama de productos y servicios.

El fuerte reconocimiento de la marca OXXO, impulsa el tráfico de clientes mismas tiendas, acelera el éxito de nuestras tiendas entre los clientes en nuevos mercados y nos permite trabajar mejor con nuestros proveedores clave.

En medio de un extraordinariamente retador entorno económico, FEMSA Comercio reportó nuevamente otro buen año. Los ingresos totales aumentaron 13.6%, sumando Ps. 53,549 millones. La utilidad de operación creció 44.8%, alcanzando Ps. 4,457 millones. Como resultado, el margen de operación se expandió 180 puntos base contra el año previo, logrando el 8.3% de los ingresos totales.

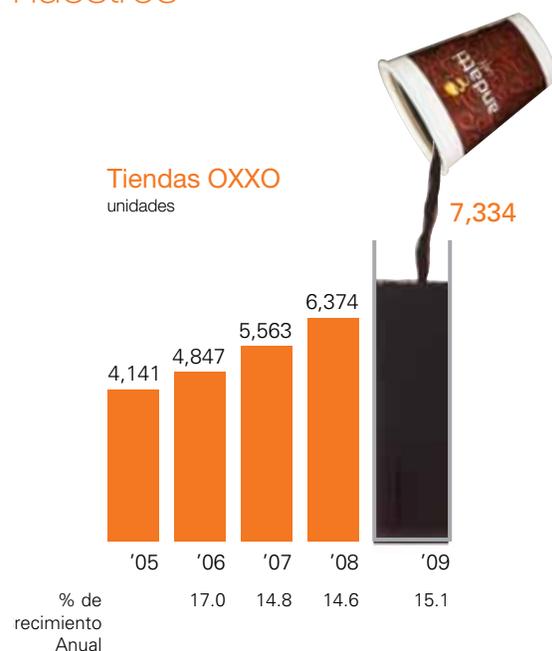
Entre otros factores, nuestro significativo aumento en los ingresos provino de nuestra continua expansión en el número de tiendas y del crecimiento en las ventas mismas tiendas. Lo anterior impulsado por una mejor administración de las categorías de productos y una mayor oferta de productos y servicios. El sustancial aumento en el margen de operación es reflejo, en gran medida, de nuestra administración de ingresos, de los importantes esfuerzos en el control de costos en toda la organización y a nivel tienda, así como de la mejor mezcla de productos y servicios de mayor margen; por ejemplo, OXXO ya es el principal vendedor de café elaborado en el momento en México, principalmente a través de nuestra marca propia *andatti*.

#### Favorable Crecimiento Estratégico

Apoyándonos en nuestra posición de liderazgo, como la cadena de tiendas de conveniencia más grande y de más rápido crecimiento en México, en 2009, superamos la marca de 7,300 tiendas, abriendo 960 nuevos establecimientos en el país. También, iniciamos nuestra incursión en mercados internacionales, con la apertura en el año de cinco tiendas en Bogotá, Colombia. Actualmente estamos ampliando nuestro conocimiento sobre las preferencias y hábitos de los clientes colombianos, a fin de adaptar las tiendas a sus necesidades particulares, encontrar la adecuada propuesta de valor para luego proceder a aumentar nuestra presencia en este importante mercado.

Al mismo tiempo que OXXO crece, también lo hace el posicionamiento de la marca entre los clientes. En 2009, OXXO gozó de más del 96% de reconocimiento de los clientes en todo México. Esto no sólo favorece el tráfico de clientes en mismas tiendas, sino que también acelera el éxito de las tiendas en nuevas ubicaciones y nos permite trabajar mejor con nuestros proveedores más importantes.

Actualmente, el porcentaje de éxito en la apertura de tiendas continúa en el nivel más elevado. Lo anterior destaca la continua mejoría en la capacidad para identificar y establecer nuevas tiendas en forma rápida y rentable. Nuestros sistemas, desarrollados internamente, nos permiten identificar la adecuada ubicación, los formatos de tiendas y las categorías de productos. Estos sistemas utilizan información demográfica de lugares



# 44.8%

de crecimiento en la utilidad de operación

Nuestros favorables resultados reflejan nuestra eficaz gestión de los ingresos, las importantes iniciativas de contención costos y la mejor mezcla de productos y servicios de mayor margen.



Iniciamos la incursión en mercados internacionales con la apertura de cinco tiendas en Bogotá, Colombia.

específicos y nuestra experiencia de ubicaciones similares para diseñar el formato de la tienda y su oferta de productos y servicios, para adecuarse al mercado meta.

También seguimos avanzando en la segmentación y diferenciación de mercado para nuestros formatos de tiendas. Basados en nuestra inteligencia de clientes, estamos desarrollando un esquema base para tres tipos de tiendas diseñadas especialmente para servir a áreas residenciales, comerciales y de negocios, y ubicaciones multi-propósitos, las cuales se segmentan adicionalmente por los requerimientos particulares y demográficos, y se diferencian por su formato y mezcla de productos.

#### Mejorando la Propuesta de Valor

Continuamente buscamos mejorar la propuesta de valor para nuestros clientes. Además de nuestra creciente selección de productos, incluyendo nuestra oferta de bebidas especiales y amplia gama de comida rápida, brindamos a nuestros clientes la facilidad de satisfacer un buen número de necesidades en una conveniente ubicación, desde el pago de servicios e hipotecas, hasta el pago de boletos de avión de bajo costo y la recarga electrónica de tiempo aire de teléfonos celulares. De esta manera, OXXO está expandiendo su participación en la vida de los clientes en todo México, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades cotidianas. El número de operaciones de compra realizadas en OXXO en 2009 fue de casi dos mil millones, lo que significa que nuestra cadena de tiendas continúa convirtiéndose en la opción de preferida de los clientes en México. Esto aumenta su atractivo para potenciales empresas proveedoras de servicios, que buscan una red de puntos de venta que los ponga en contacto con los consumidores a nivel regional o nacional.

En respuesta a la creciente demanda, los clientes pueden ahora pagar sus compras con tarjetas de crédito o débito en cualquier tienda OXXO en México. Este servicio brinda una mayor comodidad y flexibilidad para un creciente número de compradores y debe ayudarnos a incrementar el tráfico y el valor promedio de compra de ventas mismas tiendas.

#### Incrementando Nuestra Eficiencia Operativa

Nuestro objetivo es mejorar la ejecución del día a día de nuestra propuesta de valor así como el servicio que ofrecemos a nuestros consumidores en las tiendas. Para ello, hemos desarrollado un sistema operativo basado en el concepto de "Calidad en la Fuente". El sistema está centrado en nuestro líder de tienda y la capacitación de los empleados de nuestras tiendas, otorgándoles las herramientas y la capacidad para tomar las mejores decisiones.

La plataforma del sistema define, simplifica y estandariza las acciones que debemos desempeñar en cada tienda, de acuerdo a su rendimiento y potencial de avance. Podemos monitorear los resultados de todas nuestras tiendas a nivel nacional e individual. Su diseño permite implementar y mejora de los procesos operativos, detectar problemas, así como compartir mejores prácticas. Adicionalmente hemos establecido un método estandarizado que claramente liga las actividades de nuestro equipo de oficina con su impacto en las operaciones de la tienda.

Utilidad de Operación  
miles de millones de pesos



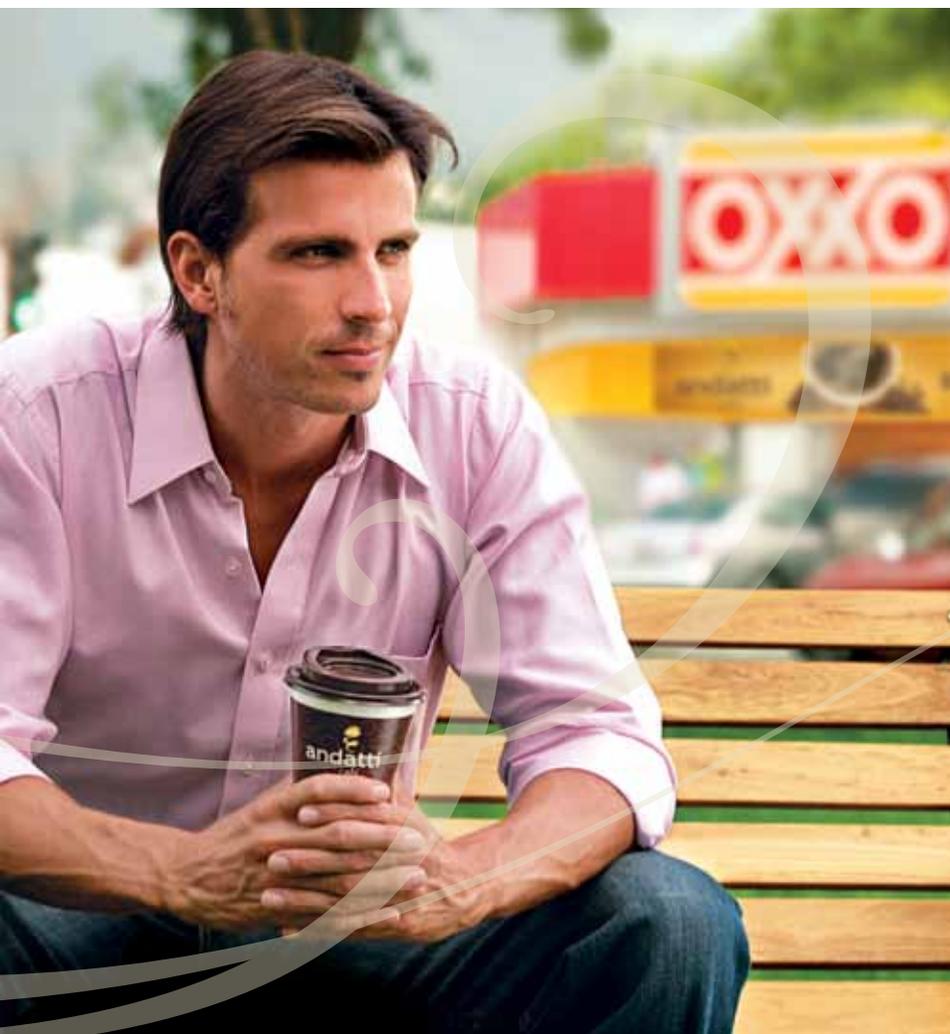
	'05	'06	'07	'08	'09
% de Crecimiento Anual		22.7	39.2	32.6	44.8
% Margen de Operación	4.4	4.5	5.5	6.5	8.3

En 2009, enfocamos nuestros esfuerzos y recursos en la mejora continua del ahorro en costos, incluyendo: una mayor eficiencia en nuestra fuerza laboral; la optimización en el consumo de electricidad, el servicio telefónico, los suministros de oficina y de limpieza; así como la racionalización de los gastos administrativos. Como resultado, logramos ahorros significativos que nos permitieron mejorar la rentabilidad del negocio.

### Integración del Negocio

FEMSA Comercio es un importante componente de la plataforma integrada de bebidas de nuestra empresa. Nuestras tiendas de conveniencia no sólo son un rápidamente creciente punto de contacto e inteligencia comercial con nuestros consumidores, sino también un efectivo canal de distribución para nuestros negocios de bebidas. En 2009, nuestra cadena fue la de mayor venta al detalle de cerveza y productos Coca-Cola en México, representando a su vez más del 40% de los ingresos de FEMSA Comercio. OXXO también juega un importante papel en la estrategia de crecimiento y penetración de mercado de nuestro negocio de cerveza en México. Más del 13% de los volúmenes de ventas nacionales de FEMSA Cerveza fueron vendidas a través de las tiendas OXXO en 2009.

En resumen, la creciente presencia y la continua mejoría en la propuesta de valor de OXXO significa que estamos “siempre listos y siempre ahí”.



OXXO es cada vez más parte de la vida de los consumidores en todo México, sirviendo y satisfaciendo sus necesidades cotidianas.

# 960

nuevas tiendas en 2009



*Compromiso de largo plazo de*

# Responsabilidad

*social corporativa*





# Responsabilidad Social Corporativa

Durante más de un siglo, la responsabilidad social corporativa ha sido para FEMSA una filosofía fundamental. Nuestro compromiso es generar simultáneamente valor económico y social para el desarrollo y sustentabilidad de nuestras empresas, el medio ambiente, y nuestros grupos de interés.

En FEMSA, operar como una compañía socialmente responsable, es el resultado de una filosofía empresarial, que hemos ampliado y perfeccionado en los últimos 119 años. Basados en nuestros orígenes, principios y valores, nuestro compromiso es la generación simultánea de valor económico y social para el desarrollo y la sustentabilidad de nuestras empresas, el medio ambiente y nuestros grupos de interés en los países donde operamos.

Dada la importancia de mantener informados a nuestros grupos de interés acerca del desempeño en la sustentabilidad, hemos publicado, a partir de 2005, reportes específicos sobre el tema. Por segundo año consecutivo, nuestro Reporte de Sustentabilidad 2009 ha incorporado los indicadores de la "Global Reporting Initiative" y nuestras acciones como participantes, desde 2005, del Pacto Mundial de Naciones Unidas. Este también representa un documento en donde se registran los avances que hemos realizado en cuanto a responsabilidad social en todas nuestras operaciones. Lo invitamos a leer este Reporte de Sostenibilidad 2009 en la página [http://www.femsa.com/en/social\\_report.htm](http://www.femsa.com/en/social_report.htm).

En lugar de intuición o un espíritu filantrópico puro, nuestras estrategias de responsabilidad social se basan en dos pilares principales:

- Nuestros valores, filosofía y cultura de trabajo, que conforman nuestro ADN;
- La mitigación de riesgos de corto y largo plazo, que nos permite identificar y tomar acciones para minimizar sus impactos.

Con esto en mente, durante 2009 mejoramos nuestro esquema de responsabilidad social corporativa mediante un marco estratégico actualizado que incluye:

- Una metodología para el manejo del entorno, que permite a las operaciones identificar, analizar y definir programas de acción sobre sus temas clave de riesgo vinculados a la sostenibilidad.
- Un enfoque operativo, basado en nuestros cuatro ejes de responsabilidad social, que nos mantiene enfocados y alineados en los temas relacionados con nuestro negocio: Calidad de Vida en la Empresa, Salud y Bienestar, Vinculación con la Comunidad y Cuidado del Medio Ambiente.
- Filtramos nuestras estrategias y acciones a través de una "prueba de consistencia", asegurando primero ser congruentes con nuestras audiencias internas, para extender nuestras acciones al exterior consistentemente.
- Lineamientos y procesos claros que nos facilitan trabajar de manera congruente y sistémica.

#### Calidad de Vida en la Empresa

Buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias proporcionándoles oportunidades para alcanzar un buen y equilibrado estilo de vida.

- Fundada en 1918, la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCyF) proporciona servicios financieros y jurídicos, becas y oportunidades educativas para sus miembros: nuestros colaboradores y sus familias.
- La *Universidad FEMSA* ofrece más de 6,500 cursos, tanto presenciales como virtuales. En 2009, más de 44,600 colaboradores participaron en los cursos de este centro de aprendizaje.
- El *Sistema de Integración Laboral* ha incorporado y promovido la igualdad de oportunidades para 4,300 personas con discapacidad, adultos mayores y de otros grupos vulnerables, en los lugares y funciones adecuadas dentro de nuestra compañía, acordes a su perfil.

Buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros empleados y sus familias proporcionando oportunidades para que puedan alcanzar un estilo de vida equilibrado.



Fundada en 1918, SCyF es un elemento clave en la reafirmación y expansión de nuestra cultura corporativa en todos nuestros centros de trabajo.

Celebrando

# 119

años como empresa  
socialmente responsable



## Salud y Bienestar

Dedicamos mucha atención y esfuerzo a los programas para promover estilos de vida saludables y responsables, una nutrición balanceada y actividad física.

- A través de SASSO, nuestro Sistema de Administración de la Seguridad y Salud Ocupacional, en 2009, redujimos la tasa de accidentes por cada 100 colaboradores en 6.3%, en comparación con 2008.
- *Trazando Mi Propio Destino* tiene como objetivo ayudar a estudiantes de entre 11 a 17 años de edad a desarrollar la confianza y las habilidades necesarias para tomar decisiones de manera informada, saludable y responsable, en áreas como nutrición, actividad física, presión social e intimidación de compañeros, entre otras. Este programa ha llegado a aproximadamente 515,000 estudiantes de escuelas públicas y privadas en Nuevo León, Campeche y Chihuahua en México.
- *Juntos por tu Bienestar* es un programa integrado por cuatro actividades básicas: 1) Obras de teatro, que se fomentan la importancia de la salud, la actividad física, el pensamiento positivo, una alimentación equilibrada y la hidratación en 540 escuelas primarias, cubriendo a 220,000 niños y niñas; 2) Brigadas de salud, que proporcionan revisiones médicas a más de 30,000 estudiantes de 125 escuelas; 3) Clínicas deportivas, que promueven una vida sana a través del deporte y el trabajo en equipo, además de brindar a los estudiantes la oportunidad de conocer a jugadores profesionales de fútbol, y 4) Un concurso de dibujo que permitió a 5,000 participantes ilustrar, a través del arte, la importancia de un estilo de vida saludable en su vida diaria.

## Vinculación con la Comunidad

Este compromiso se deriva de nuestra convicción de que es posible y necesario desarrollar un entorno que sea un mejor lugar para trabajar, vivir y hacer negocios para todos.

- A través del programa *El Banco de Tiempo*, más de 20 compañías han unido sus fuerzas con el gobierno colombiano y Coca-Cola FEMSA Colombia para abordar la enorme tarea de integrar a los ex miembros de grupos paramilitares y guerrillas a la sociedad. En 2009, más de 480 colaboradores de la empresa donaron su tiempo para formar a la primera generación de 23 graduados.
- Fundada en 1943 bajo el liderazgo de Don Eugenio Garza Sada, ex Director General de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, el Tecnológico de Monterrey es hoy una de las universidades privadas más prestigiosas de América Latina, que brinda 54 planes de estudio nacionales y 37 internacionales con grado profesional, 50 programas de maestría y 10 de doctorado a más de 96,650 estudiantes en 33 campus en México.



Dedicamos mucha atención y esfuerzo a los programas que promuevan un estilo de vida saludable y responsable, una nutrición balanceada y una buena aptitud física.

A través de nuestro programa *Trazando Mi Propio Destino*, hemos llegado a 515,000 alumnos de escuelas públicas y privadas en los estados de Nuevo León, Campeche y Chihuahua en México.

Trabajamos en forma continua para minimizar nuestro impacto ambiental y preservar nuestros recursos naturales, a través de prácticas y procesos empresariales sustentables.



El Programa de Responsabilidad Social OXXO PRO invita a los clientes a redondear sus cuentas al siguiente peso para ayudar a quienes más lo necesitan. En 2009, el programa acumuló Ps. 71.5 millones.

- Para identificar oportunidades de desarrollo estratégico para México, FEMSA impulsó proyecto de investigación del Tecnológico de Monterrey que duró dos años, en el que se integran 46 estudios, incluyendo, uno para cada uno de los 32 estados de México y para nueve regiones geográficas estratégicas, a fin de promover la inversión y fomentar el desarrollo regional del país.
- FEMSA Cerveza fue la primera empresa en México en establecer un programa de Conductor Designado para fomentar el consumo responsable de bebidas alcohólicas y disminuir el número de accidentes de tránsito relacionados con el alcohol. En 2009, el programa registró más de 40,200 nuevos conductores, que acordaron abstenerse de beber y conducir. Desde su lanzamiento en 2002, el programa ha registrado más de 175,800 conductores, beneficiando directamente a más de 779,600 personas.
- FEMSA Comercio apoya el Programa de Responsabilidad Social OXXO PRO. Donde las tiendas OXXO invitan a sus clientes a redondear sus cuentas al peso más superior cercano, para ayudar a quienes más lo necesitan. En 2009, el programa acumuló más de Ps. 71.5 millones (US\$5.2 millones) de los clientes para ayudar a más de 187 instituciones en 60 ciudades. Desde su inicio en 2002, PRO ha logrado la aportación de Ps. 339.24 millones (US\$24.9 millones) en beneficio de 877 instituciones de todo México.

#### Cuidado del Medio Ambiente

Trabajamos continuamente para minimizar nuestro impacto medioambiental y preservar nuestros recursos naturales, a través de prácticas y procesos empresariales sustentables.

- En FEMSA Cerveza, utilizamos sólo 3.8 litros de agua por litro de cerveza producida, una cantidad por debajo del promedio de 4.6 litros reportados en 2008 por las siete cerveceras más importantes del mundo. Del mismo modo, Coca-Cola FEMSA ha reducido en 15%, su nivel de utilización del agua en comparación con 2004, llegando a 1.77 litros de agua por litro de producto, uno de los más bajos de todo el sistema Coca-Cola.
- En 2009, Coca-Cola FEMSA ahorró aproximadamente 630,000 metros cúbicos de agua, lo que equivale al consumo anual de 2,000 familias. Además, sus programas de eficiencia energética ahorraron más de 13 millones de KW/h de energía y previno la emisión de aproximadamente 5,200 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente al efecto de más de 760,000 pinos.
- En el año, la planta de reciclaje de PET IMER en Toluca, México, una coinversión entre Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola de México y ALPLA, un importante fabricante y proveedor de botellas de PET, aumentó su capacidad anual de reciclaje en 30%, procesando más de 16,000 toneladas de PET. Utilizando esta tecnología de reciclado de botellas, la planta produjo cerca de 10,000 toneladas de PET grado alimenticio, que se utilizaron para elaborar el equivalente a 1.4 mil millones de envases de 600 mililitros, con 35% de PET reciclado. Esto generó un ahorro de energía, la reducción de aproximadamente 18,000 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> y disminuyó el uso de los recursos no renovables. Por último, a través de nuestras iniciativas de envases ligeros, hemos ahorrado alrededor de 11,000 toneladas de PET y evitado la emisión de alrededor de 70,000 toneladas de gases de efecto invernadero.
- En 2009, OXXO reforzó su compromiso con un mejor medio ambiente con la introducción de una bolsa de compras oxodegradable. Se estima que para 2010 todas las tiendas OXXO utilicen sólo bolsas amigables con el medio ambiente.

- Imbera, la unidad de refrigeración de nuestra área de Insumos Estratégicos, recibió el premio Nacional de Ahorro de Energía de México, en reconocimiento a su línea de equipos de alta eficiencia energética. The Coca-Cola Company considera que estos equipos tienen el más bajo consumo de electricidad en todo su sistema en el mundo.

### Fundación FEMSA

Inaugurada el 14 de noviembre de 2008, en 2009, se institucionaliza nace la Fundación FEMSA como nuestro instrumento de inversión social a largo plazo. La Fundación invierte en iniciativas que fomenten la conservación y uso sustentable del agua y mejoren la calidad de vida de nuestras comunidades a través de la educación, la ciencia y la tecnología. A diferencia de las donaciones, la Fundación realiza aportaciones estratégicas, la inversión en proyectos en los que puede dedicar tiempo y recursos para su crecimiento sostenible. Para multiplicar el efecto y garantizar los resultados esperados de su inversión social, la Fundación participa en alianzas con otras instituciones afines. Los miembros de su Consejo de Administración continuamente se concentran en el desarrollo de socios que incrementen el valor de las inversiones de la Fundación.

#### *Desarrollo Sustentable de los Recursos Hídricos*

En 2009, el Centro del Agua para América Latina y el Caribe inició sus operaciones. Producto de una iniciativa conjunta entre la Fundación, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Tecnológico de Monterrey, el Centro del Agua es el primer centro privado de investigación aplicada en materia de gestión sustentable del agua para la región. Entre sus primeras iniciativas, el Centro del Agua inició la capacitación de 600 profesionales para afrontar los retos del agua en América Latina. El Centro del Agua ganó cuatro becas de investigación, incluyendo una del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México. En conjunto, la Fundación y el Centro del Agua iniciaron el diseño de la Mesa Redonda de América Latina, como parte de la Alianza para el Manejo del Agua (AWS). Desarrollado por The Nature Conservancy (TNC), el Instituto del Pacífico, y el Fondo Mundial para la Naturaleza. La AWS es una creciente red de organizaciones e instituciones que se comprometen a construir un sistema global de administración del agua. La misión de la AWS es promover el uso responsable del agua dulce que es a la vez socialmente beneficioso y ambientalmente sustentable.

La Fundación también se asoció con el BID para establecer un premio que reconoce a las instituciones latinoamericanas que han logrado resultados sobresalientes en los ámbitos de la gestión del agua, saneamiento del agua y manejo de residuos sólidos. En 2009, los ganadores del premio provinieron de Brasil, Chile y Uruguay.

La Fundación FEMSA ha trabajado con el BID, TNC, la Asociación Internacional de Ingenieros Sanitarios de América y Stockholm International Water Institute (SIWI), entre otras organizaciones, para organizar mediodía dedicado a tratar los problemas del agua en América Latina en el influyente foro de la Semana Mundial del Agua en Estocolmo, Suecia.

#### *Calidad de Vida*

El financiamiento de la Fundación hacia la biotecnología y la investigación nutricional se divide en tres áreas: descubrimiento e innovación, bioprocesos y validación. En 2009, la Fundación se asoció con el BID y la Alianza Mundial para una Nutrición Mejorada (GAIN) para llevar a cabo un estudio que trazará un mapa de las oportunidades para mejorar la nutrición de toda América Latina. Para mayor información acerca de la Fundación FEMSA, incluyendo sus programas, proyectos e iniciativas aprobadas, visite [www.femsafoundation.org](http://www.femsafoundation.org).



La Fundación FEMSA invierte en iniciativas que fomenten la preservación y el uso sustentable del agua y la mejora de la calidad de vida de nuestras comunidades, a través de la educación, la ciencia y la tecnología.

# Panorama FEMSA

## Marcas de Refrescos

Alpina	Fresca	Prisco
Aquarius	Freskolita	Quatro
Bebere	Fruitopia	Roman
Black Fire	Frutsi	Sangria Mundet
Blak	Glaceau	Schweppes
Bonaqua	Gladiator	Seagrams Agua Quina
Brisa	Guarapan	Senzao
Burn	Hi-C	Shangri-la
Canada Dry	Hit	Sidral
Carioca	I9	Simba
Cepita	Ju-C	Soda Clausen
Chinotto	Kin	Soda Kin
Ciel	Kist	Sonfil
Coca-Cola	Kuat	Sprite
Coca-Cola Light	Lift	Squirt
Coca-Cola Zero	Manantial	SunFrut
Crush	Mundet	Super Malta
Crystal	Nestea	Tai
Dasani	Nevada	Vallefrut
Del Valle	Polar	Zero
Delaware Punch	Powerade	
Epika	Premio	
Fanta		

## Marcas de OXXO andatti

## Marcas de Cerveza

Bavaria sem Álcool	Santa Cerva
Bavaria Pilsen	Sol
Bavaria Premium	Sol 2
Bohemia	Sol Brava
Bohemia Cavha	Sol Cero
Bohemia Obscura	Sol Cero Limón y Sal
Bohemia Weizen	Sol Light
Carta Blanca	Sol Limón y Sal
Carta Blanca Light	Sol Obscura
Carta Blanca Edición Especial	Sol Pilsen
Casta	Sol Premium
Coors Light	Sol Sem Alcool
Dos XX (Brasil)	Soul Citric
Heineken	Summer Draft
Indio	Superior
Kaiser	Superior Edición Especial
Kaiser Bock	Tecate
Kaiser Gold	Tecate Light
Kloster	Xingu
Kloster Light	XX Ambar
Noche Buena	XX Lager
Palma Louca	



México

MERCOSUR



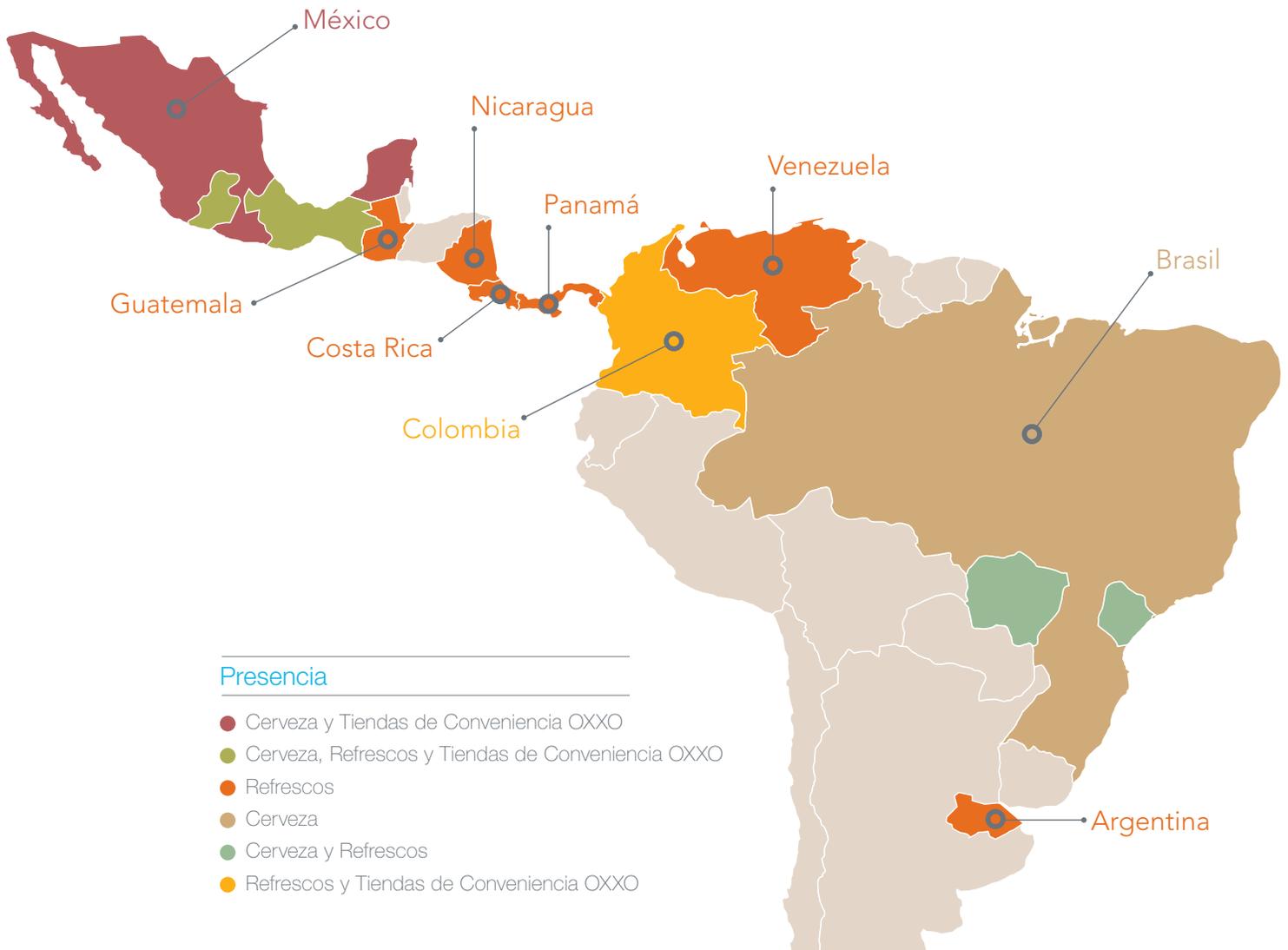
Argentina



Brasil

COMPAÑIA	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO	COCA-COLA FEMSA		
Propiedad de FEMSA (%)	100	100	53.7 <sup>(1)</sup>		
Volumen de Ventas	30,500 <sup>(2)(9)</sup>	—	1,227 <sup>(3)</sup>	184 <sup>(3)</sup>	424 <sup>(3)</sup>
Ingresos <sup>(4)</sup>	46,336 <sup>(7)</sup>	53,549	36,785	27,559	
Utilidad de Operación <sup>(4)</sup>	5,894 <sup>(7)</sup>	4,457	6,849	4,234	
Plantas/Tiendas	6	7,334	10	2	4
Centros de Distribución	317	10	84	6	27
Rutas de Distribución	3,474	—	3,892	305	1,480
Marcas	28	1	36	29	27
Clientes	329,000	6.6 <sup>(5)</sup>	620,255	80,050	189,838
Personal <sup>(6)</sup>	22,592	22,937	67,426		

Nota: Sólo incluye información de los negocios principales.



LATINCENTRO						
Guatemala	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	Colombia	Venezuela	Brasil
●	●	●	●	●	●	● ●
COCA-COLA FEMSA						FEMSA CERVEZA
53.7 <sup>(1)</sup>						83.0 <sup>(8)</sup>
136 <sup>(3)</sup>				232 <sup>(3)</sup>	225 <sup>(3)</sup>	10,048 <sup>(2)</sup>
38,423						46,336 <sup>(7)</sup>
4,752						5,894 <sup>(7)</sup>
5				6	4	8
28				32	33	8
324				575	591	5,200
28				20	11	10
106,189				368,930	211,749	300,000
67,426						2,149

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

<sup>(2)</sup> Miles de hectolitros.

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

<sup>(4)</sup> Expresado en millones de pesos mexicanos.

<sup>(5)</sup> Millones de clientes por día.

<sup>(6)</sup> Incluye personal tercerizado.

<sup>(7)</sup> Resultados de FEMSA Cerveza, incluye México, Brasil y exportaciones.

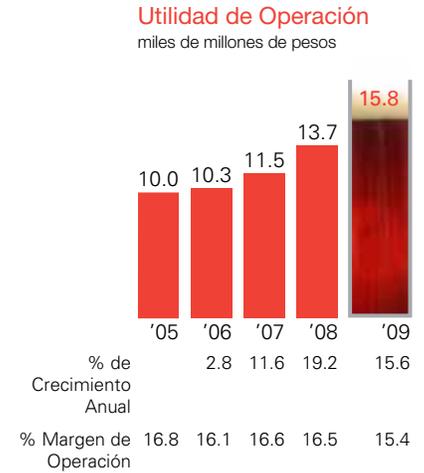
<sup>(8)</sup> El 17% restante es propiedad de Heineken.

<sup>(9)</sup> Incluye exportaciones.

## DATOS SOBRESALIENTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIOS

### Coca-Cola FEMSA

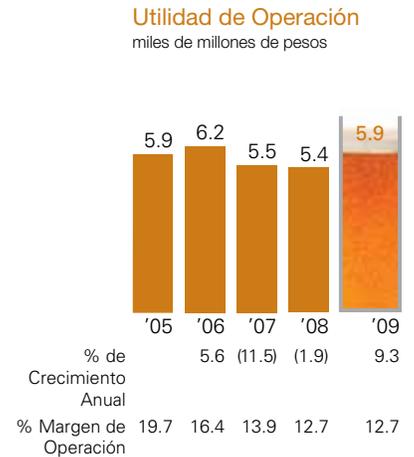
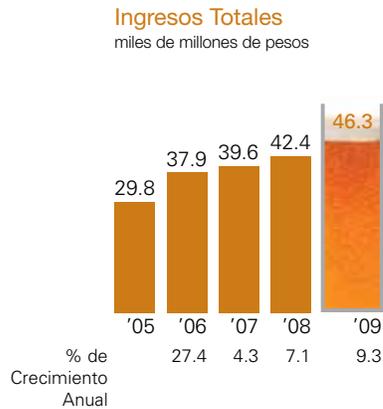
En medio de un muy difícil entorno económico y de mercado, Coca-Cola FEMSA generó sólidos resultados en 2009. Sus ingresos totales crecieron 23.9%, sumando Ps. 102,767 millones, mientras que la utilidad de operación aumentó 15.6%, alcanzando Ps. 15,835 millones.



## DATOS SOBRESALIENTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIOS

### FEMSA Cerveza

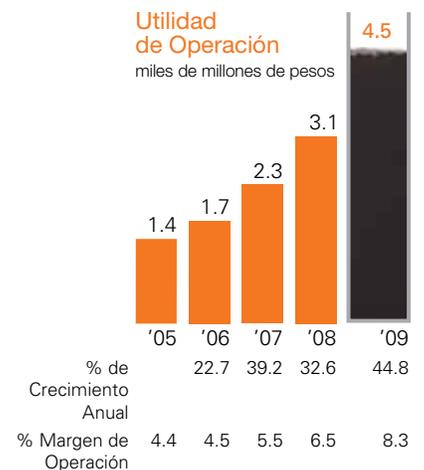
FEMSA Cerveza, superó las expectativas reportando resultados favorables, a pesar de la desaceleración económica mundial que afectó particularmente el norte de México y los Estados Unidos. En 2009, sus ingresos totales aumentaron 9.3%, alcanzando Ps. 46,336 millones y la utilidad de operación creció 9.3%, sumando Ps. 5,894 millones.



## DATOS SOBRESALIENTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIOS

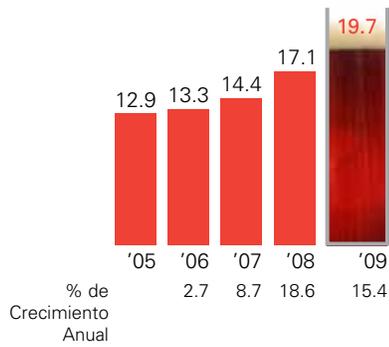
### FEMSA Comercio

FEMSA Comercio registró otro buen año, de cara a un entorno económico retador. En 2009, los ingresos totales aumentaron 13.6%, llegando a Ps. 53,549 millones y la utilidad de operación creció 44.8%, sumando \$4,457 millones, resultando en un margen de operación de 8.3%, un récord en la historia de la empresa.



### Flujo Bruto de Operación (EBITDA)\*

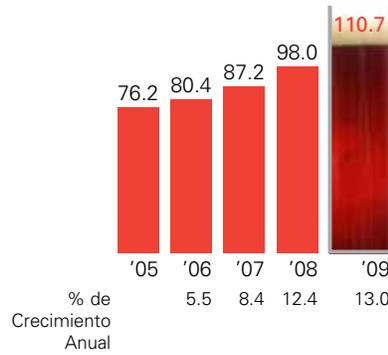
miles de millones de pesos



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

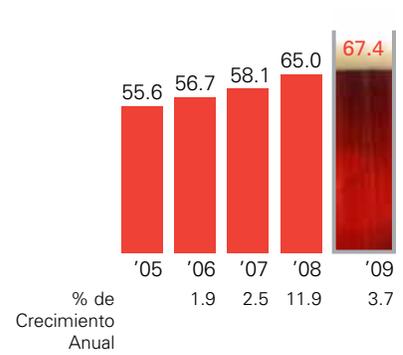
### Activos Totales

miles de millones de pesos



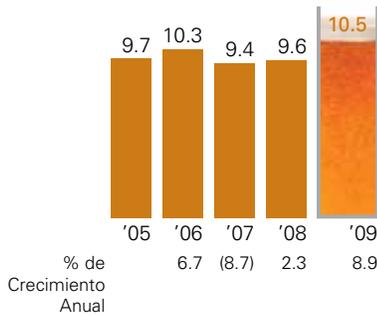
### Personal

miles



### Flujo Bruto de Operación (EBITDA)\*

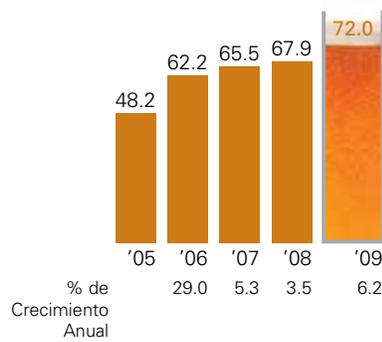
miles de millones de pesos



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

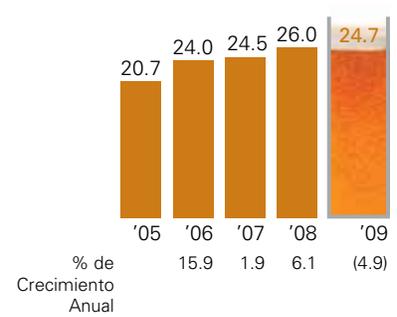
### Activos Totales

miles de millones de pesos



### Personal\*

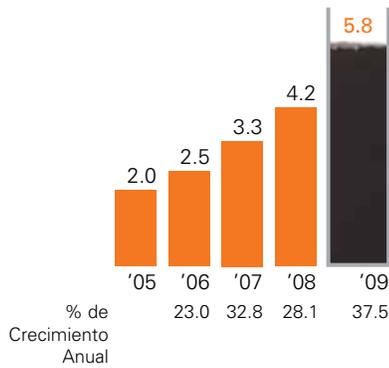
miles



\*A partir de 2008 el personal incluye tercerizados.

### Flujo Bruto de Operación (EBITDA)\*

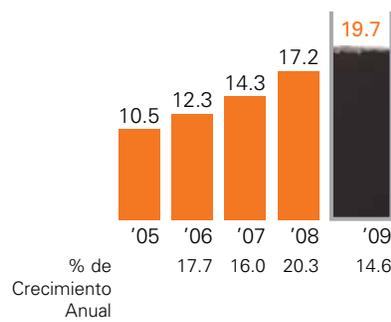
miles de millones de pesos



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

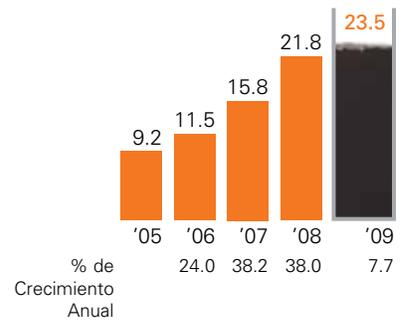
### Activos Totales

miles de millones de pesos



### Personal\*

miles



\*No incluye comisionistas.

## Equipo Directivo

**Contamos con un talentoso equipo de ejecutivos que guía nuestro firme propósito de excelencia como empresa líder internacional. Juntos, capitalizan las competencias y habilidades clave para aprovechar las fortalezas del modelo de negocio de FEMSA. Con ello incrementan nuestra flexibilidad y aprovechan las oportunidades estratégicas, para lograr una mejor posición competitiva en la industria. En el proceso, continúan prolongando nuestro récord histórico de crecimiento rentable frente a un desafiante entorno económico global.**

### José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA

José Antonio Fernández ingresó a FEMSA en 1987. Asumió la Dirección General Ejecutiva de FEMSA en enero de 1995 y desde marzo de 2001 ocupa la Presidencia del Consejo de Administración.

Antes de desempeñarse como Presidente del Consejo de FEMSA, fue Director General de OXXO. También ocupó diversos cargos en el área corporativa de FEMSA y en el área comercial de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma.

Actualmente es Presidente del Consejo de Coca-Cola FEMSA y Vicepresidente del Consejo de Administración del Tecnológico de Monterrey y es miembro de los consejos de importantes empresas nacionales e internacionales como Grupo Financiero BBVA Bancomer, Grupo Industrial Bimbo, Grupo Televisa, Industrias Peñoles, Aerolíneas Volaris, entre otras.

También Co-dirige, el Instituto México del Woodrow Wilson Center y desde hace 14 años ha sido profesor de la materia de planeación de sistemas, en la carrera de Ingeniería Industrial y de Sistemas del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

El Ing. Fernández obtuvo los títulos de Ingeniero Industrial y de Sistemas y de Maestría en Administración, ambos del Tecnológico de Monterrey.

### Federico Reyes García

Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA

Federico Reyes García asumió su actual cargo en enero de 2006, luego de ser Director de Finanzas y Desarrollo Corporativo a partir de 1999. En 1987 fue asesor externo de FEMSA, ingresando formalmente a la empresa en 1992 como Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA. Entre 1993 y 1999, fue Director General Ejecutivo de Seguros Monterrey Aetna y de Valores Monterrey Aetna; así como Director General del Grupo Financiero Bancomer Sector Seguros y Pensiones. Es egresado de la carrera de Contador Público del Tecnológico de Monterrey.

### Javier Astaburuaga Sanjines

Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA

Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines ingresó a FEMSA en 1982 y en 2006 fue designado como Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA.

Anteriormente se desempeñó como Co-Director General de FEMSA Cerveza, Director Comercial de FEMSA Cerveza para el norte de México, Director de Finanzas de FEMSA Cerveza, Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA y Director de Información Financiera de FEMSA Cerveza.

Es egresado de la carrera de Contador Público del Tecnológico de Monterrey.

### Alfonso Garza Garza

Director de Recursos Humanos de FEMSA e Insumos Estratégicos, Proceso de Negocios, y Tecnología de Información de FEMSA

Alfonso Garza Garza inició sus labores en FEMSA en 1985 y fue designado Director de Recursos Humanos de FEMSA en 2005. Previa a esta posición se desempeñó en varios cargos en FEMSA Cerveza y FEMSA Empaques, incluyendo la administración de FEMSA Empaques y Grafo Regia.

Además de sus responsabilidades actuales como Director de Recursos Humanos FEMSA, a partir del primero de enero del 2009 tiene a su cargo la dirección de Insumos Estratégicos, Procesos de Negocios y Tecnología de Información.

Alfonso Garza estudió la carrera de Ingeniero Industrial del Tecnológico de Monterrey y tiene cursos de postgrado del Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE).

### José González Ornelas

Director de Administración y Control Corporativo de FEMSA

José González Ornelas asumió su actual cargo en 2002. Ingresó a FEMSA en 1973, ocupando diversas posiciones en la organización incluyendo la Dirección de Información Financiera.

En 1987 asumió la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza y en 1994 la Dirección de Planeación y Desarrollo Corporativo de FEMSA y la Dirección General de FEMSA Logística.

Es integrante de los Consejos de diversas empresas internacionales y participa como secretario del Comité de Auditoría de FEMSA y Coca-Cola FEMSA. Es miembro del Comité de Vigilancia del Tecnológico de Monterrey. Forma parte del Comité Directivo del Instituto de Contadores Públicos de Nuevo León y es Presidente del Consejo del Club de Fútbol Monterrey.

Es egresado de la carrera de Contador Público de la Universidad Autónoma de Nuevo León y realizó estudios de postgrado en administración en diversas universidades de México y en el exterior.

### Genaro Borrego Estrada

Director de Asuntos Corporativos de FEMSA

Genaro Borrego Estrada se incorporó a FEMSA en septiembre 2007 como Director de Asuntos Corporativos. Previamente, fue diputado federal en la LII Legislatura, de 1982 a 1985. Posteriormente, fue Gobernador del Estado de Zacatecas, de 1986 a 1992 y a principios de este último, fue Presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

De 1993 a 2000 fue Director General Ejecutivo del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Fue Presidente de la Conferencia Interamericana de Instituciones de Seguridad Social. En el 2000 fue electo senador por el estado de Zacatecas en las LVII y LIX Legislaturas. Es egresado de la carrera de Relaciones Internacionales de la Universidad Iberoamericana.

### Carlos Salazar Lomelín

Director General de Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín ingresó a FEMSA en 1973 y asumió su actual posición en el 2000. Previa a ello ocupó diferentes puestos directivos, incluyendo la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza, la Dirección de Planeación Comercial de FEMSA y la Gerencia General de Grafo Regia.

Carlos Salazar fue Presidente de la Comisión Siglo XXI de la ciudad de Monterrey, México y Presidente del Centro Internacional de Negocios (CINTERMEX). Es egresado de la carrera de Economía del Tecnológico de Monterrey y cuenta con estudios de postgrado en Administración y Desarrollo Económico en Italia.

### Jorge Luis Ramos Santos

Director General de FEMSA Cerveza

Jorge Luis Ramos Santos se incorporó a FEMSA en 1996 y asumió su actual cargo en 2006, después de fungir por dos años como Co-Director General de FEMSA Cerveza. Anteriormente fue Director Comercial de la zona sur de México y Director de Recursos Humanos de FEMSA Cerveza.

Previo a incorporarse a FEMSA ocupó diversas posiciones ejecutivas en empresas e instituciones financieras incluyendo ALFA y Serfín. Jorge Luis Ramos es egresado de las carreras de Contador Público y Administración de Empresas del Tecnológico de Monterrey y cuenta con una Maestría en Administración de la Universidad de Pennsylvania (Wharton).

### Eduardo Padilla Silva

Director General de FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva se incorporó a FEMSA en 1997 y en 2000 fue nombrado Director de la División de Negocios Estratégicos, incluyendo empaques, logística y OXXO. Desde 2004 es Director General de FEMSA Comercio. Antes de esto, se desempeñó como Director de Planeación y Control de FEMSA.

Antes de incorporarse a FEMSA, fue Director General de Terza, una subsidiaria de ALFA, de 1987 a 1996.

Eduardo Padilla es egresado de la carrera de Ingeniero Mecánico Administrador del Tecnológico de Monterrey. Además, obtuvo la Maestría en Administración en la Universidad de Cornell y completó cursos de postgrado en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE).

## Gobierno Corporativo Responsable

**Por más de un siglo, El Consejo de Administración de FEMSA ha guiado el crecimiento dinámico de nuestra compañía de acuerdo a los más altos estándares de gobierno corporativo. Estamos comprometidos con la calidad de nuestras prácticas de difusión y nos adherimos a las mejores prácticas de gobierno corporativo. Cumplimos con los estándares dispuestos en la Ley Mexicana del Mercado de Valores y con los requerimientos aplicables para los emisores extranjeros contenidos en la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos. Adicionalmente, nos encontramos entre las empresas líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas, establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.**

**Nuestro Consejo de Administración trabaja para asegurar que nuestra compañía promueva la transparencia financiera, la responsabilidad y altos estándares éticos. Sobre una base responsable de gobierno corporativo, podremos construir nuestro negocio de manera consistente y generar los resultados que nuestros accionistas, consumidores, empleados y otros públicos de interés esperan de nuestra compañía.**

### Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría es responsable de (1) revisar la objetividad e integridad de los estados financieros trimestrales y anuales de FEMSA, de acuerdo con los requerimientos contables, de auditoría y de control interno; (2) del nombramiento, remuneración, retención y vigilancia del desempeño del auditor independiente, el cual reporta directamente al Comité de Auditoría; (3) de revisar las operaciones de FEMSA con los socios que están fuera del curso ordinario del negocio; (4) e identificar y dar seguimiento a las contingencias y procedimientos legales. El Comité de Auditoría ha establecido procedimientos para recibir, conservar y atender las quejas relacionadas con la contabilidad, control interno y auditoría, incluyendo las quejas confidenciales anónimas de empleados con respecto a contabilidad cuestionable o de temas de auditoría. Para realizar sus funciones, el Comité de Auditoría puede contratar a asesores independientes y otros consejeros. Como corresponde, la compañía compensa al auditor independiente y a cualquier consejero externo contratado por el Comité de Auditoría y provee los fondos para los costos administrativos incurridos por el Comité de Auditoría en su función. Alexis E. Rovzar de la Torre funge como Presidente del Comité de Auditoría. Los miembros incluyen a expertos financieros como José Manuel Canal Hernando, Francisco Zambrano Rodríguez y Alfonso González Migoya, todos ellos consejeros independientes. El Secretario Técnico del Comité es José González Ornelas, Director de Administración y Control Corporativo de FEMSA.

### Comité de Prácticas Societarias

El Comité de Prácticas Societarias está integrado por consejeros independientes, quienes son responsables de prevenir o bien reducir el riesgo de realizar operaciones que podrían dañar el valor de FEMSA o que beneficien a un grupo de accionistas en particular. El Comité (1) puede citar a una asamblea de accionistas e incluir en la agenda los temas que consideren apropiados en dicha asamblea; (2) aprobar las políticas sobre el uso de los activos de compañía o de transacciones con partes relacionadas; (3) aprobar la remuneración del director general ejecutivo y de algunos ejecutivos clave; y (4) apoyar al Consejo de Administración en la elaboración de informes sobre prácticas contables. Lorenzo H. Zambrano es el Presidente de este Comité. Los miembros incluyen a Carlos Salguero y Helmut Paul. El Secretario Técnico del Comité de Prácticas Societarias es Alfonso Garza Garza, Director de Recursos Humanos de FEMSA e Insumos Estratégicos, Proceso de Negocios y Tecnología de Información de FEMSA.

### Comité de Finanzas

Las responsabilidades del Comité de Finanzas incluyen (1) la evaluación de las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General Ejecutivo; (2) la identificación de los factores de riesgo a los cuales está expuesta la empresa, así como la evaluación de las políticas de la administración. Ricardo Guajardo Touché es el Presidente del Comité de Finanzas. Son miembros de este Comité: Roberto E. Denham, Francisco Javier Fernández Carbajal, Alfredo Livas Cantú y Federico Reyes García. El Secretario Técnico de este Comité es Javier Astaburuaga Sanjines, Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA.

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

## Consejo De Administración

**El Consejo de Administración encabeza el sistema de gobierno corporativo de FEMSA. Es su responsabilidad determinar nuestra estrategia corporativa definiendo y supervisando la implementación de nuestra visión y valores clave; así como aprobar las transacciones como asociaciones, así como todas aquellas operaciones fuera del curso del negocio.**

**Adicional a nuestro equipo directivo, nuestro Consejo de Administración se apoya en los siguientes comités: el Comité de Auditoría, el Comité de Finanzas y el Comité de Prácticas Societarias. El Consejo de Administración designa y supervisa a los comités, los cuales asisten y dan sus recomendaciones al Consejo en sus respectivas áreas de responsabilidad.**

**José Antonio Fernández Carbajal**

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.  
Electo en 1984  
Suplente: Federico Reyes García<sup>c</sup>

**Eva Garza Lagüera Gonda**

Inversionista Privado  
Electa en 1999  
Suplente: Paulina Garza Lagüera Gonda

**Bárbara Garza Lagüera Gonda**

Inversionista Privado  
Electa en 2002  
Suplente: Enrique F. Senior Hernández

**José Fernando Calderón Rojas**

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

**Consuelo Garza de Garza**

Fundadora y Ex-Presidenta de Asociación Nacional Pro-Superación Personal, A.C. (ANSPAC)  
Organización Filantrópica  
Electa en 1995  
Suplente: Alfonso Garza Garza

**Max Michel Suberville**

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

**Alberto Bailleres**

Presidente del Consejo de Administración de Grupo Bal S.A. de C.V., Industrias Peñoles, S.A.B. de C.V., Fresnillo plc, Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., Grupo Profuturo, S.A.B. de C.V., Instituto Tecnológico Autónomo de México y Director de Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V.  
Empresa Minera y Metalúrgica  
Compañía de Seguros  
Tiendas Departamentales  
Corredora de Bolsa  
Electo en 1995  
Suplente: Arturo Fernández Pérez

**Francisco Javier Fernández<sup>c</sup>**

Consultor e Inversionista Privado  
Electo en 2005  
Suplente: Javier Astaburuaga Sanjines

**Ricardo Guajardo Touché<sup>c</sup>**

Ex-presidente del Consejo de Administración de BBVA Bancomer Institución Financiera  
Electo en 1988  
Suplente: Othón Páez Garza

**Carlos Salguero<sup>b1</sup>**

Presidente del Consejo de Salguero Holdings BVI y Salguero Hotels Chile; y socio en Salguero Hotels AR  
Electo en 1995  
Suplente: Alfonso González Migoya<sup>a1</sup>

**Alfredo Livas Cantú<sup>c1</sup>**

Presidente del Consejo de Administración de Praxis Financiera, S.C.  
Empresa de Consultoría Financiera  
Electo en 1995  
Suplente: Sergio Deschamps Ebergényi<sup>1</sup>

**Roberto Servitje Sendra**

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

**Mariana Garza Lagüera Gonda**

Inversionista Privado  
Electa en 2005  
Suplente: Carlos Salazar Lomelin

**José Manuel Canal Hernando<sup>a1</sup>**

Consultor Privado  
Electo en 2003  
Suplente: Ricardo Saldivar Escajadillo<sup>1</sup>

**Armando Garza Sada**

Vice Presidente del Consejo de Administración y Vice Presidente Ejecutivo de Desarrollo Corporativo de Alfa S.A.B de C.V.  
Electo en 2006  
Suplente: Eduardo Padilla Silva

**Alexis E. Rovzar de la Torre<sup>a1</sup>**

Socio Ejecutivo de White & Case S.C.  
Firma Legal  
Electo en 1989  
Suplente: Francisco Zambrano Rodríguez<sup>a1</sup>

**Helmut Paul<sup>b1</sup>**

Propietario de H. Paul & Company LLC  
Empresa Consultora de Asesoría Financiera  
Electo en 1988  
Suplente: Antonio Elosúa Mugerza<sup>a1</sup>

**Lorenzo H. Zambrano<sup>b1</sup>**

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de CEMEX, S.A.B. de C.V.  
Cementos y Materiales de Construcción  
Electo en 1995  
Suplente: Francisco Garza Zambrano<sup>1</sup>

**Robert E. Denham<sup>c</sup>**

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

**Secretario**

Carlos Eduardo Aldrete Ancira

**Secretario Suplente**

Arnulfo Treviño Garza

**Comités:**

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

**Relación:**

1) Independiente

## CONTENIDO

Resumen Financiero	38
Análisis y Discusión de Resultados	40
Informe Anual del Comité de Auditoría	46
Dictamen de los Auditores Independientes	48
Estados Consolidados de Situación Financiera	49
Estados Consolidados de Resultados	51
Estados Consolidados de Flujos de Efectivo	52
Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera	53
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	54
Notas a los Estados Financieros Consolidados	56
Directorio de Oficinas	100

# Resumen Financiero

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

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de <sup>(1)</sup>:</i>	<b>2009</b>	2008	2007	2006	2005
<b>Estado de Resultados</b>					
Ventas netas	<b>Ps. 196,103</b>	Ps. 167,171	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799
Ingresos totales	<b>197,033</b>	168,022	147,556	136,120	119,462
Costo de ventas	<b>106,195</b>	90,399	79,739	73,338	63,695
Utilidad bruta	<b>90,838</b>	77,623	67,817	62,782	55,767
Gastos de operación	<b>63,826</b>	54,939	48,081	44,145	38,166
Utilidad de operación	<b>27,012</b>	22,684	19,736	18,637	17,601
Otros gastos (productos), neto	<b>3,506</b>	2,374	1,297	1,650	1,108
Resultado integral de financiamiento	<b>4,516</b>	6,825	1,553	2,519	2,800
Impuestos a la utilidad	<b>3,908</b>	4,207	4,950	4,608	4,620
Utilidad neta	<b>15,082</b>	9,278	11,936	9,860	9,073
Utilidad neta controladora	<b>9,908</b>	6,708	8,511	7,127	5,951
Utilidad neta no controladora	<b>5,174</b>	2,570	3,425	2,733	3,122
<b>Razones financieras (% de ingresos totales)</b>					
Margen bruto	<b>46.1%</b>	46.2%	46.0%	46.1%	46.7%
Margen operativo	<b>13.7%</b>	13.5%	13.4%	13.7%	14.7%
Utilidad neta	<b>7.7%</b>	5.5%	8.1%	7.2%	7.6%
<b>Otra información</b>					
Depreciación	<b>5,596</b>	4,967	4,359	4,333	3,990
Amortización y otros cargos virtuales a la utilidad de operación	<b>4,482</b>	4,031	3,709	3,787	3,543
Flujo bruto de operación	<b>37,090</b>	31,682	27,804	26,757	25,134
Inversiones en activo fijo <sup>(2)</sup>	<b>13,178</b>	14,234	11,257	9,422	7,508
<b>Balance General</b>					
<b>Activos</b>					
Activos circulantes	<b>49,380</b>	38,987	33,485	27,829	24,900
Propiedad, planta y equipo, neto <sup>(3)</sup>	<b>69,200</b>	65,158	57,832	56,027	51,175
Inversión en acciones	<b>2,344</b>	1,965	1,863	824	852
Activos intangibles	<b>71,181</b>	65,860	60,234	57,906	52,837
Otros activos	<b>18,986</b>	15,375	12,381	11,930	10,059
<b>Total activos</b>	<b>211,091</b>	187,345	165,795	154,516	139,823

# Resumen Financiero

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

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de <sup>(1)</sup>:</i>	<b>2009</b>	2008	2007	2006	2005
<b>Pasivos</b>					
Deuda a corto plazo	<b>Ps. 8,853</b>	Ps. 11,648	Ps. 9,364	Ps. 6,746	Ps. 5,479
Pasivos circulantes	<b>36,914</b>	32,446	24,153	21,314	17,031
Deuda a largo plazo	<b>34,810</b>	32,210	30,665	35,673	32,129
Obligaciones laborales	<b>3,354</b>	2,886	3,718	3,269	2,676
Impuestos diferidos	<b>972</b>	2,400	3,584	3,995	3,703
Otros pasivos	<b>10,359</b>	8,860	4,658	5,311	4,407
<b>Total pasivos</b>	<b>95,262</b>	90,450	76,142	76,308	65,425
<b>Capital contable</b>	<b>115,829</b>	96,895	89,653	78,208	74,398
Participación controladora	<b>81,637</b>	68,821	64,578	56,654	52,400
Participación no controladora	<b>34,192</b>	28,074	25,075	21,554	21,998
<b>Razones financieras (%)</b>					
Liquidez	<b>1.08</b>	0.89	1.00	0.99	1.11
Apalancamiento	<b>0.82</b>	0.91	0.85	0.98	0.88
Capitalización	<b>0.29</b>	0.34	0.33	0.37	0.35
<b>Información por acción</b>					
Valor en libros <sup>(4)</sup>	<b>4.563</b>	3.847	3.609	3.167	2.929
Utilidad neta controladora <sup>(5)</sup>	<b>0.554</b>	0.375	0.476	0.398	0.333
Dividendos pagados <sup>(6)</sup>					
Acciones serie "B"	<b>0.081</b>	0.081	0.074	0.049	0.037
Acciones serie "D"	<b>0.101</b>	0.101	0.093	0.061	0.046
<b>Número de empleados <sup>(7)</sup></b>	<b>127,179</b>	122,981	105,020	97,770	90,731
<b>Número de acciones <sup>(8)</sup></b>	<b>17,891.13</b>	17,891.13	17,891.13	17,891.13	17,891.13

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007.

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

(3) Incluye botellas y cajas.

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

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

(6) Información en pesos nominales de cada año.

(7) El personal de 2008 y 2009 incluye terceros de FEMSA Cerveza.

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

## RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009, COMPARADOS CON EL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR.

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

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera para México ("NIF Mexicanas"). Los resultados del 2008 y 2009 están en pesos mexicanos nominales ("Pesos" o "Ps."). La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos ("\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 31 de diciembre de 2009 fue de 13.0576 pesos por dólar.

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

### FEMSA CONSOLIDADO

*Cifras en millones de pesos nominales del 2009*

#### FEMSA y sus Subsidiarias

	Ingresos Totales	% Crecimiento vs. 2008	Utilidad de Operación	% Crecimiento vs. 2008
FEMSA Consolidado	Ps. 197,033	17.3%	Ps. 27,012	19.1%
Coca-Cola FEMSA	102,767	23.9%	15,835	15.6%
FEMSA Cerveza	46,336	9.3%	5,894	9.3%
FEMSA Comercio	53,549	13.6%	4,457	44.8%

#### 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 del 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% a Ps. 53,549 millones, debido principalmente a la apertura de 960 nuevas tiendas durante el año y al incremento promedio en las ventas mismas-tiendas de 1.3%. 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 nuestros mercados y al aumento en el volumen de ventas en nuestro mercado de exportación.

#### Utilidad Bruta

La utilidad bruta consolidada aumentó 17.0% a Ps. 90,838 millones en 2009 en comparación con Ps. 77,623 millones en 2008, debido a incrementos 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 parcialmente compensó la presión en costos 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 de 2008. Aproximadamente 74% de este incremento se debió al incremento en gastos de operación en Coca-Cola FEMSA debido a mayores costos laborales en Venezuela y mayores inversiones de mercadotecnia en ciertas divisiones. Por su parte, FEMSA Comercio representó aproximadamente 20% del incremento, debido en gran medida al acelerado ritmo de apertura de tiendas y FEMSA Cerveza representó el balance. 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 permanecieron estables en 5.6% en 2009, comparado con 5.7% en el 2008 debido al apalancamiento operativo logrado por mayores ingresos en todas las operaciones de FEMSA.

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 y 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 el 2008.

La utilidad de operación consolidada aumentó 19.1% a Ps. 27,012 millones en 2009 comparada con Ps. 22,684 millones en 2008, impulsada por los resultados de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio, los cuales representaron 81% de este incremento y FEMSA Cerveza el balance. El margen de operación consolidado en 2009 fue de 13.7% representando una mejora de 0.2 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008. El aumento del margen de bruto de FEMSA Comercio combinado con las iniciativas de contención de gastos en las operaciones de cerveza, compensaron la presión en las materias primas en las operaciones de bebidas.

## Resultado Integral de Financiamiento

El resultado integral de financiamiento decreció 33.8% en 2009 a Ps. 4,516 millones reflejando una mejora significativa debido a una baja base de comparación en el 2008, debido a menores pérdidas por fluctuación cambiaria, resultado de la depreciación de las monedas locales con respecto al US dólar y al cambio a ganancias en ciertos instrumentos financieros derivados durante el año.

## Impuestos a la Utilidad

La provisión contable de impuesto fue de Ps. 5,973 millones en 2009 excluyendo Ps. 2,066 millones del beneficio extraordinario del programa de amnistía de impuestos ofrecido por las autoridades tributarias brasileñas durante 2009—resultando en una provisión neta contable de impuesto efectivo de Ps. 3,908 millones en el 2009, comparado con Ps. 4,207 millones en 2008, y 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 incrementó 62.6% a Ps. 15,082 millones en 2009 en comparación con Ps. 9,278 millones en 2008, debido (i) al aumento en la utilidad de operación durante el año, (ii) una mejora significativa en el resultado integral de financiamiento, debido a los factores mencionados anteriormente y (iii) al beneficio extraordinario por el programa de amnistía de impuestos ofrecido por las autoridades tributarias brasileñas durante el 2009.

La utilidad neta controladora 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 controladora por Unidad<sup>(1)</sup> FEMSA para el 2009 fue de Ps. 2.77 (\$2.12 dólares por cada American Depositary Shares "ADS").

(1) Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre del 2009 fue de 3,578,226,270, equivalente al número total de acciones en circulación en la misma fecha, dividido entre 5.

## **Inversión en Activo Fijo**

La inversión en activo fijo alcanzó Ps. 13,178 millones en el 2009, una disminución de 7.4% comparado con 2008, reflejando una racionalización y reducción en capacidad de algunas inversiones en FEMSA Cerveza, las cuales contrarrestaron mayores inversiones de manufactura en Coca-Cola FEMSA, así como un mayor ritmo en la apertura de tiendas en FEMSA Comercio.

## **Deuda Neta Consolidada**

Al 31 de diciembre del 2009, nuestro saldo en caja<sup>(2)</sup> fue de Ps. 17,636 millones (US\$ 1,351 millones), un aumento de Ps. 8,526 millones (US\$ 653.0 millones) en comparación al 31 de diciembre del 2008 reflejando una fuerte generación de efectivo en todas nuestras operaciones, principalmente en Coca-Cola FEMSA. La deuda a corto plazo fue de Ps. 8,853 (US\$ 678 millones) y la deuda a largo plazo fue Ps. 34,810 millones (US\$ 2,666 millones). Nuestra deuda neta tuvo un aumento de Ps. 8,831 millones (US\$ 676.3 millones), resultando una deuda neta de Ps. 24,982 millones (US\$ 1,913 millones).

## **RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO**

### **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 en ventas de todas nuestras divisiones. El crecimiento orgánico de nuestras operaciones contribuyó con más del 75% de los ingresos incrementales. Las adquisiciones de REMIL en Brasil y Brisa en Colombia contribuyeron menos de 15% de los ingresos incrementales y el efecto positivo de conversión de moneda, debido a la devaluación del Peso mexicano frente a las monedas locales de nuestras operaciones aportó el balance.

El precio promedio por caja unidad en 2009 fue Ps. 40.95, un incremento de 13.9% en comparación a Ps. 35.94 en el 2008, reflejando un mayor precio promedio en todos nuestros territorios resultado de los incrementos selectivos de precios implementado durante el año a lo largo de nuestras operaciones.

El volumen total de ventas incrementó 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 total de ventas creció 5.1% a 2,357.0 millones de cajas unidad. El crecimiento orgánico de volumen fue resultado del crecimiento de la categoría de refrescos, la cual contribuyó con aproximadamente 45% del volumen incremental, impulsada principalmente por la marca *Coca-Cola*. La categoría de bebidas no carbonatadas, aportó menos del 45% del volumen incremental, impulsada por el desempeño de la línea de Jugos de Valle en nuestros principales territorios, mientras que el segmento de agua embotellada, representó el balance.

#### **Utilidad Bruta**

El costo de ventas aumentó 25.2% a Ps. 54,952 millones en 2009 en comparación con Ps. 43,895 millones en 2008 como resultado de presiones en los costos debido a (i) la devaluación de las monedas locales en nuestras principales operaciones aplicada a los costos de materias primas denominados en US 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 2006 en México. Estas presiones se vieron parcialmente compensadas por menores costos de resina. La utilidad bruta consolidada aumentó 22.3% a Ps. 47,815 millones en 2009 en comparación con el 2008, debido a los incrementos en ingresos totales en todas nuestras operaciones. Sin embargo, el margen bruto disminuyó 0.6 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008, a 46.5% en 2009.

(2) El saldo de caja incluye efectivo, equivalentes de efectivo e instrumentos financieros.

## Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 26.0% en términos absolutos a Ps. 31,980 millones en 2009 resultado de (i) mayores costos laborales en Venezuela, (ii) mayores inversiones de mercadotecnia en la división México, (iii) la integración de REMIL en Brasil, y iv) un incremento de gastos de mercadotecnia en la división Latincentro, como resultado de la integración del portafolio de Brisa en Colombia y la expansión de la línea de Jugos del Valle en Colombia y Centroamérica. Como porcentaje de los ingresos totales los gastos de operación incrementaron de 30.6% en 2008 a 31.1% en 2009.

La utilidad de operación aumentó 15.6% a Ps. 15,835 millones en 2009 en comparación a Ps. 13,695 millones en 2008. Las divisiones de Mercosur y Latincentro representaron más del 90% del incremento. El margen de operación disminuyó 1.1 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2008, a 15.4% en 2009.

## 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, principalmente debido 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. Las ventas de cerveza en México representaron 66.0% de los ingresos totales de 2009, comparado con 68.9% durante el 2008. Las ventas de cerveza en Brasil representaron 15.5% de los ingresos totales del 2009 comparado con 14.6% durante el 2008. Las ventas de cerveza de exportación representaron 10.2% de los ingresos totales del 2009, comparado con el 8.5% durante 2008.

El volumen de ventas de cerveza de México disminuyó 1.7% a 26.929 millones de hectolitros en 2009, en el contexto de un entorno económico negativo, particularmente afectando en nuestros mercados claves. Nuestra familia de marcas *Tecate* e *Indio*, una vez más lograron un fuerte crecimiento. El precio por hectolitro incrementó 6.4% a Ps. 1,134.9 en 2009, debido principalmente a los incrementos de precio implementados durante el segundo trimestre del 2009, adicional al incremento realizado a finales del tercer trimestre del 2008.

El volumen de ventas de cerveza en Brasil disminuyó 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 un efecto positivo por conversión de monedas, debido a la depreciación del peso mexicano frente al real brasileño. En reales brasileños, el precio promedio por hectolitro aumentó 4.8%, reflejando incremento de precios implementado al inicio del año.

El volumen de ventas de exportación creció 2.6% comparado con el 2008, alcanzando 3.570 millones de hectolitros en 2009 comparado con 3.479 millones de hectolitros en 2008, logrando un mejor desempeño que la categoría de cervezas importadas en Estados Unidos. El incremento fue debido principalmente a la marca *Dos Equis* en Estados Unidos y *Sol* en otros mercados clave. El precio por hectolitro en exportaciones en pesos mexicanos incrementó 27.9% a Ps. 1,326.7 en 2009 comparado con 2008, reflejando la depreciación del peso mexicano frente al US. El precio por hectolitro en US dólar mejoró 4.3% a US\$ 98.0 debido a moderados incrementos implementados durante el año y al efecto favorable por el cambio en la mezcla de productos, de *Tecate* a *Dos Equis*, la cual tiene un precio mayor.

### Utilidad Bruta

El costo de ventas incrementó 14.7% en 2009 a Ps. 22,418 millones comparado con Ps. 19,540 millones en 2008, por encima del 9.3% de crecimiento en ventas totales durante el año. Este incremento refleja principalmente (i) la depreciación del peso mexicano frente al dólar y el real brasileño, aplicada a la porción no cubierta de nuestros costos denominados en monedas extranjeras, (ii) el incremento en costos de materias primas, particularmente en granos y en menor medida en aluminio, y (iii) el efecto por conversión de monedas por la depreciación del peso mexicano frente al real brasileño. La utilidad bruta alcanzó Ps. 23,918 millones en 2009 comparado con Ps. 22,845 millones en 2008. A pesar del incremento de 4.7% en la utilidad bruta en 2009, 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 decrecieron a 38.9% en el 2009 comparados con 41.2% en 2008. Los gastos administrativos incrementaron 3.1% a Ps. 4,221 millones en 2009 comparado 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, debido a los esfuerzos de racionalización y contención en los gastos de ventas en México y Brasil. La utilidad de operación incrementó 9.3% a Ps. 5,894 millones en 2009, y permaneció estable como porcentaje de los ingresos totales con 12.7% en 2009. La contención en los gastos de operación compensaron las presiones en el 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, resultado de la combinación de la apertura de 960 nuevas tiendas netas durante el 2009 y al crecimiento en las ventas-mismas-tiendas. Al 31 de diciembre de 2009, teníamos 7,334 tiendas en México. Las ventas-mismas-tiendas tuvieron incremento de 1.3% en comparación al 2008, reflejando un crecimiento de 3.3% en el tráfico, el cual compensó la ligera reducción de 1.6% en el ticket promedio. Como fue el caso del 2008, las ventas-mismas-tiendas, ticket y tráfico promedio por tienda reflejan el cambio en la mezcla por la introducción del servicio de venta de tiempo aire electrónico a consumidores de telefonía móvil, por el cual sólo el margen es registrado en lugar del monto completo de la recarga de tiempo aire. Sin embargo, a medida que el año 2009 transcurrió, el impacto 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. Esta mejora refleja una colaboración y ejecución más efectiva con nuestros proveedores claves 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 al crecimiento en el número de tiendas, que 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 durante 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. El margen de operación incrementó 1.8 puntos porcentuales, alcanzando 8.3% de los ingresos totales en 2009 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.

## ACONTECIMIENTOS RELEVANTES DURANTE 2009

### **Coca-Cola FEMSA Adquiere Brisa en Colombia**

El 27 de febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA anunció el cierre exitoso de la transacción para adquirir, de manera conjunta con The Coca-Cola Company, el negocio de agua embotellada Brisa (incluida la marca y los activos productivos), propiedad de la empresa Bavaria, una subsidiaria de SABMiller. Esta operación permitió que la compañía incrementa su presencia en el negocio de agua y complementa su portafolio de productos. El precio de compra, que asciende a US\$92 millones, fue asumido en partes iguales por Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company. A partir del 1 de junio de 2009, de acuerdo con el periodo de transición establecido con Bavaria, Coca-Cola FEMSA comenzó a vender y distribuir el portafolio de Brisa en Colombia.

### **Asambleas Accionistas Coca-Cola FEMSA**

El 23 de marzo de 2009, Coca-Cola FEMSA celebró su Asamblea General Ordinaria Anual, en la cual los accionistas aprobaron los estados financieros consolidados de la Compañía para el año terminado el 31 de diciembre de 2008, la declaración de dividendos correspondientes al año fiscal 2008 y la conformación del Consejo de Administración y Comités para el año 2009. Los accionistas aprobaron el pago de un dividendo en efectivo por la cantidad total de Ps. 1,343.9 millones, a razón de 0.7278 pesos por acción, el equivalente a Ps. 7.278 por ADR. El dividendo se pagó el día 13 de abril de 2009. Asimismo, de acuerdo con la regulación mexicana vigente, se estableció el monto máximo de recursos, que podrían destinarse potencialmente a la recompra de acciones de la Compañía, por una cantidad de Ps. 400 millones.

### **Asambleas Accionistas FEMSA**

El 25 de marzo del 2009, FEMSA celebró su Asamblea General Ordinaria Anual en la cual los accionistas aprobaron el pago de dividendo en efectivo por la cantidad total de Ps. 1,620 millones, a razón de Ps. 0.100985875 por cada acción Serie "D" y Ps. 0.0807887 por cada acción Serie "B," lo que corresponde a un total de Ps. 0.4847322 por cada Unidad "BD" (BMV: FEMSAUBD), equivalente a Ps. 4.847322 por cada ADR (NYSE: FMX) y Ps. 0.4039435 por cada Unidad "B" (BMV: FEMSAUB). El dividendo se pagó en dos exhibiciones iguales el 4 de mayo de 2009 y 3 de noviembre de 2009, con fecha de registro de 30 de abril de 2009 y 30 de octubre de 2009, respectivamente.

### **Coca-Cola FEMSA Liquidación Vencimientos del Bono Yankee y Certificado Bursátil**

En julio de 2009, Coca-Cola FEMSA liquidó los vencimientos de deuda relacionados con el bono yankee heredado con la adquisición de Panamco por US\$265 millones y un certificado bursátil por Ps. 500 millones, ambos con flujo de efectivo generado por las operaciones de Coca-Cola FEMSA.

### **FEMSA Acuerda Intercambio Estratégico de Sus Operaciones de Cerveza por una Participación del 20% en Heineken**

El 11 de enero, 2010, FEMSA anunció que su Consejo de Administración aprobó unánimemente un acuerdo definitivo para transformar las operaciones de FEMSA Cerveza en una participación económica del 20% de Heineken (HEIA.NA; HEIN.AS; HEIO.NA; HEIO.AS), uno de los cerveceros líderes en el mundo. El acuerdo establece que 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 asignadas mediante un instrumento de entrega programada. 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. Heineken también asumirá US\$2,100 millones de deuda incluyendo obligaciones no fondeadas del plan de pensiones de FEMSA Cerveza. La transacción total está valuada en aproximadamente US\$7,347 millones, basada en un precio de cierre del 8 de enero de 2010 de 32.92 para Heineken N.V. y 29.38 para Heineken Holding N.V., incluyendo la deuda asumida. Se espera que la transacción concluya durante el primer semestre del 2010, y está sujeta a la aprobación de las autoridades regulatorias correspondientes, así como a la aprobación de los accionistas de FEMSA, de Heineken N.V. y de Heineken Holding N.V.

### **Coca-Cola FEMSA, Venezuela Anuncia Devaluación del Bolívar**

El 11 de enero de 2010, Coca-Cola FEMSA comentó que las autoridades del Gobierno venezolano anunciaron la devaluación de su moneda, el bolívar, y el establecimiento de un sistema múltiple de tipos de cambio. Esperamos que este evento tenga un efecto en nuestros resultados financieros, incrementando nuestros costos de operación, como resultado del movimiento del tipo de cambio aplicado a nuestro costo de materia prima denominado en US dólares, y reduciendo los resultados de nuestra operación venezolana al ser traducidos a nuestra moneda de reporte, el peso mexicano. De acuerdo a las prácticas contables, el tipo de cambio que se utilizará para traducir nuestros estados financieros a partir de enero de 2010, será el que utilicemos para repatriar dividendos. Nos mantenemos a la espera de una resolución a este respecto.

### **Coca-Cola FEMSA Anuncia Exitosa Colocación de Bonos a 10 Años**

El 2 de febrero de 2010, la Compañía colocó exitosamente US\$ 500 millones en bonos a 10 años con un rendimiento de 4.689% (Bono del Tesoro de EUA más un margen de 105 puntos base) con un cupón de 4.625%. El cierre de la transacción ocurrió el 5 de febrero de 2010. El libro de la transacción estuvo más de 6 veces sobre-suscrito con respecto al monto de US\$400 millones anunciado inicialmente. Los recursos provenientes de la colocación serán destinados al refinanciamiento de deuda existente y para usos corporativos generales.

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

En cumplimiento a lo dispuesto en los Artículos 42 y 43 de la Ley del Mercado de Valores y el Reglamento del Comité de Auditoría, informo a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo durante el año terminado el 31 de diciembre de 2009. En el desarrollo de nuestro trabajo, hemos tenido presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas y por tratarse de una Compañía registrada en el mercado de valores en los Estados Unidos de América, las disposiciones establecidas en la Ley Sarbanes-Oxley. Nos reunimos cuando menos trimestralmente y con base en un programa de trabajo, llevamos a cabo las actividades que se describen a continuación.

### **Control Interno**

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

Validamos las acciones realizadas por la empresa a fin de dar cumplimiento a la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley relativa a la auto evaluación de control interno que efectuó la empresa y deberá reportar por el año 2009. Durante este proceso, se dio seguimiento a las medidas preventivas y correctivas implementadas relativas a aspectos de control interno que requieran mejorarse.

### **Evaluación de Riesgos**

Evaluamos periódicamente la efectividad del Sistema de Administración de Riesgos establecido para la detección, medición, registro, evaluación y control de riesgos de la Compañía, así como para la implementación de medidas de seguimiento que aseguren su eficiente funcionamiento, estimándose la misma apropiada.

Revisamos con la Administración y los Auditores Externos e Internos, los factores críticos de riesgo que puedan afectar las operaciones de la Compañía y su patrimonio, determinándose que los mismos han sido apropiadamente identificados y administrados.

### **Auditoría Externa**

Recomendamos al Consejo de Administración la contratación de los auditores externos del Grupo y subsidiarias para el ejercicio fiscal 2009. Para este fin, nos cercioramos de su independencia y el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la Ley. Analizamos con ellos, su enfoque y programa de trabajo así como su coordinación con el área de Auditoría Interna.

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

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

Tomando en cuenta los puntos de vista de la Administración, llevamos a cabo la evaluación de sus servicios correspondientes al año anterior e iniciamos el proceso de evaluación correspondiente al ejercicio 2009.

### **Auditoría Interna**

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

Revisamos y aprobamos con la debida oportunidad, su programa y presupuesto anual de actividades. Para elaborarlo, Auditoría Interna participó en el proceso de identificación de riesgos, establecimiento de controles y prueba de los mismos, para cumplir con los requerimientos de la Ley Sarbanes-Oxley.

Recibimos informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado, las variaciones que pudiera haber tenido así como las causas que las originaron.

Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que desarrollaron y su implementación oportuna.

Nos aseguramos que se tuviera implementado un plan anual de capacitación.

Revisamos las evaluaciones del servicio de Auditoría Interna efectuadas por los responsables de las unidades de negocio y por el propio Comité.

### **Información Financiera, Políticas Contables e Informes a Terceros**

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

situación financiera, los resultados de la operación y los cambios en la situación financiera de la Sociedad, por el año terminado el 31 de diciembre de 2009.

Revisamos también, los reportes trimestrales que prepara la Administración para ser presentados a los accionistas y público en general, verificamos que éstos fueran preparados utilizando los mismos criterios contables empleados para preparar la información anual. Nuestra revisión incluyó el satisfacerlos, que existe un proceso integral que proporcione una seguridad razonable sobre su contenido. Como conclusión, recomendamos al Consejo que autorizara su publicación.

Nuestra revisión incluyó también los reportes y cualquier otra información financiera requerida por los Organismos Reguladores en México y Estados Unidos de América.

Aprobamos la incorporación a las políticas contables de la Sociedad, los nuevos procedimientos contables que entraron en vigor en 2009, que hayan sido emitidos por el organismo responsable de la normatividad contable en México.

Recibimos reportes periódicos de los avances en el proceso que está llevando a cabo la empresa, para la adopción de las normas internacionales de contabilidad, en los términos establecidos por la circular emitida al respecto, por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. En su oportunidad, les presentaremos nuestras recomendaciones para su implementación.

### **Cumplimiento de la Normatividad, Aspectos Legales y Contingencias**

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

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

### **Código de Conducta**

Con el apoyo de Auditoría Interna, nos cercioramos del cumplimiento por parte del personal, del Código de Ética de Negocios vigente en la Compañía, que existan procesos adecuados para su actualización y difusión al personal, así como de la aplicación de las sanciones correspondientes en los casos de violaciones detectadas.

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

### **Aspectos Administrativos**

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

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

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

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

Revisamos el Reglamento del Comité de Auditoría y efectuamos al mismo las modificaciones que estimamos pertinentes a fin de mantenerlo actualizado, sometiéndolas al Consejo de Administración para su aprobación.

Verificamos el cumplimiento de los requisitos de educación y experiencia por parte del experto financiero del Comité y de los criterios de independencia para cada uno de sus miembros conforme a las regulaciones establecidas en la materia.

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

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

Atentamente



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



## 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

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'V. Soulé García', written over a circular stamp or mark.

C.P.C. Víctor Luis Soulé García

Monterrey, N.L., México  
22 de marzo de 2010

# Estados Consolidados de Situación Financiera

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

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	Nota	2009		2008
<b>ACTIVO</b>				
<b>Activo Circulante:</b>				
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
<b>Total activo circulante</b>		<b>3,782</b>	<b>49,380</b>	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
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>\$ 16,166</b>	<b>Ps. 211,091</b>	Ps. 187,345

# Estados Consolidados de Situación Financiera

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

Al 31 de diciembre de 2009 y 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	Nota	2009		2008
<b>PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>				
<b>Pasivo Circulante:</b>				
Préstamos bancarios y documentos por pagar	17	\$ 292	Ps. 3,816	Ps. 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
<b>Total pasivo circulante</b>		<b>3,505</b>	<b>45,767</b>	44,094
<b>Pasivo a Largo Plazo:</b>				
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
<b>Total pasivo a largo plazo</b>		<b>3,791</b>	<b>49,495</b>	46,356
<b>Total pasivo</b>		<b>7,296</b>	<b>95,262</b>	90,450
<b>Capital Contable:</b>				
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)
<b>Total participación controladora</b>		<b>6,251</b>	<b>81,637</b>	68,821
<b>Total capital contable</b>		<b>8,870</b>	<b>115,829</b>	96,895
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$ 16,166</b>	<b>Ps. 211,091</b>	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

# Estados Consolidados de Resultados

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

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 <sup>(1)</sup>
Ventas netas	<b>\$ 15,018</b>	<b>Ps. 196,103</b>	Ps. 167,171	Ps. 147,069
Otros ingresos de operación	<b>72</b>	<b>930</b>	851	487
Ingresos totales	<b>15,090</b>	<b>197,033</b>	168,022	147,556
Costo de ventas	<b>8,133</b>	<b>106,195</b>	90,399	79,739
Utilidad bruta	<b>6,957</b>	<b>90,838</b>	77,623	67,817
Gastos de operación:				
De administración	<b>851</b>	<b>11,111</b>	9,531	9,121
De ventas	<b>4,037</b>	<b>52,715</b>	45,408	38,960
	<b>4,888</b>	<b>63,826</b>	54,939	48,081
Utilidad de operación	<b>2,069</b>	<b>27,012</b>	22,684	19,736
Otros gastos, neto (Nota 18)	<b>(269)</b>	<b>(3,506)</b>	(2,374)	(1,297)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	<b>(398)</b>	<b>(5,197)</b>	(4,930)	(4,721)
Producto financiero	<b>43</b>	<b>565</b>	598	769
(Pérdida) ganancia por fluctuación cambiaria	<b>(30)</b>	<b>(396)</b>	(1,694)	691
Ganancia por posición monetaria	<b>37</b>	<b>487</b>	657	1,639
Ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	<b>2</b>	<b>25</b>	(1,456)	69
	<b>(346)</b>	<b>(4,516)</b>	(6,825)	(1,553)
Utilidad antes de impuesto	<b>1,454</b>	<b>18,990</b>	13,485	16,886
Impuesto a la utilidad (Nota 23 E)	<b>299</b>	<b>3,908</b>	4,207	4,950
Utilidad neta consolidada	<b>\$ 1,155</b>	<b>Ps. 15,082</b>	Ps. 9,278	Ps. 11,936
Utilidad neta controladora	<b>759</b>	<b>9,908</b>	6,708	8,511
Utilidad neta no controladora	<b>396</b>	<b>5,174</b>	2,570	3,425
Utilidad neta consolidada	<b>\$ 1,155</b>	<b>Ps. 15,082</b>	Ps. 9,278	Ps. 11,936
Utilidad básica controladora (dólares americanos y pesos mexicanos) (Nota 22):				
Por acción Serie "B"	<b>\$ 0.04</b>	<b>Ps. 0.49</b>	Ps. 0.33	Ps. 0.42
Por acción Serie "D"	<b>\$ 0.05</b>	<b>Ps. 0.62</b>	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.

# Estados Consolidados de Flujos de Efectivo

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

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
<b>Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Operación:</b>			
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
	<b>2,915</b>	<b>38,059</b>	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	<b>2,368</b>	<b>30,907</b>	23,064
<b>Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Inversión:</b>			
Adquisición BRISA neto de efectivo adquirido (Nota 5)	(55)	(717)	—
Adquisición REMIL neto de efectivo adquirido (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	<b>(1,214)</b>	<b>(15,834)</b>	(18,060)
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	<b>1,154</b>	<b>15,073</b>	5,004
<b>Flujo Generado (Utilizado) en Actividades de Financiamiento:</b>			
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	<b>(590)</b>	<b>(7,711)</b>	(6,160)
Incremento (decremento) neto de efectivo y equivalentes de efectivo	<b>564</b>	<b>7,362</b>	(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	<b>698</b>	<b>9,110</b>	10,456
Decremento (incremento) del efectivo restringido del año	17	222	(287)
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo, neto	\$ <b>1,189</b>	Ps. <b>15,523</b>	Ps. 9,110
Instrumentos financieros	162	2,113	—
Total efectivo, equivalentes de efectivo e instrumentos financieros	\$ <b>1,351</b>	Ps. <b>17,636</b>	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.

# Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera

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

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2007. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.).

2007 <sup>(1)</sup>

## 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 controladora	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.

## Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable

<i>Por los años terminados al 31 de diciembre de 2009, 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.).</i>	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones
Saldos al 31 de diciembre de 2006 <sup>(1)</sup>	Ps. 5,348	Ps. 20,557
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados (Nota 21)		
Venta de participación no controladora		55
Adquisición de la participación no controladora de FEMSA Cerveza		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2007 <sup>(1)</sup>	5,348	20,612
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Cambio en principio contable (Notas 2 G, I)		
Dividendos decretados y pagados (Nota 21)		
Adquisiciones de participación no controladora de Coca-Cola FEMSA (Nota 5)		(61)
Otras transacciones de la participación no controladora		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2008	5,348	20,551
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Cambio en principio contable (Nota 2 C)		
Dividendos decretados y pagados (Nota 21)		
Adquisición de participación no controladora de FEMSA Cerveza		(3)
Utilidad integral		
<b>Saldos al 31 de diciembre de 2009</b>	<b>Ps. 5,348</b>	<b>Ps. 20,548</b>

*(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.*

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
Ps. 32,529	Ps. 7,127	Ps. (8,907)	Ps. 56,654	Ps. 21,554	Ps. 78,208
7,127	(7,127)		—	—	—
(1,525)			(1,525)	(384)	(1,909)
			55	360	415
(23)			(23)	(16)	(39)
	8,511	906	9,417	3,561	12,978
38,108	8,511	(8,001)	64,578	25,075	89,653
8,511	(8,511)		—	—	—
(6,070)		6,424	354	—	354
(1,620)			(1,620)	(445)	(2,065)
			(61)	(162)	(223)
	6,708	(1,138)	5,570	91	91
				3,515	9,085
38,929	6,708	(2,715)	68,821	28,074	96,895
6,708	(6,708)		—	—	—
(182)			(182)	—	(182)
(1,620)			(1,620)	(635)	(2,255)
			(3)	19	16
	9,908	4,713	14,621	6,734	21,355
<b>Ps. 43,835</b>	<b>Ps. 9,908</b>	<b>Ps. 1,998</b>	<b>Ps. 81,637</b>	<b>Ps. 34,192</b>	<b>Ps. 115,829</b>

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. FEMSA Cerveza 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 PRESENTACION.

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 económico 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.

El 3 de marzo de 2010, el Consejo de Administración de la Compañía, aprobó por unanimidad los presentes estados financieros consolidados de acuerdo a NIF mexicanas. Los estados financieros consolidados que se acompañan y sus notas serán presentados durante la Asamblea General Ordinaria de accionistas de la Compañía el 26 de abril de 2010. Los accionistas de la Compañía tienen la facultad de aprobar o modificar los estados financieros consolidados.

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 principio 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. El 10 de febrero de 2010, la Compañía y The Coca-Cola Company realizaron modificaciones al acuerdo entre accionistas, el cual le permitió a FEMSA consolidar Coca-Cola FEMSA de acuerdo a la NIF B-8 durante 2009, ya que la Compañía ha controlado las políticas operativas y financieras de Coca-Cola FEMSA.

**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 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 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. Previa 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 por préstamos 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. INCORPORACION 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.

País	Moneda Funcional/ de Reporte	Moneda Local a Pesos Mexicanos					
		Tipo de Cambio Promedio de			Tipo de Cambio al 31 de Diciembre de		
		2009	2008	2009	2008	2007 <sup>(1)</sup>	
México	Peso mexicano	Ps. 1.00	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 <sup>(2)</sup>	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 POLITICAS CONTABLES.

Las principales políticas contables de la Compañía están de acuerdo con las NIF mexicanas, las cuales requieren que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice ciertos supuestos para determinar la valuación de algunas partidas incluidas en los estados financieros consolidados. 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 2008 y 2009, 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 el periodo de 2008:

	Inflación 2009	Inflación Acumulada 2008–2006	Tipo de Economía
México	3.6%	15.0%	No inflacionaria
Guatemala <sup>(1)</sup>	(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 clasificación 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 a 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:

	Costo Amortizable	Utilidad no Realizada	Valor Razonable
<b>Diciembre 31, 2009</b>			
Títulos de Deuda	<b>Ps. 2,001</b>	<b>Ps. 112</b>	<b>Ps. 2,113</b>

## 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 en 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 denominados 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 en 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 con 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. Hasta 2009, por la mayoría de los territorios, excepto México y Argentina, se prolongaron los contratos de embotellado a través de cartas de extensión. En Brasil, el contrato de embotellado en efecto es sólo por el territorio adquirido de Refrigerantes Minas Gerais Ltda., o REMIL. 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.

The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA están en proceso administrativo de dar efecto a los contratos de embotellado en términos y condiciones sustancialmente similares a los acuerdos anteriores para los territorios de Brasil, Colombia, Venezuela, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y Panamá, los cuales expirarán 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, las 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)
	<b>Ps. 1,998</b>	Ps. (2,715)

Los cambios en el ajuste de conversión 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	<b>Ps. 2,894</b>	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 controladora 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:

Propiedad y equipo relacionados con la producción a valor razonable	<b>Ps. 95</b>
Derechos de distribución de vida indefinida a valor razonable	<b>635</b>
<b>Activos netos adquiridos / precio de compra</b>	<b>Ps. 730</b>

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	<b>Ps. 881</b>
Total activo de largo plazo	<b>1,902</b>
Derechos de distribución	<b>2,242</b>
Total pasivo circulante	<b>1,152</b>
Total pasivo a largo plazo	<b>814</b>
Total pasivo	<b>1,966</b>
<b>Total activos netos adquiridos</b>	<b>Ps. 3,059</b>

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 proforma no se ha considerado la adquisición de Brisa.

La ajustes proforma 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 proforma 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	9,662	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.**

	<b>2009</b>	2008
Clientes	<b>Ps. 9,506</b>	Ps. 8,374
Reserva para cuentas incobrables	<b>(930)</b>	(805)
The Coca-Cola Company	<b>1,034</b>	959
Documentos por cobrar	<b>566</b>	476
MolsonCoors	<b>368</b>	255
Préstamos a empleados	<b>125</b>	86
Anticipos de viajes para empleados	<b>111</b>	65
Reclamaciones por seguros	<b>86</b>	97
Depósitos en garantía	<b>76</b>	60
Jugos Del Valle <sup>(1)</sup>	<b>2</b>	368
Otros	<b>788</b>	866
	<b>Ps. 11,732</b>	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:

	<b>2009</b>	2008	2007
Saldo inicial	<b>Ps. 805</b>	Ps. 657	Ps. 586
Provisión del año	<b>363</b>	387	195
Cancelación de cuentas incobrables	<b>(269)</b>	(237)	(98)
Efecto de conversión en saldos iniciales	<b>31</b>	(2)	(26)
Saldo final	<b>Ps. 930</b>	Ps. 805	Ps. 657

**NOTA 7. INVENTARIOS.**

	<b>2009</b>	2008
Productos terminados	<b>Ps. 6,963</b>	Ps. 5,506
Materias primas	<b>5,980</b>	6,183
Refacciones operativas	<b>932</b>	786
Anticipos a proveedores	<b>685</b>	317
Producción en proceso	<b>456</b>	395
Estimación de inventarios obsoletos	<b>(158)</b>	(122)
	<b>Ps. 14,858</b>	Ps. 13,065

**NOTA 8. OTROS ACTIVOS CIRCULANTES.**

	<b>2009</b>	2008
Activos de larga duración disponibles para la venta	<b>Ps. 373</b>	Ps. —
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	<b>337</b>	309
Efectivo restringido	<b>303</b>	525
Anticipos a proveedores de servicios	<b>253</b>	73
Rentas	<b>131</b>	124
Acuerdos con clientes	<b>118</b>	136
Instrumentos financieros derivados	<b>81</b>	1,591
Permisos de corto plazo	<b>32</b>	23
Seguros y fianzas	<b>26</b>	42
Otros	<b>112</b>	237
	<b>Ps. 1,766</b>	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. INVERSION EN ACCIONES.**

<b>Compañía</b>	<b>% Tenencia</b>	<b>2009</b>	2008
<b>Coca-Cola FEMSA:</b>			
Jugos Del Valle, S.A. de C.V. <sup>(1) (2)</sup>	19.79%	<b>Ps. 1,162</b>	Ps. 1,101
Sucos Del Valle Do Brasil, LTDA <sup>(1) (2) (4)</sup>	19.89%	<b>325</b>	—
Mais Industria de Alimentos, LTDA <sup>(1) (2) (4)</sup>	19.89%	<b>289</b>	—
Holdfab Participações, LTDA <sup>(1) (2) (4)</sup>	33.05%	<b>—</b>	359
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. (“IEQSA”) <sup>(1) (2)</sup>	13.45%	<b>78</b>	112
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. <sup>(1) (2)</sup>	35.00%	<b>76</b>	79
Estancia Hidromineral Itabirito <sup>(1) (2)</sup>	50.00%	<b>76</b>	—
Beta San Miguel, S.A. de C.V. (“Beta San Miguel”) <sup>(3)</sup>	2.54%	<b>69</b>	69
KSP Participações, S.A. <sup>(1) (2)</sup>	38.74%	<b>88</b>	62
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. (“Salesko”) <sup>(1) (2)</sup>	26.00%	<b>—</b>	7
Otras	Varios	<b>7</b>	8
<b>FEMSA Cerveza:</b>			
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) <sup>(1) (2)</sup>	19.14%	<b>61</b>	69
Compañías asociadas de Kaiser <sup>(3)</sup>	Varios	<b>25</b>	19
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza <sup>(1) (2)</sup>	Varios	<b>39</b>	14
Otras <sup>(3)</sup>	Varios	<b>12</b>	13
Otras inversiones	Varios	<b>37</b>	53
		<b>Ps. 2,344</b>	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) Reestructuró 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.

# Notas a los Estados Financieros Consolidados

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

A continuación se muestra información financiera relevante de Jugos Del Valle al 31 de diciembre de 2009 y 2008:

	<b>2009</b>	2008
Total activo	<b>Ps. 6,961</b>	Ps. 7,109
Total pasivo	<b>1,092</b>	1,551
Total capital contable	<b>5,869</b>	5,558
	<b>2009</b>	2008
Ventas totales	<b>Ps. 5,052</b>	Ps. 3,991
Utilidad antes de impuesto	<b>59</b>	265
Utilidad neta antes de operaciones discontinuadas	<b>7</b>	124
Operaciones discontinuadas	<b>11</b>	271
Utilidad neta	<b>18</b>	395

## NOTA 10. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	<b>2009</b>	2008
Terrenos	<b>Ps. 8,417</b>	Ps. 8,137
Edificio, maquinaria y equipo	<b>98,713</b>	90,800
Depreciación acumulada	<b>(51,681)</b>	(46,203)
Equipo de refrigeración	<b>12,296</b>	10,512
Depreciación acumulada	<b>(8,099)</b>	(7,146)
Inversiones en proceso (ver Nota 4 H)	<b>4,523</b>	4,296
Activos de larga duración a valor neto de realización	<b>538</b>	730
Otros activos de largo plazo	<b>331</b>	299
	<b>Ps. 65,038</b>	Ps. 61,425

Al 31 de diciembre de 2009, la Compañía ha identificado inversiones en activos de larga duración por Ps. 2,025, 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:

	<b>2009</b>	2008
Coca-Cola FEMSA	<b>Ps. 288</b>	Ps. 394
FEMSA Cerveza	<b>208</b>	291
FEMSA y otros	<b>42</b>	45
	<b>Ps. 538</b>	Ps. 730
Edificios	<b>Ps. 182</b>	Ps. 359
Terrenos	<b>174</b>	237
Equipo	<b>182</b>	134
	<b>Ps. 538</b>	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
<b>Activos intangibles no amortizables:</b>		
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
	<b>67,528</b>	<b>63,606</b>
<b>Activos intangibles amortizables:</b>		
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
	<b>3,653</b>	<b>2,254</b>
<b>Total activos intangibles</b>	<b>Ps. 71,181</b>	<b>Ps. 65,860</b>

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
<b>Saldo final</b>	<b>Ps. 67,528</b>	<b>Ps. 63,606</b>

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

	Inversión		Amortización		Total
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año	
<b>2009</b>					
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 <sup>(1)</sup>	1,084	252	(280)	(74)	982
<b>2008</b>					
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 <sup>(1)</sup>	719	365	(144)	(136)	804
<b>2007</b>					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589
Licencias de alcohol <sup>(1)</sup>	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
Derechos 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
	<b>Ps. 17,732</b>	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
	<b>Ps. 760</b>

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

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

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

<b>Saldos</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company (ver Nota 4 L) <sup>(1)</sup>	<b>Ps. 1,034</b>	Ps.	959
Saldo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. <sup>(2)</sup>	<b>4,665</b>		799
Cuenta por cobrar con Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	<b>195</b>		129
Otras cuentas por cobrar <sup>(1)</sup>	<b>104</b>		480
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. <sup>(3)</sup>	<b>10,124</b>		10,060
Adeudo con The Coca-Cola Company <sup>(4)</sup>	<b>2,405</b>		2,659
Adeudo con Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. <sup>(3)</sup>	<b>2,265</b>		2,406
Adeudo con British American Tobacco México <sup>(4)</sup>	<b>186</b>		128
Otros adeudos <sup>(4)</sup>	<b>345</b>		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.

<b>Operaciones</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>
<b>Ingresos:</b>			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	<b>Ps. 1,145</b>	Ps. 1,081	Ps. 1,121
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. <sup>(2)</sup>	<b>234</b>	252	242
Venta de acciones de Grupo Inmobiliario San Agustín, S.A. al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. <sup>(2)</sup>	<b>64</b>	66	37
Otras ventas con partes relacionadas	<b>147</b>	408	902
<b>Egresos:</b>			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company <sup>(1)</sup>	<b>16,863</b>	13,518	12,239
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. <sup>(2)</sup>	<b>1,733</b>	1,578	1,324
Compras de cigarros a British American Tobacco México <sup>(2)</sup>	<b>1,413</b>	1,439	1,064
Gastos de publicidad pagados a The Coca-Cola Company <sup>(1)</sup>	<b>780</b>	931	940
Compras de jugos a Jugos Del Valle, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	<b>1,044</b>	863	—
Intereses pagados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. <sup>(2)</sup>	<b>591</b>	780	305
Compras de azúcar a Beta San Miguel <sup>(1)</sup>	<b>713</b>	687	845
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	<b>783</b>	525	723
Compras de productos enlatados a IEQSA <sup>(1)</sup> y CICAN <sup>(3)</sup>	<b>208</b>	333	518
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. <sup>(2)</sup>	<b>247</b>	253	178
Intereses pagados a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. <sup>(2)</sup>	<b>246</b>	289	539
Intereses pagados a Deutsche Bank (México) <sup>(2)</sup>	<b>—</b>	85	—
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. <sup>(2)</sup>	<b>123</b>	83	31
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. <sup>(2)</sup>	<b>100</b>	79	108
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) <sup>(1)</sup>	<b>54</b>	42	37
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. <sup>(2)</sup>	<b>—</b>	29	32
Intereses pagados a The Coca-Cola Company <sup>(1)</sup>	<b>25</b>	27	29
Otros gastos con partes relacionadas	<b>99</b>	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
<b>Activos:</b>						
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
<b>Pasivos:</b>						
Corto plazo	3,492	70	3,562	7,970	52	8,022
Largo plazo	5,897	—	5,897	6,284	120	6,404
<b>Operaciones</b>						
Ingresos	Ps. 7,332	Ps. —	Ps. 7,332	Ps. 4,978	Ps. 933	Ps. 5,911
<b>Egresos:</b>						
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 3 de marzo de 2010, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio publicado por el Banco de México fue de Ps. 12.7454 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 <sup>(1)</sup>		Tasas Reales <sup>(2) (3)</sup>	
	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
<b>Plan de pensiones y jubilaciones:</b>		
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 <sup>(1)</sup>	(1,008)	(1,113)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(181)	(554)
Total	Ps. 2,107	Ps. 1,886

(1) Anteriormente pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar definidos en el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales."

	2009	2008
<b>Prima de antigüedad:</b>		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	Ps. 5	Ps. 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 fundear (obligaciones por beneficios proyectados)	293	269
Costo laboral de servicios pasados <sup>(1)</sup>	(5)	(8)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(5)	(13)
Total	Ps. 283	Ps. 248
<b>Servicios médicos posteriores al retiro:</b>		
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 fundear	877	889
Costo laboral de servicios pasados <sup>(1)</sup>	(28)	(43)
Pérdida actuarial neta por amortizar	(376)	(482)
Total	Ps. 473	Ps. 364
<b>Indemnizaciones:</b>		
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 <sup>(1)</sup>	(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
<b>Rendimiento fijo:</b>		
Instrumentos bursátiles	18%	16%
Instrumentos bancarios	10%	10%
Instrumentos del Gobierno Federal	43%	53%
<b>Rendimiento variable:</b>		
Acciones listadas en mercados de valores	29%	21%
	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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
<b>Deuda:</b>		
CEMEX, S.A.B. de C.V. <sup>(1)</sup>	Ps. 100	Ps. 57
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	42	41
Sigma Alimentos, S.A. de C.V. <sup>(1)</sup>	29	29
Coca-Cola FEMSA	2	2
Deutsche Bank (México) <sup>(1)</sup>	—	58
<b>Capital:</b>		
FEMSA	286	181
Grupo Televisa, S.A.B. <sup>(1)</sup>	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
<b>Plan de pensiones y jubilaciones:</b>			
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 <sup>(1)</sup>	105	105	102
Modificaciones al plan	—	90	120
Amortización de la pérdida neta actuarial	24	15	1
	<b>653</b>	569	539
<b>Prima de antigüedad:</b>			
Costo laboral	37	33	30
Costo financiero	21	20	10
Costo laboral de servicios pasados <sup>(1)</sup>	2	2	2
Modificaciones al plan	—	6	1
Amortización de la pérdida neta actuarial	4	20	3
	<b>64</b>	81	46
<b>Servicios médicos posteriores al retiro:</b>			
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 <sup>(1)</sup>	9	10	4
Modificaciones al plan	—	15	4
Amortización de la pérdida neta actuarial	22	13	13
	<b>135</b>	114	74
<b>Indemnizaciones:</b>			
Costo laboral	88	99	66
Costo financiero	49	58	26
Costo laboral de servicios pasados <sup>(1)</sup>	88	104	38
Amortización de la pérdida neta actuarial	66	178	—
	<b>291</b>	439	130
	<b>Ps. 1,143</b>	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:**

	<b>2009</b>	2008
<b>Plan de pensiones:</b>		
Saldo inicial	<b>Ps. 6,213</b>	Ps. 5,587
Costo laboral	<b>247</b>	229
Costo financiero	<b>504</b>	437
Modificaciones al plan	<b>—</b>	90
Pérdida actuarial	<b>41</b>	149
Pagos de beneficios	<b>(403)</b>	(279)
Saldo final	<b>6,602</b>	6,213
<b>Prima de antigüedad:</b>		
Saldo inicial	<b>269</b>	254
Costo laboral	<b>37</b>	33
Costo financiero	<b>21</b>	20
Modificaciones al plan	<b>—</b>	6
Utilidad actuarial	<b>(7)</b>	(24)
Pagos de beneficios	<b>(27)</b>	(20)
Saldo final	<b>293</b>	269
<b>Servicios médicos posteriores al retiro:</b>		
Saldo inicial	<b>981</b>	746
Costo laboral	<b>35</b>	27
Costo financiero	<b>77</b>	59
Modificaciones al plan	<b>—</b>	15
(Utilidad) pérdida actuarial	<b>(79)</b>	187
Pagos de beneficios	<b>(26)</b>	(53)
Saldo final	<b>988</b>	981
<b>Indemnizaciones:</b>		
Saldo inicial	<b>729</b>	647
Costo laboral	<b>88</b>	99
Costo financiero	<b>49</b>	58
Pérdida actuarial	<b>93</b>	11
Pagos de beneficios	<b>(211)</b>	(86)
Saldo final	<b>748</b>	729

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

	<b>2009</b>	2008
Saldo inicial	<b>Ps. 2,752</b>	Ps. 2,902
Rendimientos estimados de los activos del fondo	<b>674</b>	(148)
Pagos de beneficios	<b>(9)</b>	(2)
Saldo final	<b>3,417</b>	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	<b>9,752,206</b>	7,431,459	<b>2,471,075</b>	1,663,746
Acciones otorgadas a ejecutivos	<b>5,386,760</b>	4,592,920	<b>1,340,790</b>	1,267,490
Acciones asignadas del fondo a ejecutivos	<b>(3,070,478)</b>	(2,241,393)	<b>(742,249)</b>	(447,159)
Acciones canceladas	<b>(83,323)</b>	(30,780)	<b>(15,510)</b>	(13,002)
Saldo final	<b>11,985,165</b>	9,752,206	<b>3,054,106</b>	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. PRESTAMOS BANCARIOS Y DOCUMENTOS POR PAGAR.**

	Al 31 de diciembre de: <sup>(1)</sup>						2015 en	Valor	
(millones de pesos mexicanos)	2010	2011	2012	2013	2014	Adelante	2009	Razonable	2008 <sup>(1)</sup>
<b>Deuda a corto plazo:</b>									
<b>Deuda de tasa variable:</b>									
Pesos mexicanos	1,400						<b>1,400</b>	1,400	3,820
Tasa de interés	8.2%						<b>8.2%</b>		11.6%
Pesos argentinos	1,179						<b>1,179</b>	1,179	816
Tasa de interés	20.7%						<b>20.7%</b>		19.6%
Pesos colombianos	496						<b>496</b>	496	798
Tasa de interés	4.9%						<b>4.9%</b>		15.2%
Bolívares venezolanos	741						<b>741</b>	741	365
Tasa de interés	18.1%						<b>18.1%</b>		22.2%
<b>Total deuda a corto plazo</b>	<b>3,816</b>						<b>3,816</b>	3,816	5,799
<b>Deuda a largo plazo:</b>									
<b>Deuda de tasa fija:</b>									
Dólares americanos	36	3					<b>39</b>	39	217
Tasa de interés	3.5%	3.8%					<b>3.6%</b>		4.8%
J.P. Morgan (Bono Yankee)									3,605
Tasa de interés									7.3%
Unidades de Inversión (UDIs)						2,964	<b>2,964</b>	2,964	2,692
Tasa de interés						4.2%	<b>4.2%</b>		4.2%
Pesos mexicanos	2,200	280	1,916				<b>4,396</b>	4,535	5,036
Tasa de interés	10.1%	12.3%	10.0%				<b>10.2%</b>		10.2%
Yenes japoneses									120
Tasa de interés									2.8%
Pesos argentinos		69					<b>69</b>	69	—
Tasa de interés		20.5%					<b>20.5%</b>		—
Reales brasileños									1
Tasa de interés									10.7%
Subtotal	2,236	352	1,916	—	—	2,964	<b>7,468</b>	7,607	11,671
<b>Deuda de tasa variable:</b>									
Dólares americanos	70	1,113	2,228	2,731	16		<b>6,158</b>	6,158	6,266
Tasa de interés	0.8%	0.7%	0.6%	0.5%	1.9%		<b>0.6%</b>		2.3%
Pesos mexicanos									
Inbursa	712		3,473		1,100	1,450	<b>6,735</b>	6,735	—
Tasa de interés	5.2%		8.2%		5.2%	5.1%	<b>6.7%</b>		
BBVA Bancomer	2,000	1,762					<b>3,762</b>	3,762	2,762
Tasa de interés	5.5%	5.2%					<b>5.4%</b>		9.0%
Crédito Bursátil TIE 6 Años				3,500			<b>3,500</b>	3,399	3,500
Tasa de interés				4.9%			<b>4.9%</b>		8.7%
Santander Serfin		2,800	625	625			<b>4,050</b>	4,050	3,843
Tasa de interés		8.5%	5.1%	5.1%			<b>7.4%</b>		9.0%
ABN Crédito Bursátil		1,500	3,000				<b>4,500</b>	4,425	3,000
Tasa de interés		4.9%	4.9%				<b>4.9%</b>		8.7%
Otros	19	5	898	1,085	292	1,375	<b>3,674</b>	3,674	6,112
Tasa de interés	4.6%	4.6%	5.1%	5.1%	5.1%	1.4%	<b>3.7%</b>		9.0%
Pesos colombianos									905
Tasa de interés									15.4%
Subtotal	2,801	7,180	10,224	7,941	1,408	2,825	<b>32,379</b>	32,203	26,388
<b>Total deuda largo plazo</b>	<b>5,037</b>	<b>7,532</b>	<b>12,140</b>	<b>7,941</b>	<b>1,408</b>	<b>5,789</b>	<b>39,847</b>	39,810	38,059
Vencimiento a corto plazo de pasivo a largo plazo							<b>(5,037)</b>		(5,849)
							<b>Ps. 34,810</b>	Ps.	32,210

(1) Tasas de interés promedio ponderadas.

<b>Instrumentos</b>							2015 en		
<b>Financieros Derivados de Cobertura <sup>(1)</sup></b>	2010	2011	2012	2013	2014	Adelante	<b>2009</b>	2008	
<i>(montos nominales en millones de pesos mexicanos)</i>									
<b>Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:</b>									
Unidades de inversión a pesos mexicanos									
y de tasa fija a fija:	—	—	—	—	—	2,500	<b>2,500</b>	3,595	
Interés pagado						9.6%	<b>9.6%</b>	10.0%	
Interés recibido						4.9%	<b>4.9%</b>	4.2%	
Dólares americanos a pesos mexicanos y									
de tasa variable a fija:	—	846	846	423	—	—	<b>2,115</b>	2,115	
Interés pagado		8.1%	8.1%	8.1%			<b>8.1%</b>	8.1%	
Interés recibido		0.7%	0.7%	0.7%			<b>0.7%</b>	0.9%	
Dólares americanos a pesos mexicanos y									
de tasa variable a variable:	—	—	209	105	—	—	<b>314</b>	314	
Interés pagado			4.7%	4.7%			<b>4.7%</b>	8.5%	
Interés recibido			0.7%	0.7%			<b>0.7%</b>	3.6%	
Yenes japoneses a reales brasileños y									
de tasa fija a variable						—	<b>—</b>	72	
Interés pagado <sup>(1)</sup>								14.4%	
Interés recibido <sup>(1)</sup>								2.8%	
<b>Swaps de tasa de interés:</b>									
Pesos mexicanos									
Tasa variable a fija:	862	1,762	2,215	3,885	—	—	<b>8,724</b>	9,045	
Interés pagado	9.5%	9.1%	8.1%	8.1%			<b>8.4%</b>	9.3%	
Interés recibido	5.0%	4.9%	4.9%	4.9%			<b>4.9%</b>	8.7%	
Dólares americanos									
Tasa variable a fija:	—	—	653	979	—	50	<b>1,682</b>	—	
Interés pagado			3.8%	3.1%		8.6%	<b>3.5%</b>	—	
Interés recibido			0.5%	0.5%		5.1%	<b>0.7%</b>	—	

(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 <sup>(1)</sup>	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)
<b>Total</b>	<b>Ps. 3,506</b>	<b>Ps. 2,374</b>	<b>Ps. 1,297</b>

(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.

La Compañía consideró su riesgo crediticio para la medición del valor razonable y estima que el efecto neto en sus instrumentos financieros no es significativo. Como resultado, la Compañía no ha modificado sus modelos de valuación al 31 de diciembre de 2009.

**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:

<b>Fecha de Vencimientos</b>	<b>Valor de Referencia</b>	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
<b>COBERTURA DE FLUJO DE EFECTIVO</b>			
<b>Activos:</b>			
Swaps de tipo de cambio y tasa de interés	Ps. 2,115	Ps. 433 <sup>(1)</sup>	Ps. 578
Contratos forward	—	—	458
Swaps de tasa de interés	575	3	16
<b>Pasivos:</b>			
Contratos forward	Ps. 1,195	Ps. 16 <sup>(2)</sup>	
Swaps de tasa de interés	20,568	511	Ps. 300
Contratos de precio de materias primas	5,199	977 <sup>(3)</sup>	2,955
<b>COBERTURA DEL VALOR RAZONABLE</b>			
<b>Activos:</b>			
Swaps de tipo de cambio y tasa de interés	Ps. 2,814	Ps. 561 <sup>(4)</sup>	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 la valuación	—	24	34
Contratos de precio de materias primas	de la porción inefectiva de	(165)	(474)	(43)
Contratos forward para la compra de moneda extranjera	instrumentos financieros derivados	(63)	(643)	22
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio		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.	Ps.	Ps.
Derivados implícitos	Utilidad (pérdida) en la valuación	78	(138)	(9)
Otros	de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	6	(1)	1

**NOTA 20. PARTICIPACION 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 <sup>(1)</sup>	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
<b>Total acciones</b>	<b>7,085,242,500</b>	<b>10,805,888,850</b>	<b>17,891,131,350</b>

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

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. 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 ACCION.**

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 es 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) es el siguiente:

<b>Impuestos a la Utilidad Diferidos</b>	<b>2009</b>	2008
Reservas para cuentas incobrables	<b>Ps. (179)</b>	Ps. (137)
Inventarios	<b>22</b>	137
Pagos anticipados	<b>79</b>	137
Propiedad, planta y equipo	<b>4,515</b>	5,366
Inversión en acciones	<b>(38)</b>	(24)
Intangibles y otros activos	<b>(1,687)</b>	(2,640)
Amortización de activos intangibles	<b>(107)</b>	48
Activos intangibles no amortizables	<b>2,233</b>	1,714
Obligaciones laborales	<b>(863)</b>	(735)
Instrumentos financieros derivados	<b>(359)</b>	(832)
Reserva para contingencias	<b>(805)</b>	(658)
Provisiones diferidas no deducibles	<b>(1,667)</b>	(1,170)
PTU por pagar	<b>(185)</b>	(171)
Impuesto al activo por recuperar	<b>(21)</b>	(252)
Pérdidas fiscales por amortizar	<b>(4,217)</b>	(4,457)
Reserva de beneficios por pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables	<b>2,033</b>	3,675
Otras reservas	<b>964</b>	1,152
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	<b>(282)</b>	1,153
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	<b>1,254</b>	1,247
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	<b>Ps. 972</b>	Ps. 2,400

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

	<b>2009</b>	2008
Saldo inicial	<b>Ps. 1,153</b>	Ps. 2,320
Pérdida por posición monetaria	<b>87</b>	48
Provisión del año	<b>(495)</b>	(2,460)
Aplicación de pérdidas fiscales por adopción de amnistía	<b>2,066</b>	—
Reversión de pérdidas fiscales	<b>(2,066)</b>	—
Cambios en la tasa impositiva de ISR	<b>(131)</b>	—
Efecto en pérdidas fiscales <sup>(1)</sup>	<b>(1,874)</b>	—
Diferido cancelado por cambio en principio contable	<b>(71)</b>	—
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	<b>—</b>	160
Instrumentos financieros derivados	<b>415</b>	(722)
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	<b>592</b>	1,709
Efecto de actualización de saldos iniciales	<b>42</b>	98
Saldo final	<b>Ps. (282)</b>	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:**

	<b>2009</b>	2008	2007
Impuestos a la utilidad causados	<b>Ps. 6,600</b>	Ps. 6,667	Ps. 4,965
Beneficio fiscal por amnistía	<b>(2,066)</b>	—	—
Cambio en tasa impositiva de ISR <sup>(1)</sup>	<b>(131)</b>	—	—
Impuesto al activo	<b>—</b>	—	224
Impuesto diferido	<b>(495)</b>	(2,460)	(239)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	<b>Ps. 3,908</b>	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
Pérdidas 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 <sup>(1)</sup>	(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 <sup>(1)</sup>	(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:**

	<b>2009</b>	2008
Instrumentos financieros derivados	<b>Ps. 868</b>	Ps. 3,089
Acreedores diversos	<b>2,271</b>	2,035
Vencimiento de otros pasivos de largo plazo	<b>464</b>	342
Otros	<b>4</b>	30
<b>Total</b>	<b>Ps. 3,607</b>	Ps. 5,496

**B) Otros Pasivos:**

	<b>2009</b>	2008
Contingencias	<b>Ps. 3,052</b>	Ps. 5,050
Impuestos por pagar de largo plazo	<b>1,428</b>	—
Obligación por adopción de amnistía	<b>2,389</b>	—
Instrumentos financieros derivados	<b>1,286</b>	1,377
Vencimiento de otros pasivos de largo plazo	<b>(464)</b>	(342)
Otros	<b>2,668</b>	2,775
<b>Total</b>	<b>Ps. 10,359</b>	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:

	<b>Total</b>
Impuestos indirectos	<b>Ps. 1,164</b>
Laborales	<b>1,672</b>
Legales	<b>216</b>
<b>Total</b>	<b>Ps. 3,052</b>

**D) Cambios en el Saldo de Contingencias Registradas:**

	<b>2009</b>	2008
Saldo inicial	<b>Ps. 5,050</b>	Ps. 5,230
Provisión <sup>(1)</sup>	<b>524</b>	948
Multas y recargos	<b>258</b>	50
Cancelación de reserva	<b>(470)</b>	(690)
Pagos	<b>(390)</b>	(572)
Adopción de amnistía	<b>(1,008)</b>	—
Transferencia a otros pasivos	<b>(2,389)</b>	—
Conversión del saldo inicial	<b>1,477</b>	84
<b>Saldo final</b>	<b>Ps. 3,052</b>	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 Ps. 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
<b>Total</b>	<b>Ps. 13,265</b>	<b>Ps. 294</b>	<b>Ps. 469</b>

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. INFORMACION 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:**

	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros <sup>(1)</sup>	Eliminaciones	Consolidado
<b>2009</b>						
Ingresos totales	<b>Ps. 102,767</b>	<b>Ps. 46,336</b>	<b>Ps. 53,549</b>	<b>Ps. 12,302</b>	<b>Ps. (17,921)</b>	<b>Ps. 197,033</b>
Ingresos intercompañías	<b>1,287</b>	<b>6,878</b>	<b>12</b>	<b>9,744</b>	<b>(17,921)</b>	<b>—</b>
Utilidad de operación	<b>15,835</b>	<b>5,894</b>	<b>4,457</b>	<b>826</b>	<b>—</b>	<b>27,012</b>
Depreciación <sup>(2)</sup>	<b>3,473</b>	<b>1,927</b>	<b>819</b>	<b>76</b>	<b>—</b>	<b>6,295</b>
Amortización	<b>307</b>	<b>2,005</b>	<b>461</b>	<b>21</b>	<b>—</b>	<b>2,794</b>
Otros cargos virtuales <sup>(3) (4)</sup>	<b>368</b>	<b>2,082</b>	<b>49</b>	<b>217</b>	<b>—</b>	<b>2,716</b>
Deterioro en el valor de los activos						
de largo plazo	<b>124</b>	<b>207</b>	<b>—</b>	<b>5</b>	<b>—</b>	<b>336</b>
Gasto financiero	<b>1,895</b>	<b>2,477</b>	<b>954</b>	<b>2,158</b>	<b>(2,287)</b>	<b>5,197</b>
Producto financiero	<b>286</b>	<b>322</b>	<b>27</b>	<b>2,217</b>	<b>(2,287)</b>	<b>565</b>
Impuestos a la utilidad	<b>4,043</b>	<b>(1,296)</b>	<b>544</b>	<b>617</b>	<b>—</b>	<b>3,908</b>
Inversiones en activo fijo de largo plazo	<b>6,282</b>	<b>4,111</b>	<b>2,668</b>	<b>117</b>	<b>—</b>	<b>13,178</b>
Flujos netos de efectivo generados						
por actividades de operación	<b>16,840</b>	<b>7,468</b>	<b>3,028</b>	<b>3,459</b>	<b>—</b>	<b>30,795</b>
por actividades de inversión	<b>(8,900)</b>	<b>(3,537)</b>	<b>(2,634)</b>	<b>(763)</b>	<b>—</b>	<b>(15,834)</b>
Flujos netos de efectivo (aplicados)						
generados en actividades de						
financiamiento	<b>(6,029)</b>	<b>(3,139)</b>	<b>(346)</b>	<b>1,803</b>	<b>—</b>	<b>(7,711)</b>
Activos de largo plazo	<b>87,022</b>	<b>58,557</b>	<b>12,378</b>	<b>22,491</b>	<b>(18,737)</b>	<b>161,711</b>
Total activos	<b>110,661</b>	<b>72,029</b>	<b>19,693</b>	<b>31,475</b>	<b>(22,767)</b>	<b>211,091</b>
<b>2008</b>						
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 <sup>(2)</sup>	3,036	1,748	663	136	(75)	5,508
Amortización	240	1,871	422	27	—	2,560
Otros cargos virtuales <sup>(3) (4)</sup>	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
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	Otros <sup>(1)</sup>	Eliminaciones	Consolidado
	FEMSA	Cerveza	Comercio			
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 <sup>(2)</sup>	2,637	1,637	543	113	—	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	—	2,465
Otros cargos virtuales <sup>(4)</sup>	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	Inversiones	Activos de	Total
	Totales	en Activo		
México	Ps. 126,872	Ps. 9,429	Ps. 111,793	Ps. 149,674
Latincentro <sup>(1)</sup>	16,211	1,269	17,992	20,636
Venezuela	22,448	1,248	8,945	13,746
Mercosur <sup>(2)</sup>	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

México	Ps. 114,640	Ps. 11,032	Ps. 104,630	Ps. 138,660
Latincentro <sup>(1)</sup>	12,853	1,209	16,833	21,284
Venezuela	15,217	715	6,883	9,817
Mercosur <sup>(2)</sup>	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	Ingresos Totales	Inversiones en Activo		Total Activos
		Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	
México	Ps. 106,136	Ps. 9,137	Ps. 98,302	Ps. 120,965
Latincentro <sup>(1)</sup>	11,901	971	13,739	18,268
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Mercosur <sup>(2)</sup>	20,127	1,158	16,114	24,149
Eliminaciones	(400)	—	—	(3,951)
<b>Consolidado</b>	<b>Ps. 147,556</b>	<b>Ps. 11,257</b>	<b>Ps. 132,310</b>	<b>Ps. 165,795</b>

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

#### NOTA 26. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

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. La Compañía adoptó estos pronunciamientos el 1 de enero de 2010 y a la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

- **NIF B-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 equivalentes 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.

**NOTA 27. EVENTOS SUBSECUENTES.**

- En enero 7, 2010, se publicó el índice nacional de precios al consumidor acumulado a diciembre 2009 de Venezuela. La inflación acumulada de los últimos 3 años de este país, considerando el 2009 da superior al 100%. 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.
- 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. 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. La Compañía está en proceso de determinar el impacto de este evento en su información financiera consolidada.
- El 11 de enero de 2010, la Compañía anunció el intercambio de su negocio FEMSA Cerveza por el 20% de participación en la compañía Heineken, una de las cerveceras líderes en el mundo. En base a los términos del acuerdo, la Compañía 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 serán entregadas a través de un instrumento para entrega de acciones. El total de la transacción está valuada en aproximadamente US\$7.355 billones, en base a los precios de cierre de las acciones de Heineken Holding N.V. y Heineken N.V. al 8 de enero de 2010, y asumiendo una deuda por US\$2.1 billones. Esta transacción está sujeta a la aprobación de los organismos regulatorios correspondientes así como a la aprobación de los accionistas de la Compañía, Heineken N.V. y Heineken Holding N.V, la cual se espera completar en el primer semestre de 2010.
- 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 tuvo 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.

## **FEMSA CORPORATIVO**

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

## **COCA-COLA FEMSA**

### **MÉXICO**

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

## **LATINCENTRO**

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

## **MERCOSUR**

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

## **FEMSA CERVEZA**

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

## **FEMSA COMERCIO (OXXO)**

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

## **FEMSA INSUMOS ESTRATÉGICOS**

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

## Contactos Para Información

### **DIRECTOR JURIDICO**

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

### **AUDITORES EXTERNOS**

Mancera, S.C.  
Integrante de Ernst & Young Global  
Av. Lázaro Cárdenas No. 2321 Pte. Piso 5  
Col. Residencial San Agustín  
San Pedro Garza García, Nuevo León  
México, C.P. 66260  
Tel.: (52) 81 8152-1800

### **BOLSA DE VALORES Y SIMBOLO**

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

### **BANCO DEPOSITARIO**

The Bank of New York Mellon  
BNY Mellon Shareowner Services  
P.O. Box 358516  
Pittsburgh, PA 15252-8516  
Llamadas sin costo desde Nueva York:  
1 (888) BNY-ADRS  
(269-2377)  
Llamadas fuera de Estados Unidos:  
201-680-6825  
e-mail: [shrrelations@bnymellon.com](mailto:shrrelations@bnymellon.com)  
Website: [www.bnymellon.com/shareowner](http://www.bnymellon.com/shareowner)

### **RELACION CON INVERSIONISTAS**

Juan Fonseca Serratos  
Maximilian Zimmermann Canovas  
Tel.: (52) 81 8328-6167  
Fax: (52) 81 8328-6080  
e-mail: [investor@femsa.com.mx](mailto:investor@femsa.com.mx)

### **COMUNICACION CORPORATIVA**

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

### **PARA MAYOR INFORMACION, VISITE NUESTRA PAGINA DE INTERNET EN:**

[www.femsa.com](http://www.femsa.com)  
[www.femsa.com/investor](http://www.femsa.com/investor)

*Este Reporte Anual de FEMSA 2009, puede contener declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y de sus subsidiarias, las cuales deben ser consideradas como estimaciones de buena fe. Estas declaraciones sobre expectativas reflejan opiniones de la administración basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e inciertos, los cuales podrían tener un impacto material sobre el desempeño real de la Compañía y de sus subsidiarias.*





General Anaya 601 Pte., Col. Bella Vista, Monterrey, N.L., México, 64410  
[www.femsa.com](http://www.femsa.com) [investor@femsa.com.mx](mailto:investor@femsa.com.mx)



### Mixed Sources

Product group from well-managed forests, controlled sources and recycled wood or fiber  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org) Cert no. SGS-COC-2420  
© 1996 Forest Stewardship Council

