

Creando Nuevas Tendencias

'05

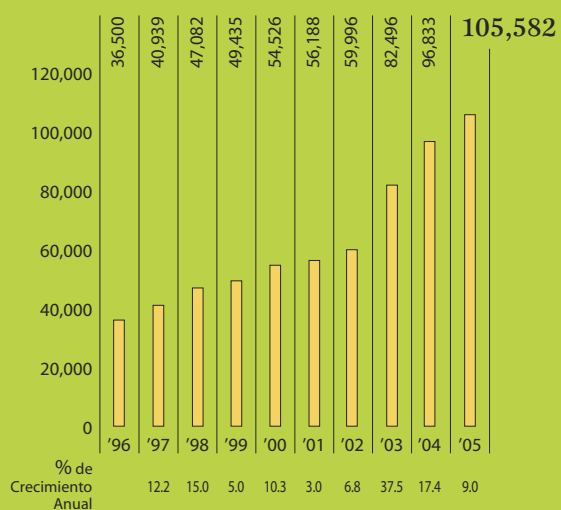


FEMSA

Informe Anual 2005

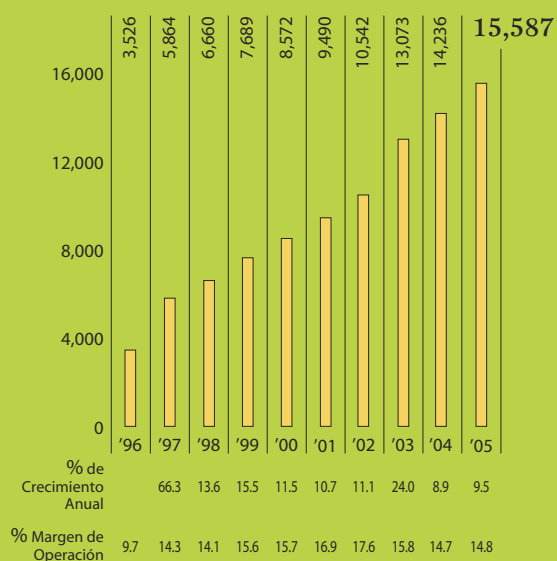
Ingresos Totales

millones de pesos del 2005

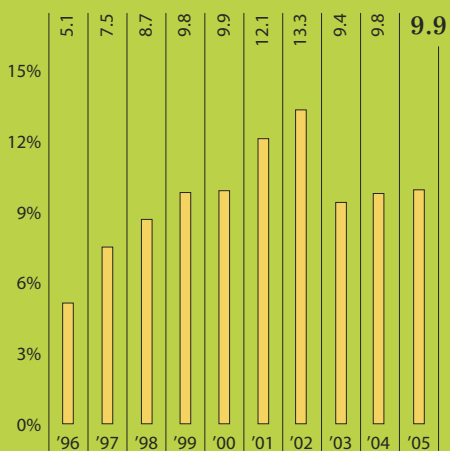


Utilidad de Operación

millones de pesos del 2005



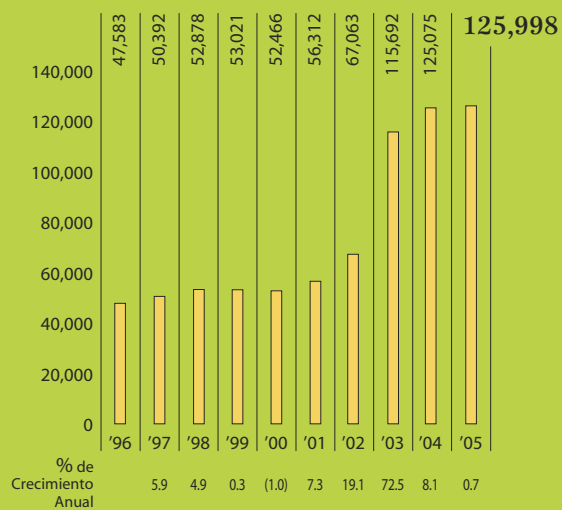
ROIC *



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

Activos Totales

millones de pesos del 2005



INTRODUCCION

EN TODAS LAS COMPETENCIAS SIEMPRE HAY UN LIDER INNOVADOR, CUYA VISION, ESTILO Y HABILIDAD TRANSFORMA LAS REGLAS DEL JUEGO.

EN LA INDUSTRIA DE BEBIDAS, ESE JUGADOR ES FEMSA. IMPULSADA POR UN PORTAFOLIO DE 80 MARCAS DE CERVEZAS Y REFRESCOS, UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS ORIENTADA AL CONSUMIDOR Y PRESENCIA EN MERCADOS CON UN GRAN POTENCIAL DE CRECIMIENTO RENTABLE, FEMSA ESTA REDEFINIENDO LA FORMA EN QUE LAS EMPRESAS DE BEBIDAS HACEN NEGOCIO EN AMERICA LATINA.

EN FEMSA NOS ANTICIPAMOS, LIDERAMOS Y CON FRECUENCIA CREAMOS NUEVAS TENDENCIAS DE MERCADO. DENTRO DE ESTE PROCESO, TRABAJAMOS PARA CONVERTIRNOS EN PARTE INTEGRAL DE LOS ESTILOS DE VIDA DE NUESTROS CONSUMIDORES, AL BRINDARLES SIEMPRE EL PRODUCTO, ENVASE Y PRECIO ADECUADO, EN EL MOMENTO PRECISO.

ESTA HABILIDAD DE IR SIEMPRE UN PASO ADELANTE EN EL JUEGO, YA SEA A TRAVES DE LA EJECUCION ESTRATEGICA EN EL MERCADO, DEL MANEJO DE MARCAS O DE LA INTEGRACION DE NEGOCIOS, PERMITE A FEMSA LOGRAR EL EXITO AUN EN LOS ENTORNOS MAS COMPLEJOS. EL RESULTADO ES UN CRECIMIENTO RENTABLE Y SOSTENIDO.

CARTA A NUESTROS ACCIONISTAS

En 2005 capitalizamos nuestra posición como una de las empresas integradas de bebidas líderes en el mundo. También, aprovechamos nuestras fortalezas para generar importantes cambios en nuestra industria, elevando los estándares en términos de ejecución de estrategias de mercado, manejo de marcas e integración de negocios. Durante la última década logramos incrementar los ingresos totales, la utilidad de operación y el flujo bruto de operación en dólares, a una tasa de crecimiento compuesto anual de 15.0%, 20.8% y 19.5%, respectivamente.

En el año, nuestros ingresos totales sumaron \$105,582 millones de pesos (\$9,935 millones de dólares), para un crecimiento de 9.0% sobre el 2004. La utilidad de operación aumentó 9.5% para llegar a \$15,587 millones de pesos (\$1,467 millones de dólares), mientras que la utilidad neta fue de \$8,158 millones de pesos (\$768 millones de dólares). Como resultado de todo lo anterior, la utilidad por acción fue de \$0.93 pesos y el retorno sobre inversión fue de 9.9%.

El excelente desempeño de 2005 y de los últimos 10 años muestra las ventajas de nuestra estrategia integrada de bebidas. Estos resultados también refuerzan el enfoque hacia la mejora continua de nuestras operaciones, al mismo tiempo que mantenemos la visión de liderazgo responsable en la industria de bebidas de América Latina.

El crecimiento de FEMSA está enmarcado por la práctica de nuestros valores. Entre los más importantes: el respeto a la dignidad de la persona, la pasión por el servicio, la calidad e innovación y nuestra honestidad, integridad y austeridad.

En 2005, FEMSA Cerveza mejoró su retorno sobre inversión, generando valor económico al aprovechar al máximo las capacidades de nuestro particular esquema de negocios, basado en la orientación al consumidor. A través de la ejecución de la estrategia de diferenciación de marcas y segmentación de mercado, logramos incrementar nuestro volumen de ventas de cerveza en México en 4.9%, para llegar a 24.580 millones de hectolitros. Además, aumentamos la utilidad de operación en 9.2%, sumando \$5,353 millones de pesos. Nuevamente nuestras marcas líderes, *Tecate* y *Sol* registraron las más altas tasas de crecimientos en la industria cervecera mexicana, contribuyendo con más del 80% del crecimiento en ventas.

Desde el punto de vista operativo, con el arranque de la nueva planta de procesamiento de malta en Puebla, México, incrementamos en 16% a 154 mil toneladas por año la capacidad. Con un área de 18 mil metros cuadrados, esta instalación es una de las más grandes y tecnológicamente más avanzadas en el mundo. Además, esta nueva planta apoya a más de 12 mil productores y sus familias en México, a través del consumo de 250 mil toneladas al año de este producto agrícola.

Luego de identificar a Brasil como un mercado de bebidas clave en la región en la que operamos, el 16 de enero de 2006, FEMSA Cerveza anunció la adquisición de una participación mayoritaria de Cervejarias Kaiser, un importante jugador en el dinámico mercado de cerveza de ese país, donde buscaremos capitalizar la experiencia obtenida por Coca-Cola FEMSA en la exitosa transformación de las operaciones en São Paulo, así como las habilidades adquiridas en la industria mexicana de cerveza, para convertir a Kaiser en una parte importante de nuestro crecimiento rentable.

Por otro lado, estamos ya obteniendo los beneficios de nuestro acuerdo comercial con Heineken en el creciente mercado de cervezas importadas de Estados Unidos. En 2005, el volumen de exportación de FEMSA Cerveza aumentó 8.8%, gracias en gran medida a un crecimiento de doble dígito del volumen en el Este del país. Durante el año, ampliamos la presencia y disponibilidad de nuestras marcas *Tecate* y *Dos Equis* y mejoramos nuestro desempeño en todo Estados Unidos.

También incursionamos en un nuevo y prometedor convenio para fortalecer el crecimiento de nuestras marcas en Inglaterra y Canadá. En octubre de 2005, firmamos un acuerdo con Molson Coors para comercializar, promover y distribuir nuestras marcas en Gran Bretaña, nuestro segundo mercado más importante de exportación después de Estados Unidos.

En septiembre de 2005 llegamos a un acuerdo con Sleeman Breweries, empresa cervecera líder en el segmento premium en el mercado de Canadá, para comercializar, promover y distribuir nuestras cervezas en ese país. A partir del primero de enero de 2006, este acuerdo ofrece importantes oportunidades de crecimiento para nuestras marcas *Sol* y *Dos Equis* en el mercado canadiense.

Coca-Cola FEMSA continuó consolidando su posición como el embotellador líder en América Latina. Nuestro desempeño general, estuvo apoyado en la transferencia de conocimientos, el intercambio de mejores prácticas, el desarrollo y la ejecución de nuestro esquema de multi-segmentación, así como en la optimización de nuestra cadena de valor.

Las operaciones en México y Brasil aportaron la mayoría del crecimiento del año. La fortaleza de la marca *Coca-Cola* y nuestra más sofisticada estrategia de multi-segmentación, impulsaron el crecimiento en México, nuestra franquicia más grande. Además, el nuevo esquema de negocios, incluyendo la rediseñada estrategia de atención al mercado, la reintroducción de envases retornables y la mejor coordinación con el sistema de embotelladores Coca-Cola, apoyaron un crecimiento de doble dígito en Brasil. Con el esquema de operación correcto, nuestro personal ha transformado a este país en uno de los mercados de mayor éxito de nuestra compañía.



Adicionalmente, durante los últimos tres años hemos construido una sólida base para el crecimiento en Colombia. En el primer año, ajustamos y fortalecimos el sistema operativo. En el segundo, revitalizamos nuestra principal marca *Coca-Cola* y en el tercero reforzamos la categoría de refrescos carbonatados de sabores, con el lanzamiento a nivel nacional de *Crush* a principios de 2005. Como resultado de lo anterior, las operaciones en Colombia crecieron 7.5% en su volumen de ventas en el año, incluyendo un incremento de 33.2% en la categoría de bebidas carbonatadas de sabores.

Finalmente, nuestras operaciones de comercio, particularmente la cadena de tiendas de conveniencia OXXO, continuó en 2005 su impresionante trayectoria de crecimiento rentable, al mismo tiempo que se está transformando en una compañía con sofisticados sistemas de información para la toma de decisiones. Durante el año, registró nuevamente un aumento de doble dígito en ingresos y flujo bruto de operación. Adicionalmente, abrió 675 nuevas tiendas, superando la marca de 4,000 establecimientos, e incrementó en 8.7% las ventas mismas tiendas.

OXXO se está convirtiendo rápidamente en parte del estilo de vida de nuestros clientes, dado el crecimiento acelerado de nuestras tiendas, que nos permite estar cerca de ellos y la propuesta de valor y conveniencia que les ofrecemos en todas nuestras ubicaciones.

Aunada a la creciente importancia y reconocimiento por parte de nuestros clientes, OXXO juega un papel cada vez más relevante en el desarrollo y crecimiento de nuestra compañía. Como el vendedor de cerveza y refrescos de más rápido crecimiento en México, el 32% de los ingresos de las tiendas provienen de la venta de bebidas. OXXO ofrece un atractivo canal comercial para nuestros negocios de bebidas, además de proveerles una invaluable inteligencia comercial y una importante plataforma para probar y dar seguimiento al lanzamiento de nuevos productos y presentaciones.

A lo largo de nuestra organización, mantenemos nuestro compromiso con los más altos estándares de gobierno corporativo y transparencia. Nuestra disponibilidad y capacidad para alinear los negocios con las nuevas disposiciones de mejores prácticas corporativas, como la legislación Sarbanes-Oxley de Estados Unidos, no sólo enfatiza nuestra agilidad de acción, sino que además demuestra nuestra cultura de disciplina e integridad.

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de FEMSA

Por otro lado, seguimos invirtiendo en las habilidades del más valioso recurso: nuestros colaboradores. Sin importar de donde surgen las iniciativas para cambiar la manera de hacer las cosas en la industria, nuestra empresa está comprometida a compartir sus experiencias, habilidades y mejores prácticas a lo largo de toda la organización.

Finalmente, deseo destacar nuestro acercamiento con la comunidad inversionista. En el marco de nuestra exitosa oferta de capital por \$700 millones de dólares, mi equipo y yo tuvimos la oportunidad de visitar a muchos de ustedes durante el mes de mayo pasado, y platicar acerca de nuestra estrategia y desempeño, así como de las perspectivas de crecimiento. Con esto no sólo fortalecimos nuestra situación financiera y ampliamos la base de inversionistas, sino que también les proporcionamos un panorama más claro acerca del rumbo de FEMSA. En el futuro, trabajaremos para fortalecer este diálogo y cumplir con sus expectativas.

A nombre de los más de 90 mil hombres y mujeres de todo FEMSA, agradezco su continuo apoyo. Nos sentimos muy orgullosos de ser una empresa que cumple con sus compromisos. Apreciamos en mucho la confianza que han depositado en nuestra capacidad para crear valor y la oportunidad para seguir generando un crecimiento rentable y sostenido hoy y en el futuro.



JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de FEMSA



El Juego está Cambiando





Nuevas Tendencias se están Creando



Con un sólido portafolio de marcas, FEMSA ofrece el producto, en el envase, al precio adecuado y en el momento preciso, siempre.





Nuevos Estilos de Vida
están Surgiendo



Formando parte del desarrollo de México, cada 13 horas abrimos una nueva tienda OXXO en el 2005.





Nuevas Oportunidades se
están Presentando



Anticipar y crear experiencias memorables a nuestros consumidores, es nuestra especialidad. Alineamos el esfuerzo de nuestra gente, sistemas y portafolio de productos para lograrlo.





FEMSA Siempre a la Vanguardia



Nuestras estrategias para cambiar las reglas del juego, están mejorando la calidad de vida de nuestros colaboradores, innovando la forma de hacer negocios en nuestra industria y creando valor para nuestros clientes, comunidades y accionistas.



QUIENES SOMOS

El enfoque a la innovación forma parte del firme compromiso de nuestra empresa de crear valor económico y social. Impulsado por la dedicación de nuestros más de 90 mil colaboradores, este compromiso también enfatiza nuestra pasión por el servicio, la orientación a los consumidores, la calidad y productividad, el respeto a la dignidad del ser humano y la promoción de la excelencia en todos los niveles de nuestras operaciones.

Nuestra filosofía, nos permite trascender las metas económicas, crear valor para las comunidades y generar bienestar para la sociedad. Tenemos un gran compromiso por la protección del medio ambiente y el respeto a las diferencias culturales.

En resumen, buscamos ser un agente de cambio en los mercados que servimos, colaborando con organizaciones civiles, instituciones educativas y autoridades gubernamentales para generar valor económico y social. Así hemos sido desde nuestro origen en 1890 y así continuaremos actuando hacia el futuro.

¿Cómo lo hacemos?



Construyendo sobre Sólidos Resultados

CIFRAS SOBRESALIENTES DE FEMSA

Millones de pesos del 2005	Millones de dólares		2004	% de Variación	2003	% de Variación
	2005 ⁽¹⁾	2005				
Ingresos totales	\$ 9,935	Ps. 105,582	Ps. 96,833	9.0	Ps. 82,496	17.4
Utilidad de operación	1,467	15,587	14,236	9.5	13,073	8.9
Utilidad neta	768	8,158	9,558	(14.6)	5,067	88.6
Utilidad neta mayoritaria	522	5,549	6,027	(7.9)	3,408	76.8
Utilidad neta minoritaria	246	2,609	3,531	(26.1)	1,659	112.8
Activos totales	11,856	125,998	125,075	0.7	115,692	8.1
Pasivos totales	5,533	58,806	71,197	(17.4)	65,319	9.0
Capital contable	6,323	67,192	53,878	24.7	50,373	7.0
Inversiones fijas	627	6,663	7,147	(6.8)	7,389	(3.3)
Valor en libros por acción ⁽²⁾	0.75	8.02	6.92	15.9	5.88	17.7
Utilidad neta por acción ⁽²⁾	0.09	0.93	1.14	(18.4)	0.64	78.1
Personal		90,731	88,214	2.9	86,136	2.4

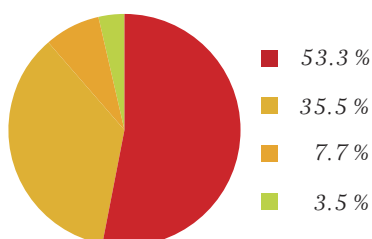
(1) Tipo de cambio de 10.6275 pesos por dólares americanos al 31 de diciembre del 2005.

(2) Información en pesos mexicanos, sobre la base del número de acciones en circulación de 5,297,310,450 para el 2003 y 2004, y 5,963,710,450 para el 2005.

ACTIVOS TOTALES

millones de pesos del 2005

Ps. 125,998

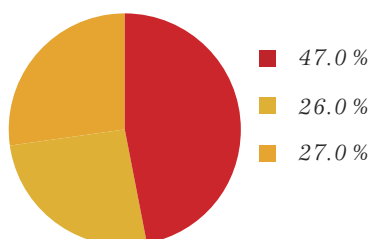


Coca-Cola FEMSA ■

INGRESOS TOTALES

millones de pesos del 2005

Ps. 105,582

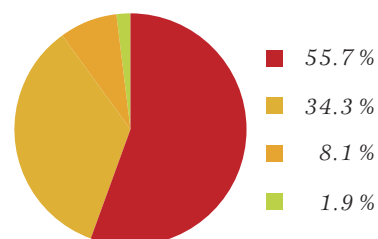


FEMSA Cerveza ■

UTILIDAD DE OPERACION

millones de pesos del 2005

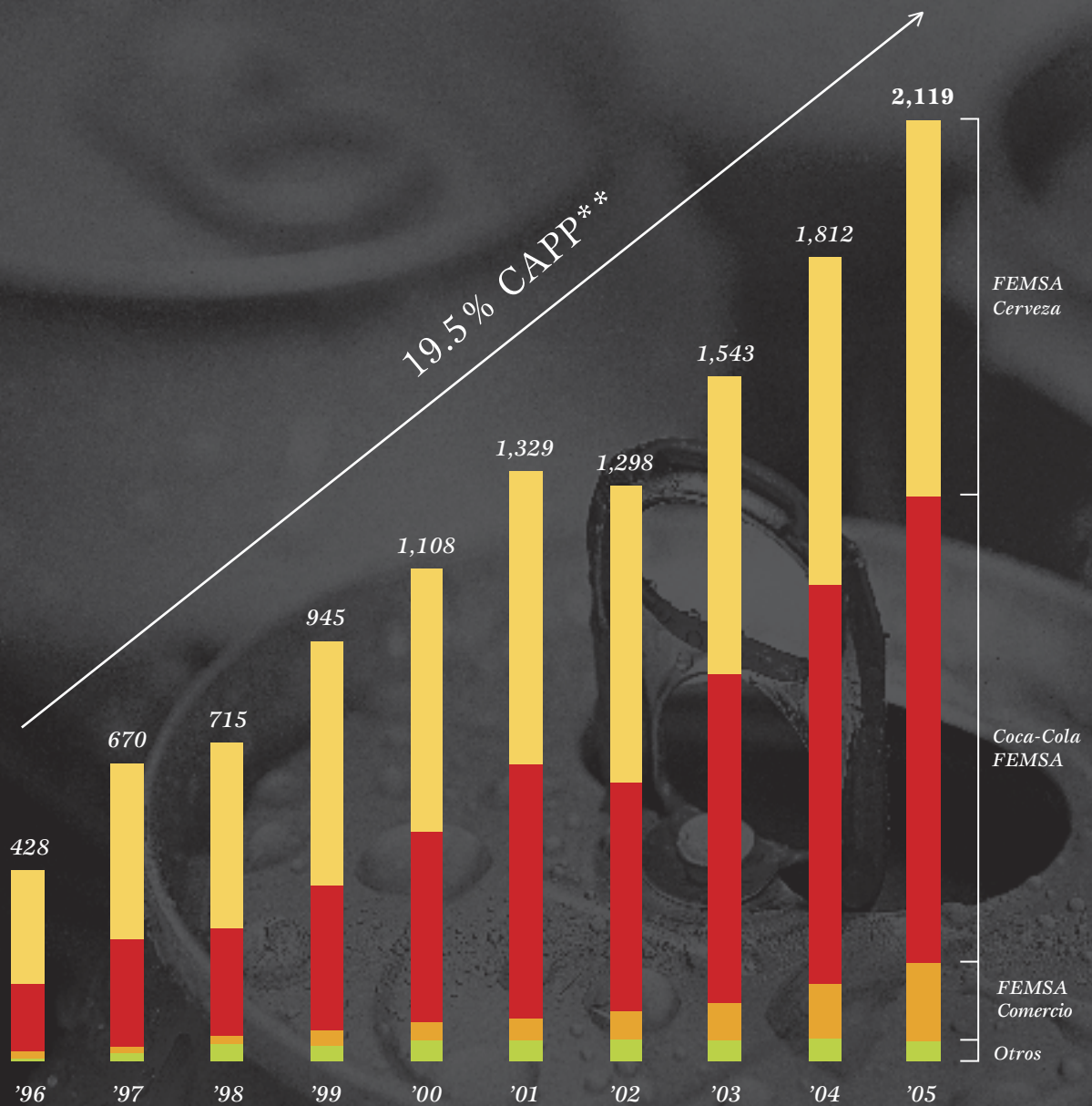
Ps. 15,587



Otros Negocios ■

FLUJO BRUTO DE OPERACION (EBITDA) DE FEMSA *

Millones de dólares



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

**Crecimiento Anual Promedio Ponderado.



Dinámica Ejecución de Mercado

COCA-COLA FEMSA

De Buenos Aires a Bogotá y de São Paulo a la Ciudad de México, estamos cambiando la forma de hacer negocio en los mercados a los que servimos.

En los últimos tres años hemos enfrentado una serie de retos, desde la consolidación de ocho nuevas franquicias, hasta un entorno de mercado más complejo y competitivo. No obstante lo anterior, hemos seguido generando sólidos resultados, diseñando un portafolio de productos y envases a la medida, y adecuando nuestros procesos de negocios a fin de responder a los retos y satisfacer la sed de más de 181 millones de consumidores a los cuales servimos.

UN ADECUADO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y PRESENTACIONES

Hemos diseñado e implementado un sofisticado portafolio de productos y envases que responde a la dinámica de los mercados locales y estimula la demanda de los consumidores. Para apoyar el crecimiento de *Coca-Cola*, nuestra principal marca, desarrollamos en México un más amplio y segmentado portafolio con 13 diferentes presentaciones de múltiples precios. Así mismo, para responder a un entorno competitivo más retador, elaboramos un portafolio más segmentado de refrescos carbonatados de sabores. Con el fin de fortalecer nuestra posición en el segmento de refrescos premium, introdujimos al mercado versiones light de las marcas *Fanta*, *Fresca*, *Lift*, *Nestea* y *Sprite*, a través de la estrategia comercial de *Spacio Leve*. Además, lanzamos una nueva línea de bebidas no carbonatadas, incluyendo *Ciel Aquarius*, agua de sabores con cero calorías y *Minute Maid*, una bebida a base de jugos de diferentes sabores. Con esta nueva plataforma de bebidas carbonatadas, estamos bien posicionados para crecer en este dinámico segmento de mercado.

De la misma forma, desarrollamos un nuevo portafolio de refrescos de sabores en Colombia. Con el lanzamiento nacional a principios de 2005 de *Crush*, estamos aprovechando el rediseño de nuestro proceso para atender al mercado, que nos permite fortalecer nuestra posición competitiva y revigorizar la demanda en esta vibrante categoría de refrescos.

1.5 millones

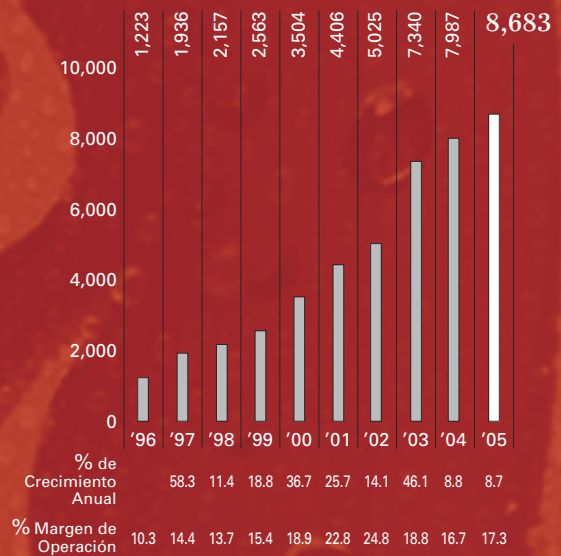
UN SISTEMA INTEGRADO DE 1.5 MILLONES DE PUNTOS DE VENTA

Servimos 64 marcas de bebidas, a través de una red de más de 1.5 millones de puntos de ventas en nueve países de América Latina.

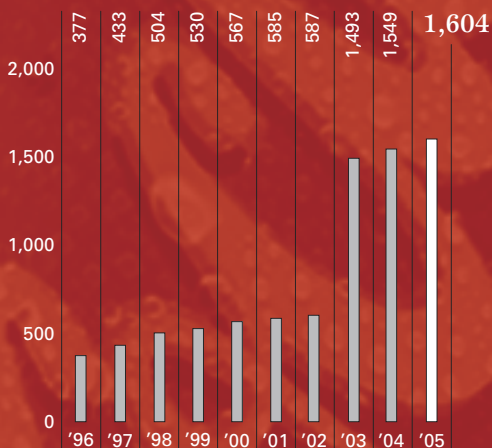


Marca Registrada

Utilidad de Operación millones de pesos del 2005



Volumen de Refrescos Carbonatados millones de cajas unidad*



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

PROCESOS Y PRACTICAS PRECISAS

Nuestra estrategia de multi-segmentación ha sentado las bases para un crecimiento rentable y sostenido a lo largo de nuestros mercados. Con el adecuado esquema de negocios en funcionamiento, nuestro personal ha transformado las operaciones en Brasil, en una de los mercados más exitosos de Coca-Cola FEMSA. La mejora operativa en la segmentación y ejecución en el punto de venta, la expansión en la red de distribución, incluyendo las tradicionales tiendas al detalle y restaurantes, así como la capacidad de controlar las ventas interterritoriales, nos ha permitido generar un crecimiento de doble dígito en este país.

Además, en México, la sofisticada estrategia de multi-segmentación representa un importante avance en nuestro esquema de administración de ingresos. Su diseño está basado en nichos de mercado divididos por grado de competitividad y niveles socioeconómicos, en lugar de por canales de distribución. Con la implantación de este esquema más dinámico, deberemos observar un mayor crecimiento y rentabilidad en uno de los mercados de refrescos más grandes del mundo.

EL PERSONAL ADECUADO PARA IMPULSAR NUESTRO CRECIMIENTO

El personal es a final de cuentas el responsable del éxito de nuestro esquema de negocios. Por ello, continuamente los preparamos, entrenamos y estimulamos para hacerle frente a los retos que presenta un entorno de mercado más competitivo y cambiante. A través del programa células de entrenamiento, intercambiamos a los mejores colaboradores entre nuestras operaciones multinacionales, para que puedan aprender en la práctica. Por ejemplo, cuando entramos en Brasil el porcentaje de pre-venta era 50%; hoy 90% de nuestras ventas son por pre-venta. En total, dedicamos 350,752 horas al año a nuestros programas de entrenamiento administrativo y de transferencias, cuya eficacia está directamente reflejada en nuestros favorables resultados.



UNA HISTORIA DE EXITO

Nuestro esquema de negocios está cambiando las reglas del juego en Brasil. Año contra año, las ventas y la generación de flujo bruto de operación han crecido 12.3% y 72.3%, respectivamente.



En los últimos tres años, nuestro personal ha encabezado una evolución corporativa, transformando a Coca-Cola FEMSA de ser líder en México hasta convertirse en el segundo más grande embotellador de Coca-Cola en el mundo, con un volumen de 1,890 millones de cajas unidad en 2005.



Orientados al Consumidor

FEMSA CERVEZA

Nuestro particular esquema de negocios enfocado al consumidor, nos permite identificar y aprovechar las tendencias y el dinamismo en nuestra industria.

Continuamos teniendo un excelente desempeño, aún en un entorno de crecimiento económico moderado en México, nulo incremento en el consumo de cerveza en Estados Unidos y aumento de precios en insumos clave como energía, aluminio y acero. En 2005, incrementamos en 6.9% las ventas totales de cerveza, para sumar \$27,573 millones de pesos; mejoramos la utilidad de operación 9.2%, acumulando \$5,353 millones de pesos. Al mismo tiempo, mejoramos la fortaleza de nuestras marcas, la productividad operativa y la seguridad en el lugar de trabajo.

UN ESQUEMA DINAMICO, DIFERENCIADO Y POR SEGMENTOS

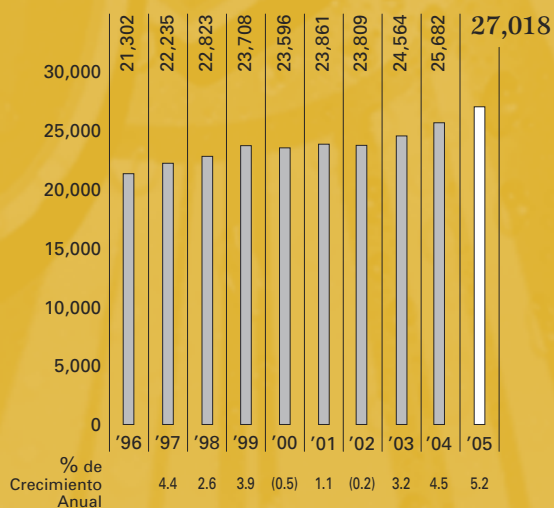
Los favorables resultados reflejan nuestra capacidad para ejecutar de manera dinámica nuestro esquema de negocios diferenciado y por segmentos, ofreciendo al consumidor la marca, el envase y el precio adecuado para cada ocasión de consumo. Destaca el número sin precedente de nuevos productos y presentaciones. En el año introdujimos cerca de 200 presentaciones en áreas y segmentos específicos de mercado. El lanzamiento de *Sol Brava* y la expansión de las presentaciones en botella de *Tecate Light* son un claro ejemplo de nuestra habilidad para alinear los atributos de las marcas líderes, con favorables tendencias de mercado, segmentos y canales específicos.

En 2005, lanzamos con éxito la presentación retornable de un litro y cuarto de *Sol Brava* en 16 estados del centro de México, extensión de nuestra marca *Sol*. Gracias a nuestra amplia cobertura en todos los canales de distribución, *Sol Brava*, contribuyó con el 55% del crecimiento del volumen incremental de la familia *Sol*, para convertirla en la segunda de más rápido crecimiento en México, sólo detrás de la familia de marcas *Tecate*.

Tecate Light continuó con su extraordinario desempeño en 2005, aportando gran parte del volumen incremental de la familia de marcas *Tecate* y haciendo de ésta la de más rápido crecimiento en México en el año. Aprovechamos el dinámico crecimiento de *Tecate Light*, así como la evolución en las prácticas y preferencias de los consumidores del país, para lanzar y ampliar la línea de presentaciones en envases de vidrio retornable de esta marca. Al ser *Tecate Light* la primera y única cerveza ligera en México que se vende en botellas de vidrio, estas presentaciones contribuyeron con aproximadamente la cuarta parte del volumen incremental de ventas de esta marca en el año.

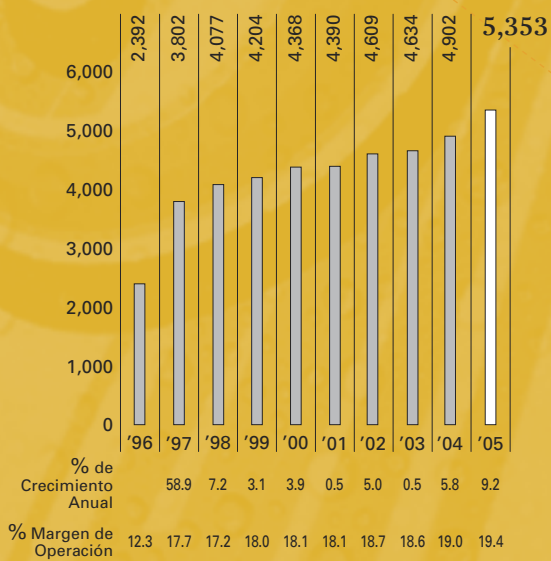


Volumen Total
miles de hectolitros*



*Un hectolitro es igual 100 litros o 26.4 galones.

Utilidad de Operación
millones de pesos del 2005





UN SOLIDO PORTAFOLIO DE MARCAS

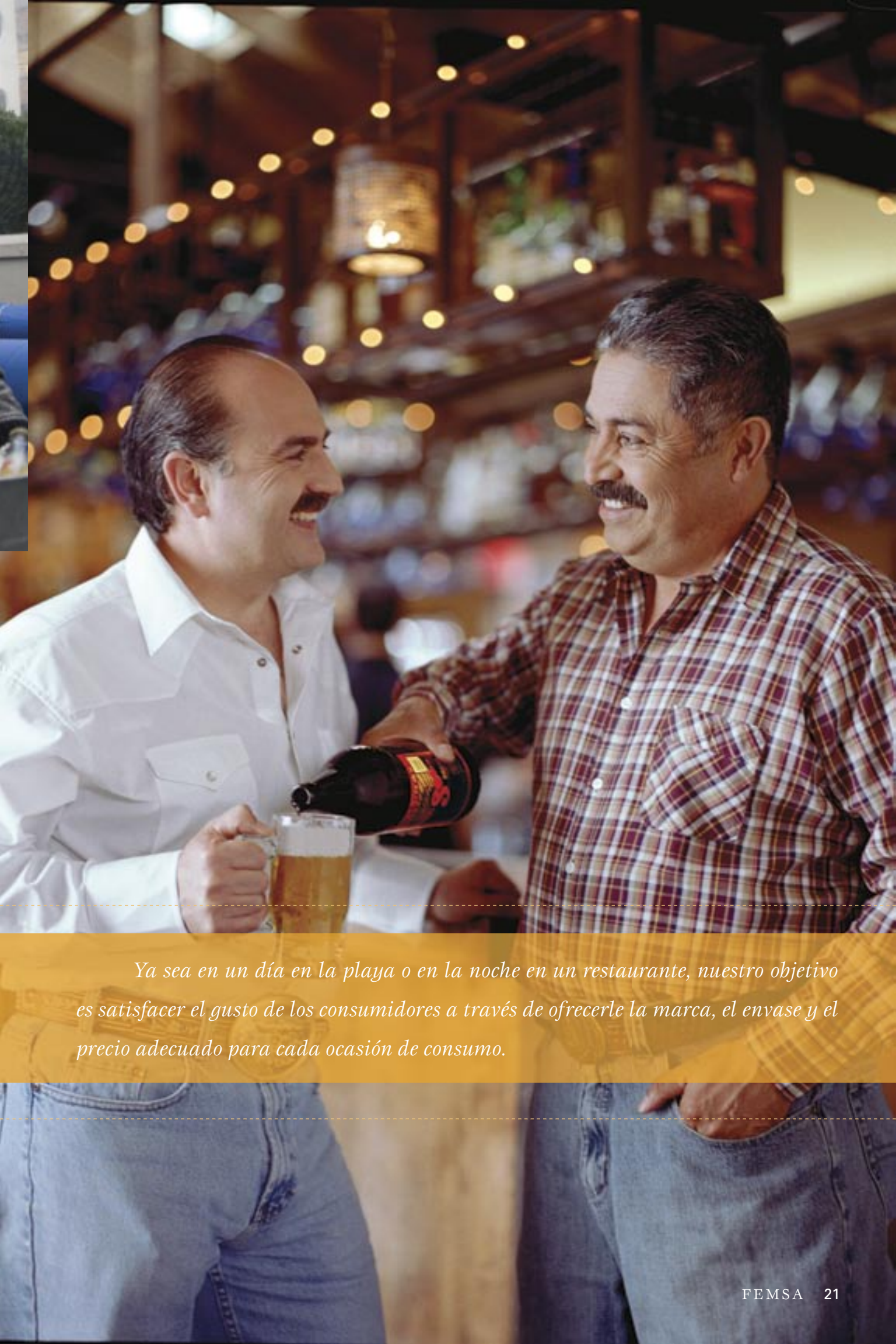
El portafolio diferenciado de 16 marcas de cerveza de alta calidad impulsa nuestro continuo éxito. *Tecate* y *Sol* son las dos marcas de mayor crecimiento en la industria cervecera mexicana. Además, *Sol*, que también se produce en Brasil, es la marca importada número uno en ese país, con una posición de liderazgo en el segmento super premium en São Paulo.

Actualmente estamos desarrollando habilidades clave para consolidar nuestro liderazgo en la industria. A través de las iniciativas de transferencia de conocimientos que tenemos en operación, incluyendo la comunicación constante a través de conferencias, células de entrenamiento e intercambio de personal, estamos desarrollando continuamente las habilidades clave de nuestros colaboradores, para que puedan mejorar la ejecución de la plataforma que hemos establecido.

HABILIDADES PARA INCURSIONAR EN MERCADOS CLAVE

Si hay un mercado de cerveza que compite con el de México en su potencial de crecimiento y rentabilidad, este es Brasil. Desde la adquisición de Panamco por Coca-Cola FEMSA en 2003, hemos ganado una considerable experiencia e inteligencia comercial en el mercado de bebidas de ese país. Por ello, se hizo evidente que este mercado jugaría un papel importante en la estrategia global de FEMSA. De esta manera, el 16 de enero del 2006 anunciamos la adquisición del 68% del capital de Cervejarias Kaiser que pertenecía a Molson Coors Brewing Company. Esta transacción no sólo nos ofrece una magnífica oportunidad de participar en el creciente y rentable mercado brasileño de cerveza, sino además, el gran reto de mejorar un negocio, cuyo desempeño actual está muy por debajo de su potencial. Para enfrentar esta oportunidad y este reto, aprovecharemos nuestra experiencia acumulada de muchos años como un exitoso competidor en el mercado mexicano de bebidas.

Por otro lado, en Estados Unidos ya empezamos a ver los beneficios del acuerdo exclusivo de distribución con Heineken USA. En 2005, incrementamos el volumen de exportación a ese país en más de 8%, aumentamos la presencia y disponibilidad de marcas y mejoramos el desempeño en todo Estados Unidos, a través de un acelerado crecimiento en el Este de ese país.



Ya sea en un día en la playa o en la noche en un restaurante, nuestro objetivo es satisfacer el gusto de los consumidores a través de ofrecerle la marca, el envase y el precio adecuado para cada ocasión de consumo.



WILLIAMS
OISE
AC:
NAC
ET
RTIN
IAN
BY
SIE
CA
NAC
AND
NIER
AU

En México, *Coors Light* nos ha permitido complementar nuestro portafolio, al proveernos de una marca estadounidense super-premium. En Reino Unido, nuestro segundo más importante mercado de exportación, iniciamos un acuerdo con Molson Coors para comercializar y distribuir nuestras marcas en ese país. Por su parte, a partir del primero de enero del 2006, Sleeman Breweries, una cervecera líder en el segmento premium de Canadá se convirtió en importador, comercializador y distribuidor exclusivo de nuestras marcas *Sol* y *Dos Equis* en ese mercado.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO INTEGRADAS

Continuamos aprovechando los beneficios de nuestra estrategia integrada de bebidas, intercambiando información de inteligencia comercial y las mejores prácticas entre nuestras operaciones de cerveza, refrescos y tiendas de conveniencia. Nuestras ventas de cerveza en México, a través de OXXO, se han incrementado al pasar de 5.1% en 2001 a 8.6% en 2005, debido a una mayor productividad en las tiendas, así como a la apertura de nuevos establecimientos. Además, la conjunta selección de la ubicación de tiendas entre FEMSA Cerveza y OXXO permite abrir más establecimientos en áreas geográficas, donde el potencial de crecimiento de nuestras marcas de cerveza es más elevado.

NUESTRA GENTE HACE LA DIFERENCIA

En suma, el éxito está basado en la gente: nuestros 20,741 colaboradores; 287,258 detallistas y nuestros millones de consumidores en México. Gracias a su continuo apoyo, nos mantendremos a la vanguardia de la industria cervecera.

UNA AGIL ORIENTACION AL CONSUMIDOR

Nuestra capacidad para lanzar casi 200 presentaciones en áreas y segmentos específicos de mercado en 2005, demuestra la agilidad de nuestro esquema de negocios. Esto nos permite identificar e impulsar tendencias de mercado favorables, así como tomar acciones específicas para establecer iniciativas competitivas, que respondan a los requerimientos del mercado.

2000





La Cadena de Tiendas de Conveniencia Líder en México

FEMSA COMERCIO

Como la única cadena con presencia nacional, 4,141 tiendas y casi 900 millones de transacciones en 2005, estamos impulsando la consolidación del moderno formato de tiendas de conveniencia en México.

OXXO está encabezando el crecimiento del moderno formato de tiendas de conveniencia en México. Como la única cadena con presencia nacional, con 4,141 tiendas y sirviendo cada día aproximadamente a 2.4 millones de clientes en todo el país. OXXO es el más importante vendedor de cerveza, pan, botanas y refrescos en México. Este negocio generó, nuevamente en 2005, un crecimiento de doble dígito en ingresos y flujo bruto de operación. El crecimiento de OXXO provino de fuertes ventas mismas tiendas y de su acelerada expansión; OXXO abrió 675 nuevas tiendas en 2005.

UN DETALLISTA LIDER

El esquema de negocio desarrollado por OXXO permite aprovechar las ventajas de una operación nacional, en cuanto a eficiencia de procesos, estándares de servicio y calidad, sistemas de distribución, al mismo tiempo que brinda la flexibilidad de una propuesta de valor adecuada a las características locales, para ofrecer los productos y servicios específicos acordes a los gustos y preferencias de los clientes de cada mercado.

Este esquema también impulsa la consolidación, capitalizando economías de escala en rubros tan importantes como logística, desarrollo y capacitación del personal, sistemas de información, así como los procesos de operación y ubicación de las tiendas.

Un claro ejemplo de lo anterior es el establecimiento de un sistema integrado de distribución propio y único en su tipo en México, que complementa la efectiva ubicación de tiendas, los programas de promoción y nuestros fuertes niveles de ventas mismas tiendas. Al abastecer directamente nuestras tiendas, a través de una creciente red de centros de distribución, podemos reponer en forma más regular sus inventarios, aumentar el conocimiento de las preferencias específicas de los consumidores, diseñar y ampliar nuestra propuesta de valor y compenetrarnos más en los estilos de vida de los clientes.

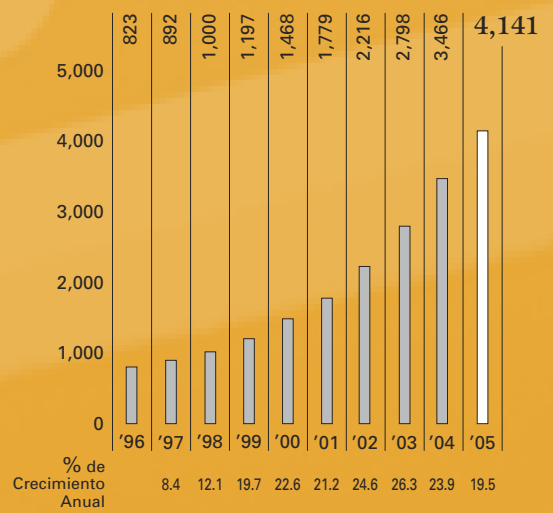
Gracias a todo lo anterior, OXXO es capaz de operar rentablemente inclusive a niveles de ventas por tienda, que en otros esquemas de negocio podrían considerarse como bajos.

UN MIEMBRO CLAVE DEL EQUIPO

Además de la creciente importancia de OXXO en la vida de nuestros clientes, jugamos un papel clave en el crecimiento y desarrollo de FEMSA. Como el vendedor de refrescos y cerveza de más rápido crecimiento en México, OXXO proporciona un poderoso canal de distribución para los negocios de bebidas de FEMSA. Vendemos dos veces más cervezas que todas las tiendas de autoservicio combinadas en el país y contribuimos de manera importante con el volumen incremental de ventas de cerveza de FEMSA.

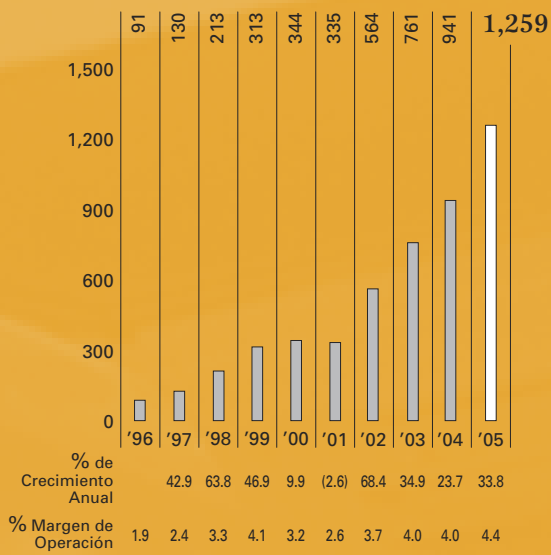


Tiendas OXXO



Utilidad de Operación

millones de pesos del 2005





675

UNA DINAMICA Y RENTABLE HISTORIA DE CRECIMIENTO

OXXO es la cadena de tiendas de conveniencia de más rápido crecimiento en México, con un aumento en las ventas mismas tiendas de 8.7% y la apertura de 675 nuevas tiendas en 2005. Los \$28,734 millones de pesos en ventas, un crecimiento de 21.8% y la estabilidad en los márgenes de operación, nos ubican en una sólida posición para ampliar nuestra cobertura y aumentar aún más la penetración en el mercado.

De hecho, OXXO vende aproximadamente una de cada 10 cervezas comercializadas por FEMSA. Al trabajar en conjunto con el equipo de FEMSA Cerveza, podemos seleccionar nuevas regiones geográficas para penetrar en mercados de cerveza que son más atractivos o bien reforzar nuestra posición en otros.

OXXO además proporciona a nuestras operaciones de bebidas una invaluable inteligencia de mercado en cuanto a tendencias de consumo. Por ello, podemos diseñar mejor nuestras promociones en el punto de venta para responder a preferencias específicas de los consumidores. OXXO también es un importante vehículo para introducir, probar y dar seguimiento al desempeño de nuevos productos y presentaciones a lo largo de todos nuestros mercados de bebidas en México.

POSICIONADOS PARA SEGUIR CRECIENDO

Gracias al dinámico y rentable crecimiento de OXXO, estamos bien posicionados para encabezar la evolución de este sector en los años por venir. Entre las metas específicas, buscamos expandir nuestra cobertura de mercado, ampliar la propuesta de valor de las tiendas, capitalizar las ventajas de las economías de escala, así como seguir apoyando la estrategia integrada de bebidas de FEMSA.

Al final del día, nuestra gente hace la diferencia. Por ello nuestra principal prioridad es continuar desarrollando y conservando al mejor talento en el segmento de tiendas de conveniencia en México.

El secreto de nuestro rápido crecimiento es un excelente servicio y la satisfacción de los consumidores. Es por ello que aproximadamente 2.4 millones de clientes visitan nuestras tiendas cada día, generando cerca de 855 millones de transacciones en 2005.

2.4 MILLONES





Desarrollo Sustentable

RESPONSABILIDAD SOCIAL

“El respeto a la dignidad humana está por encima de cualquier consideración económica”.

—Eugenio Garza Sada (1892–1973)
Presidente y Director General de
Cervecería Cuauhtémoc (hoy FEMSA)

Si bien nuestras innovaciones están cambiando las reglas de juego de nuestra industria, algo que nunca cambiará es nuestra convicción de que el desarrollo económico y social deben ir de la mano. Hoy asumimos el compromiso de creación de valor económico y social, a través del crecimiento de nuestros colaboradores, el desarrollo de nuestras comunidades, la preservación del medio ambiente y nuestra contribución al desarrollo económico.

MEJORANDO LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS COLABORADORES

En FEMSA nuestros colaboradores son la energía de nuestra organización. Por ello propiciamos un ambiente de trabajo seguro y respetuoso, ofreciendo oportunidades para mejorar su calidad de vida y apoyando su desarrollo en los aspectos personal y laboral.

Nuestras iniciativas de calidad de vida se concentran principalmente en fomentar aspectos como la salud, educación, vivienda, capacitación, cultura y recreación.

Creada en 1918, la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCyF) promueve el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias mediante 79 asociaciones y nueve centros recreativos en México. A través de 38 centros de salud, Clínica Cuauhtémoc y Famosa, proporciona servicios especializados de salud ocupacional a nuestros colaboradores, sus familias y otros miembros de la comunidad. SCyF también ayuda a hacer realidad el sueño de contar con casa propia. Hemos otorgado más de 8,300 créditos para vivienda y contribuido a la construcción de cerca de 2,000 casas para nuestros colaboradores, desde que inició el programa.

Invertimos mucho tiempo y recursos para entrenar y desarrollar profesionalmente a nuestros colaboradores. A través de programas como el de transferencia de conocimientos, fomentamos el aprendizaje mediante la práctica e impulsamos el liderazgo dentro y fuera de la empresa. Por otra parte, tenemos el programa de Integración Laboral para Personas con Capacidades Diferentes, en el que actualmente damos empleo a 234 personas. En FEMSA estamos convencidos que los equipos funcionan mejor cuando se cuenta con la contribución de las diversas habilidades y experiencias de sus miembros.

PROMOVIENDO UN DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO

Desde 1890, hemos jugado un importante rol en el desarrollo de nuestras comunidades. En los últimos seis años, hemos contribuido con aproximadamente \$192.2 millones de pesos (\$17.5 millones de dólares) al apoyo de instituciones que promueven el desarrollo de la educación, la cultura, la ecología y el bienestar de la sociedad.

Una de nuestras principales contribuciones en el ámbito educativo es la creación y auspicio permanente al Tecnológico de Monterrey, institución fundada en 1943 bajo iniciativa de Don Eugenio Garza Sada, en ese entonces, Presidente y Director General de Cervecería Cuauhtémoc. El Tecnológico de Monterrey es actualmente una de las universidades privadas más prestigiadas de América Latina.

También trabajamos para fomentar un estilo de vida más responsable en las comunidades a las cuales servimos. A través de programas como mesero responsable, estilo de vida responsable y conductor designado, hemos promovido entre los proveedores de servicio, consumidores y otros públicos la importancia de la toma de decisiones en forma responsable. De hecho, fuimos la primer empresa mexicana en promover el programa conductor designado hace más de una década.

Nuestro compromiso con las comunidades se extiende más allá de sus necesidades educativas para ser promotores del crecimiento cultural. Desarrollado durante los últimos 24 años, gracias al apoyo y generosidad de donadores privados y otras instituciones, la Colección de Arte FEMSA integra un acervo de más de mil obras de arte moderno y contemporáneo, principalmente latinoamericano, la que compartimos con el público en general a través de un extenso programa de exhibiciones itinerantes. Adicionalmente, a través de la Bial Monterrey FEMSA, buscamos reconocer, promover y estimular el arte mexicano mediante un certamen abierto que se realiza cada dos años.

El compromiso con la responsabilidad social forma parte integral de nuestra cultura corporativa, estableciendo los valores que hemos acogido desde hace más de un siglo.

PROTEGIENDO EL MEDIO AMBIENTE

Nuestro firme compromiso con el cuidado, respeto y preservación del medio ambiente, está inmerso en cada nivel de nuestra organización y en cada aspecto de nuestra estrategia de negocios.

Este compromiso se refleja en diversos programas y actividades complementarias, incluyendo el de Industria Limpia, a través del cual más del 95% de nuestras instalaciones han recibido su certificación. Además, nuestros programas de preservación de recursos como la energía y el agua han generado importantes ahorros.

\$4,900

\$4,900 MILLONES DE DOLARES EN INVERSIONES PARA EL CRECIMIENTO

Una de las formas en que impulsamos el desarrollo de nuestras comunidades es a través de inversiones. En los últimos 10 años hemos invertido \$4,900 millones de dólares en activos fijos, es decir más de \$490 millones de dólares por año.



116



UN LEGADO DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Durante 116 años, nuestros colaboradores han practicado, promovido y vivido los valores que han distinguido a FEMSA.

Nuestro compromiso con la responsabilidad social forma parte de nuestra cultura corporativa, basada en los valores que nos han dado forma por más de un siglo.

FOMENTANDO EL DESARROLLO ECONOMICO

Por más de un siglo, hemos generado valor económico para nuestros accionistas, colaboradores, comunidades y países en donde operamos. En realidad, nuestro impacto económico se ha extendido más allá de la industria de alimentos y bebidas. Fomentamos el desarrollo económico de nuestras comunidades al emplear a más de 90 mil personas.

PROMOVRIENDO UNA VISION GLOBAL

Además de las sinergias operativas y estratégicas que tenemos la capacidad de aprovechar, nos sentimos muy orgullosos de la sinergia cultural que creamos a través de nuestras operaciones multinacionales en Norte, Centro y Sudamérica. Mediante nuestras interacciones, no solamente compartimos nuestra filosofía y valores, sino que también aprendemos uno de otro. De esta forma respetamos las culturas y tradiciones locales y contribuimos al desarrollo de nuestras comunidades.

Nuestra principal preocupación radica en nuestros colaboradores y sus familias. A través de ellos, conocemos y entendemos a cada una de nuestras comunidades y sus necesidades particulares. Además, trabajamos en satisfacer esas necesidades por medio de programas sociales, ecológicos y culturales que han caracterizado a nuestra organización por más de un siglo.



Posicionado en los Mejores Mercados

PANORAMA FEMSA

PAIS	MEXICO		BRASIL	ARGENTINA
COMPañIA	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO		
Propiedad de FEMSA (%)	100	100		
Volumen de Ventas	27,018 ⁽²⁾		1,025 ⁽³⁾	253 ⁽³⁾
Ingresos ⁽⁴⁾	27,573	28,734	28,456	5,819
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	5,353 ⁽⁵⁾	1,259 ⁽⁵⁾	6,121	906
Plantas	6	4,141	12	3
Centros de Distribución	442	7	106	12
Personal	20,741	9,234		5

(1) Al 31 de diciembre del 2005, el 39.6% era propiedad de The Coca-Cola Company y el 14.7% era público.

(2) Miles de hectolitros.

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

(4) Expresados en millones de pesos mexicanos de diciembre 31 del 2005.

(5) Después de pago de servicios corporativos.

(6) Incluye personal tercerizado.



MARCAS DE REFRESCOS

Agua Club K
Alpina
Beat
Black Fire
Burn
Canada Dry Ginger Ale
Carioca
Cepita
Cepita Aguas
Chinotto
Chinotto Light
Ciel
Ciel Aquarius
Coca-Cola
Coca-Cola Light
Crush

Crystal
D. Punch
Dasani
Fanta
Fanta Light
Fresca
Fresca Light
Frescolita
Grapette
Hi-C
Hit
Kapo
Keloco
Kin
Kist
Kuat

Kuat Light
Lift
Lift Light
Manantial
Minute Maid
Montefiore
Mundet Sabores
Nestea
Nestea Light
Nevada
Polar
Powerade
Premio
Prisco
Quatro
Quatro Light

Regional Malta
Roman
Santa Clara
Schweppes
Schweppes Aguas
Senzao
Shangri-La
Sidral Mundet
Sidral Mundet Light
Simba
Soda Clausem
Sprite
Sprite Cero
Sunfill
Super Malta
Tai

MARCAS DE CERVEZA

Bohemia
Carta Blanca
Carta Blanca Light
Casta
Coors Light
Indio

Kloster
Kloster Light
Noche Buena
Sol
Sol Brava

Superior
Tecate
Tecate Light
XX Ambar
XX Lager

TIENDAS

OXXO



GUATEMALA

NICARAGUA

COSTA RICA

PANAMA

COLOMBIA

VENEZUELA

COCA-COLA FEMSA

45.7⁽¹⁾

109⁽³⁾

180⁽³⁾

173⁽³⁾

3,428

4,697

4,946

469

532

233

4

6

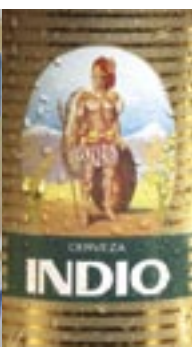
4

35

37

33

55,635⁽⁶⁾



Coca-Cola FEMSA

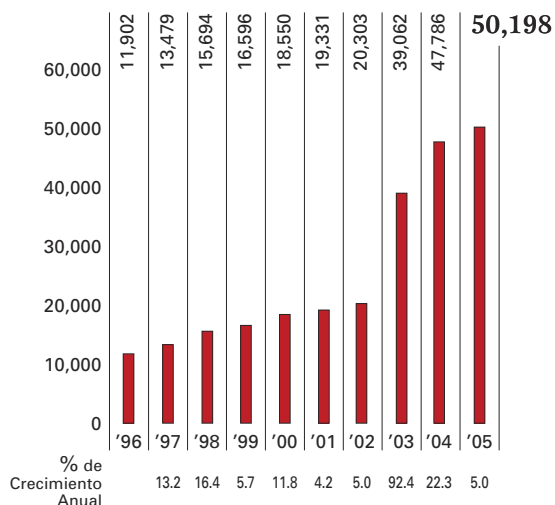
UNIDADES DE NEGOCIO

CRECIMIENTO CONSISTENTE

Los resultados de Coca-Cola FEMSA muestran las ventajas de tener una presencia geográfica balanceada en mercados diversos. Con más del 90% de sus operaciones generando un atractivo crecimiento, este negocio registró en 2005 ingresos consolidados por \$50,198 millones de pesos, una utilidad de operación de \$8,683 millones de pesos y una utilidad neta de \$4,704 millones de pesos, lo que generó una utilidad por acción de \$2.55 pesos. En el futuro, Coca-Cola FEMSA continuará perfeccionando su forma de atender al mercado, de manera que pueda capturar el mayor valor en cada una de sus franquicias territoriales.

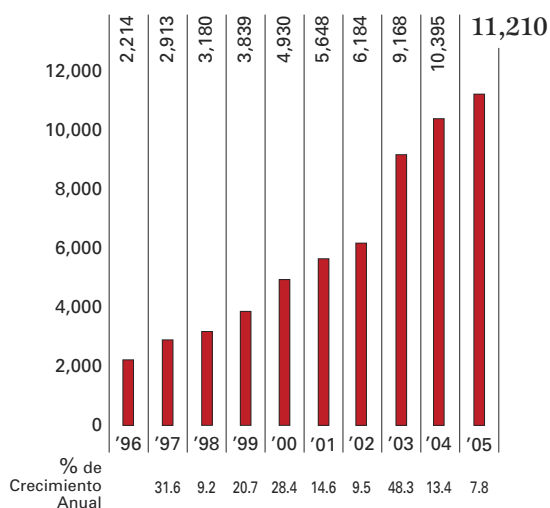
Ingresos Totales

millones de pesos del 2005



Flujo Bruto de Operación (EBITDA) *

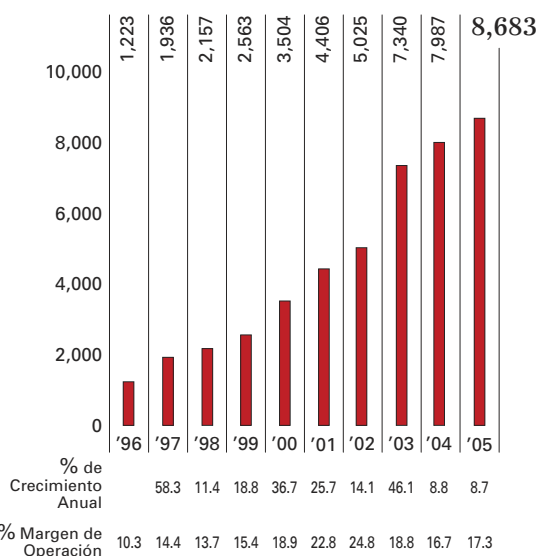
millones de pesos del 2005



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

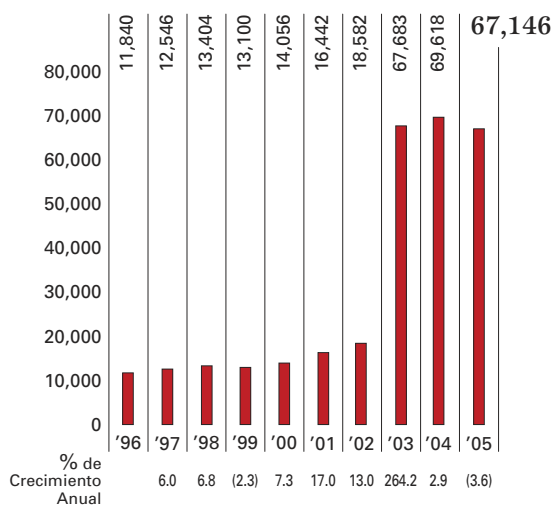
Utilidad de Operación

millones de pesos del 2005

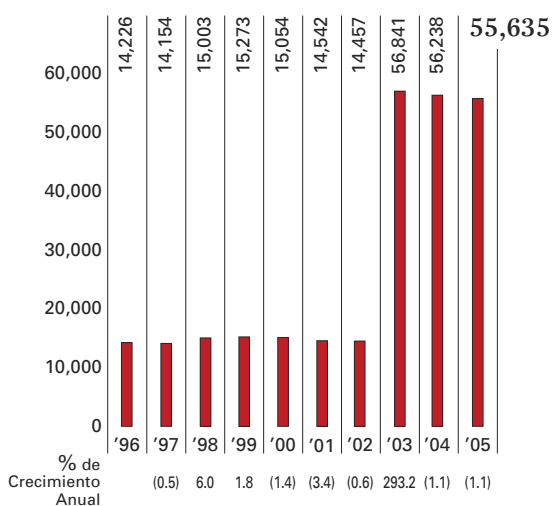


Activos Totales

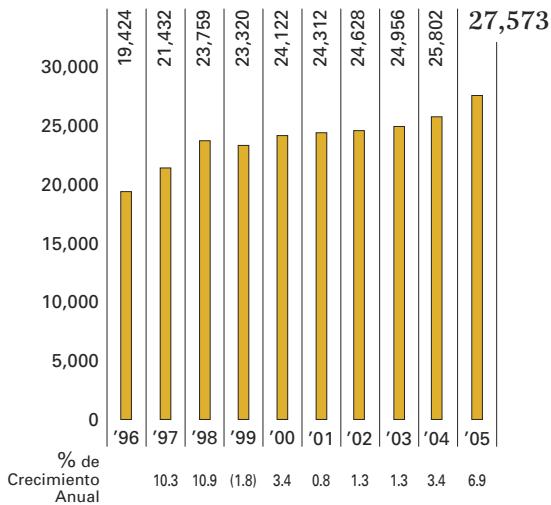
millones de pesos del 2005



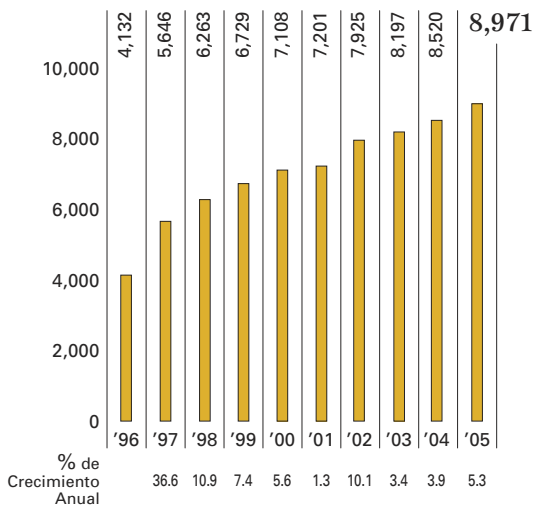
Personal



Ingresos Totales
millones de pesos del 2005

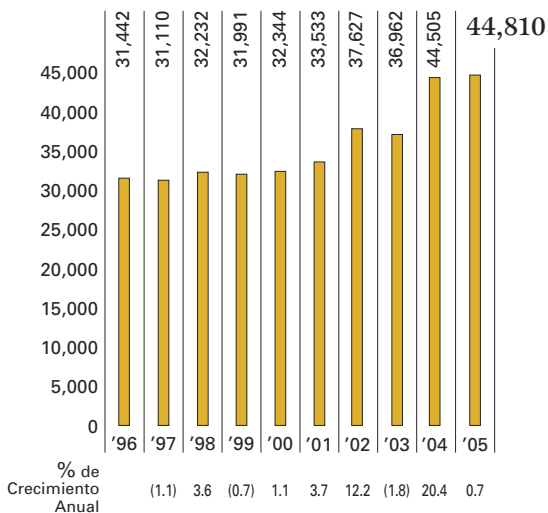


Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*
millones de pesos del 2005



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

Activos Totales
millones de pesos del 2005



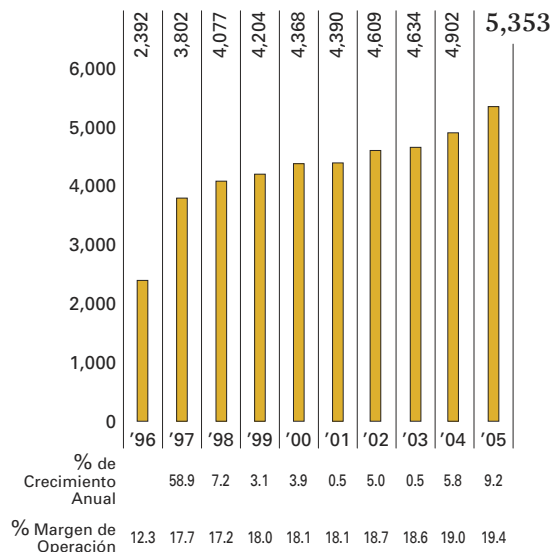
FEMSA Cerveza

UNIDADES DE NEGOCIO

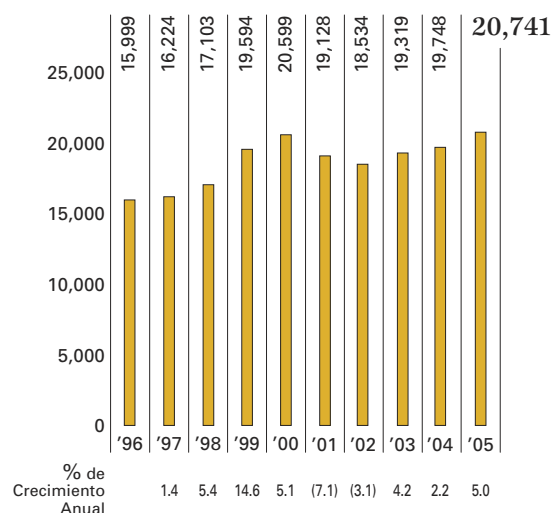
EJECUCION RENTABLE

El esquema de negocios enfocado al consumidor le permitió a FEMSA Cerveza alcanzar nuevamente en 2005 un sólido crecimiento. Este negocio incrementó su volumen total de ventas a 27,018 miles de hectolitros de cerveza. Mejorando su utilidad de operación a \$5,353 millones de pesos. Los resultados positivos de FEMSA Cerveza aprovecharon su capacidad para ejecutar en forma dinámica un diferenciado y segmentado esquema de negocios, brindando a los consumidores, la marca, el envase y el precio adecuado en cada ocasión de consumo. En el futuro, este negocio está bien posicionado para mantenerse a la vanguardia de su industria.

Utilidad de Operación
millones de pesos del 2005



Personal



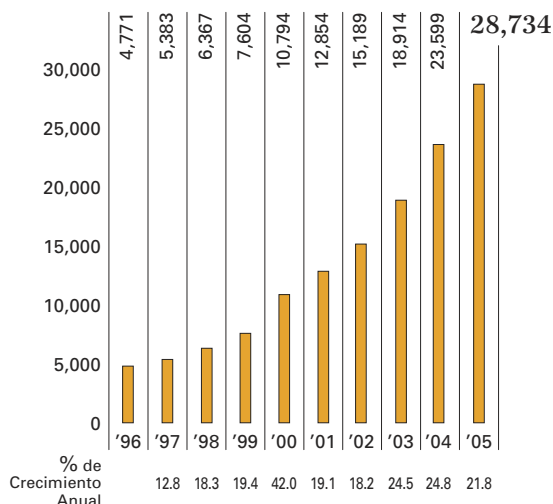
FEMSA Comercio

UNIDADES DE NEGOCIO

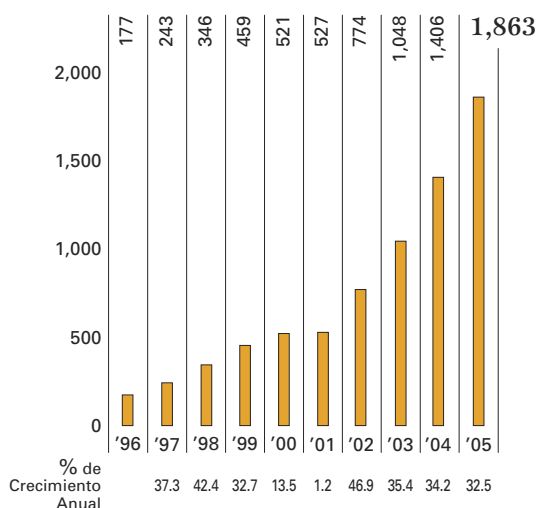
EXPANSION DE MERCADO

FEMSA Comercio generó nuevamente en 2005 un crecimiento en ingresos de doble dígito. Al ser la única cadena con presencia nacional, a través de 4,141 tiendas, OXXO fue el más grande comercializador de cerveza, pan, botanas y refrescos en todo México, sirviendo aproximadamente a 2.4 millones de clientes diarios. El crecimiento de OXXO provino de las ventas de mismas tiendas y la acelerada expansión de 675 nuevas tiendas en 2005. Con ingresos de \$28,734 millones de pesos, un crecimiento de 21.8% contra el 2004 y márgenes estables, OXXO está estratégicamente posicionada para alcanzar un mayor crecimiento y apoyar una más amplia penetración de mercado de los negocios de FEMSA.

Ingresos Totales
millones de pesos del 2005

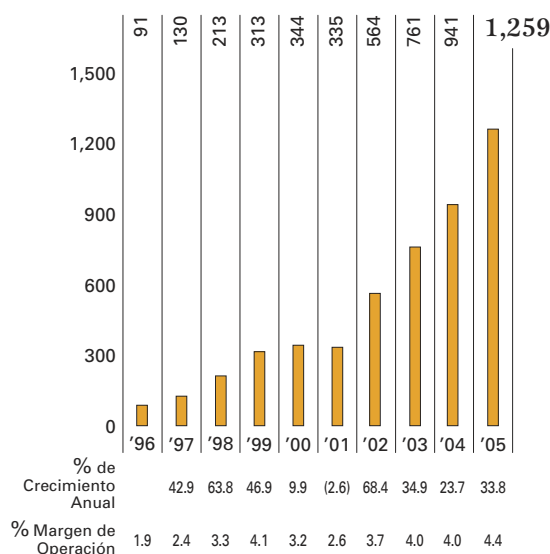


Flujo Bruto de Operación (EBITDA) *
millones de pesos del 2005

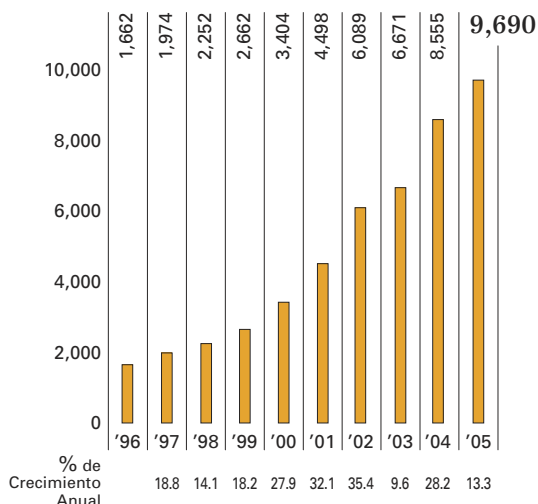


*Utilidad de Operación más depreciaciones y amortizaciones de otros cargos virtuales.

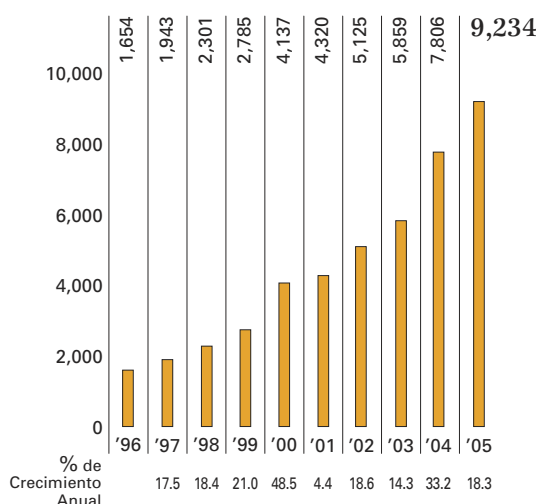
Utilidad de Operación
millones de pesos del 2005



Activos Totales
millones de pesos del 2005



Personal



Gobierno Corporativo

FEMSA está comprometida a mantener altos estándares de ética y gobierno corporativo, así como la calidad y transparencia de sus prácticas de difusión de información. La empresa fue una de las líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas, establecido por el Consejo Empresarial Mexicano. FEMSA cumple con los requerimientos aplicables a la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos.

Los consejeros independientes proporcionan a FEMSA una invaluable contribución a su proceso de toma de decisiones y a la protección del valor de sus accionistas. En el futuro, FEMSA continuará cumpliendo los estrictos estándares de ética y gobierno corporativo.

COMITE DE AUDITORIA

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

COMITE DE EVALUACION Y COMPENSACION

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

COMITE DE PLANEACION Y FINANZAS

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

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

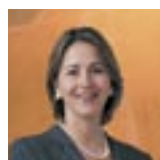
CONSEJO DE ADMINISTRACION



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



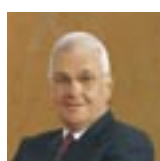
14



15



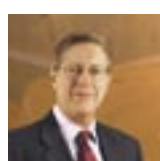
16



17



18



19

1 Eugenio Garza Lagüera¹

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

2 José Antonio Fernández Carbajal¹

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

3 Eva Garza Gonda de Fernández¹

Inversionista Privado
Electa en 2005
Suplente: Bárbara Garza Gonda

4 José Calderón Rojas¹

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

5 Consuelo Garza de Garza¹

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

6 Max Michel Suberville^{1a}

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

7 Alberto Bailleres¹

Presidente del Consejo de Administración y Presidente Ejecutivo Grupo Bal Empresa Minera y Metalúrgica, de Seguros y de Tiendas Departamentales
Electo en 1995
Suplente: Arturo Fernández Pérez

8 Francisco Javier Fernández Carbajal^{3c}

Consultor Independiente
Electo 2005
Suplente: Javier Astaburuaga Sanjines

9 Ricardo Guajardo Touché^{2c}

Presidente del Comité de Auditoría BBVA Bancomer, S.A. de C.V. Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Ricardo González Sada

10 Alfredo Livas Cantú^{3c}

Presidente Praxis Financiera, S.C. Empresa de Consultoría Financiera
Electo en 1995
Suplente: José González Ornelas

11 Roberto Servitje Sendra^{3a}

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

12 Carlos Salguero^{2a}

Ex Vice-Presidente Ejecutivo Philip Morris International Empresa de Tabaco y Bebidas
Electo en 1995
Suplente: Eduardo Padilla Silva

13 Mariana Garza Gonda de Treviño¹

Inversionista Privado
Electa en 2005
Suplente: Carlos Salazar Lomelín

14 José Manuel Canal Hernando^{2b}

Consultor Independiente Firma de Contabilidad
Electo en 1988
Suplente: Othón Páez Garza

15 Luis Téllez Kuenzler^{2c}

Co-Director General The Carlyle Group Institución Financiera
Electo en 2001
Suplente: Armando Garza Sada

16 Alexis E. Rovzar de la Torre^{2b}

Socio Ejecutivo White & Case S.C. Firma Legal
Electo en 1989
Suplente: Lorenzo Garza Hinojosa

17 Helmut Paul^{2b}

Consultor International Finance Corporation (IFC) Institución Financiera
Electo en 1988
Suplente: Antonio Elosúa Muñerza

18 Lorenzo H. Zambrano^{2a}

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

19 Robert E. Denham 2c

Socio de Munger, Tolles & Olson LLP Firma Legal
Electo en 2001
Suplente: Sergio Deschamps Ebergenyi

Comisario Propietario
Ernesto González Dávila

Comisario Suplente
Ernesto Cruz Velásquez de León

Secretario
Alfredo Livas Cantú

Secretario Suplente
Carlos E. Aldrete Ancira

Comités:

- 1) Accionista
- 2) Independiente
- 3) Relacionado

- a) Evaluación y Compensación
- b) Auditoría
- c) Finanzas y Planeación

*Nuestro Equipo Directivo cuenta con la experiencia,
pasión y convicción para impulsar y alcanzar los retos
y cambios de nuestra industria.*

Liderazgo Excepcional

EQUIPO DIRECTIVO

JOSE ANTONIO FERNANDEZ CARBAJAL

*Presidente del Consejo de Administración y
Director General Ejecutivo de FEMSA.*

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

CARLOS SALAZAR LOMELIN

Director General de Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín ha desarrollado toda su trayectoria laboral en FEMSA desde 1973, donde ha ocupado diferentes puestos que incluyen: Director General Grafo Regia y Director General de FEMSA Cerveza. Fue designado Director General de Coca-Cola FEMSA en el 2000. Carlos Salazar fungió como Presidente de la Comisión Siglo XXI para la ciudad de Monterrey. Es egresado de la carrera de Economía del Tecnológico de Monterrey y cuenta con estudios de postgrado en Administración y Desarrollo Económico en Italia.

JORGE LUIS RAMOS SANTOS

Director General de FEMSA Cerveza

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

EDUARDO PADILLA SILVA

Director General FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva se incorporó a FEMSA en 1997 como Director de Planeación y Control. En enero de 2000 fue nombrado Director de la División de Negocios Estratégicos. Antes de incorporarse a FEMSA, laboró durante 20 años en ALFA, donde de 1987 a 1997 ocupó la Dirección General de Terza, S.A. de C.V. Eduardo Padilla es egresado de la carrera de Ingeniería Mecánico Administrador del Tecnológico de Monterrey en 1976. Además, obtuvo la Maestría en Administración en la Universidad de Cornell.

FEDERICO REYES GARCIA

Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA

Federico Reyes García asumió su actual cargo en enero de 2006 luego de fungir como Director de Finanzas y Desarrollo Corporativo de FEMSA, desde 1999. Ingresó a FEMSA en 1992 como Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA, posición que ocupó hasta 1993. Posteriormente colaboró como asesor externo también en FEMSA. Entre 1993 y 1999, ocupó diversos cargos como la Dirección General de Seguros Monterrey Aetna S.A. y Valores Monterrey Aetna; así como la Dirección General Adjunta del Grupo Financiero Bancomer Sector Seguros y Pensiones. Se reintegró a FEMSA en 1999. Es egresado de la carrera de Contador Público en el Tecnológico de Monterrey en 1967.

JAVIER ASTABURUAGA SANJINES

Director de Finanzas y Planeación Estratégica de FEMSA

Javier Astaburuaga Sanjines asumió su actual cargo en enero de 2006, anteriormente se desempeñó como Co-Director General de FEMSA Cerveza desde 2003. Ingresó a FEMSA en 1982 como analista de información financiera y posteriormente en las áreas de desarrollo corporativo, administración y finanzas. Entre 1993 y 2001, ocupó diversas posiciones directivas en FEMSA Cerveza. Es egresado de la carrera de Contador Público en el Tecnológico de Monterrey.

ALFONSO GARZA GARZA

Director de Recursos Humanos de FEMSA

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

RICARDO GONZALEZ SADA

Director de Asuntos Corporativos de FEMSA

Ricardo González Sada asumió su actual puesto en marzo de 2005. Ingresó por primera vez a FEMSA en 1977 para laborar en el área de recursos humanos para posteriormente continuar sus estudios de maestría. Entre 1980 y 2000 se incorpora a Vitro donde colabora por 20 años, los tres últimos como Presidente del Consejo y Director General de Vidrio Plano. Regresó a FEMSA en 2000 como Director de Planeación y Recursos Humanos. El Ing. González Sada es egresado de la carrera de Ingeniero Industrial y de Sistemas del Tecnológico de Monterrey. Cuenta con una Maestría en Administración en el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE)/Universidad de Navarra, España.

JOSE GONZALEZ ORNELAS

Director de Administración y Control Operativo de FEMSA

José González Ornelas asumió su actual cargo en 2002. Ingresó a FEMSA en 1979, ocupando diversas posiciones incluyendo la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza, la Dirección de Planeación y Desarrollo Corporativo de FEMSA y la Dirección General de FEMSA Logística. Es integrante del Consejo de Vigilancia del Tecnológico de Monterrey. Es egresado de la carrera de Contador Público en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Cuenta con estudios en Administración en el IPADE. También está certificado como Contador Público y Auditor.

Expansión y Crecimiento

PRESENCIA EN AMERICA



CONTENIDO

Resumen Financiero	40
Análisis y Discusión de Resultados	42
Dictamen de los Auditores Independientes	48
Estados Consolidados de Situación Financiera	49
Estados Consolidados de Resultados	50
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera	51
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	52
Notas a los Estados Financieros Consolidados	54
Directorio de Oficinas	86

RESUMEN FINANCIERO

<i>Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2005.</i>		2005
Estado de Resultados		
Ventas netas	Ps.	105,045
Ingresos totales		105,582
Costo de ventas		56,195
Utilidad bruta		49,387
Gastos de operación		33,800
Utilidad de operación		15,587
Resultado integral de financiamiento		2,408
Otros gastos (productos), neto		483
Impuestos		4,584
Utilidad neta antes de cambio en política contable		8,112
Cambio en política contable		46
Utilidad neta consolidada del ejercicio		8,158
Utilidad neta mayoritaria		5,549
Utilidad neta minoritaria		2,609
Razones a ingresos totales (%)		
Margen bruto (utilidad bruta/ventas)		46.8%
Margen de operación		14.8%
Utilidad neta		7.7%
Otra información		
Depreciación		4,148
Cargos virtuales		2,786
Flujo de operación		22,521
Inversiones en activo fijo ⁽¹⁾		6,663
Balance		
Activos		
Activo Circulante		22,740
Propiedades, Planta y Equipo		44,730
Inversión en acciones		758
Activos Intangibles y Crédito Mercantil		55,851
Otros Activos		1,919
Total Activo		125,998
Pasivos		
Deuda a corto plazo		663
Pasivo circulante		14,956
Deuda a largo plazo		33,952
Obligaciones laborales		2,447
Impuesto sobre la renta diferido		3,275
Otros pasivos		3,513
Total Pasivo		58,806
Capital contable		
Interés mayoritario		47,851
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas		19,341
Razones financieras (%)		
Liquidez		1.46
Apalancamiento		0.88
Capitalización		0.34
Información por acción		
Valor en libros ⁽²⁾⁽⁴⁾		8.024
Utilidad neta ⁽³⁾⁽⁴⁾		0.930
Dividendos pagados ⁽⁵⁾		
Acciones serie "B"		0.111
Acciones serie "D"		0.139
Número de empleados		90,731
Número de acciones ⁽⁴⁾⁽⁶⁾		5,963.71

(1) Incluye inversiones en Activo Fijo y Cargos Diferidos.

(2) Interés mayoritario dividido entre el número total de acciones en circulación al cierre de cada año.

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

(4) Antes de 1998, la información no es comparable como consecuencia de la reestructuración VISA-FEMSA en 1998.

(5) Información en pesos nominales de cada año.

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

	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
Ps. 96,201	Ps. 82,041	Ps. 59,758	Ps. 56,039	Ps. 54,450	Ps. 49,362	Ps. 46,941	Ps. 40,646	Ps. 36,404	
96,833	82,496	59,996	56,188	54,526	49,435	47,082	40,939	36,500	
51,222	42,700	29,874	27,908	27,097	25,247	25,646	22,381	21,589	
45,611	39,796	30,122	28,280	27,429	24,188	21,436	18,558	14,911	
31,375	26,723	19,580	18,790	18,857	16,499	14,776	12,694	11,385	
14,236	13,073	10,542	9,490	8,572	7,689	6,660	5,864	3,526	
1,332	3,623	336	287	1,715	45	1,981	438	(1,307)	
813	598	908	263	(330)	49	441	239	(286)	
2,533	3,785	4,090	3,319	2,843	2,450	1,309	1,127	708	
9,558	5,067	5,208	5,621	4,344	5,145	2,929	4,060	4,411	
—	—	—	(33)	—	—	—	—	—	
9,558	5,067	5,208	5,588	4,344	5,145	2,929	4,060	4,411	
6,027	3,408	3,203	3,814	3,115	3,898	1,983	1,745	2,146	
3,531	1,659	2,005	1,774	1,229	1,247	946	2,315	2,265	
47.1%	48.2%	50.2%	50.3%	50.3%	48.9%	45.5%	45.3%	40.9%	
14.7%	15.8%	17.6%	16.9%	15.7%	15.6%	14.1%	14.3%	9.7%	
9.9%	6.1%	8.7%	9.9%	8.0%	10.4%	6.2%	9.9%	12.1%	
3,845	3,435	2,612	2,581	2,771	2,541	2,195	2,186	2,100	
2,753	2,441	2,251	1,753	1,694	1,610	1,231	1,048	887	
20,834	18,949	15,405	13,824	13,037	11,840	10,086	9,098	6,513	
7,147	7,389	6,283	5,865	6,420	4,929	6,135	5,219	4,870	
21,263	22,049	26,584	17,602	14,209	12,485	11,614	11,061	10,492	
46,292	46,363	33,856	32,078	31,617	32,910	33,860	32,324	32,082	
793	1,078	628	438	516	1,443	1,436	1,593	1,199	
54,420	43,555	6,014	5,406	5,587	5,901	5,818	5,230	3,529	
2,307	2,647	1,037	788	537	282	150	184	281	
125,075	115,692	68,119	56,312	52,466	53,021	52,878	50,392	47,583	
6,186	2,715	3,534	1,354	1,641	1,104	3,633	4,494	1,004	
14,542	13,040	8,861	7,602	7,101	6,537	5,556	5,163	4,622	
41,167	39,209	12,069	8,464	9,097	11,089	11,709	14,446	17,182	
2,014	2,009	1,214	895	827	639	1,187	1,206	1,342	
4,300	5,395	4,539	4,369	4,722	—	—	—	—	
2,988	2,951	614	606	344	368	87	104	68	
71,197	65,319	30,831	23,290	23,732	19,737	22,172	25,413	24,218	
53,878	50,373	37,288	33,022	28,734	33,284	30,706	24,979	23,365	
36,660	31,187	26,118	22,988	18,981	23,714	21,347	8,283	7,422	
17,218	19,186	11,170	10,034	9,753	9,570	9,359	16,696	15,943	
1.03	1.40	2.14	1.97	1.63	1.63	1.26	1.15	1.86	
1.32	1.30	0.83	0.71	0.83	0.59	0.72	1.02	1.04	
0.47	0.45	0.30	0.23	0.27	0.27	0.33	0.43	0.44	
6.920	5.887	4.930	4.340	3.576	4.440	3.997	—	—	
1.138	0.643	0.605	0.720	0.587	0.730	0.371	—	—	
0.090	0.067	0.112	0.073	0.084	0.060	0.048	—	—	
0.112	0.084	0.140	0.092	0.105	0.075	0.060	—	—	
88,214	86,136	41,686	41,500	43,201	41,787	39,754	37,185	35,937	
5,297.31	5,297.31	5,297.31	5,297.31	5,307.59	5,341.34	5,341.34	—	—	

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados financieros auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre del 2005, comparados con el mismo período del año anterior

A continuación se presenta cierta información financiera auditada de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias (“FEMSA” o la “Compañía”) (BMV: FEMSA UBD; NYSE: FMX). FEMSA es una empresa tenedora, cuyas principales actividades están agrupadas bajo las siguientes compañías subtenedoras (“Compañías Subtenedoras”): Coca-Cola FEMSA, S.A. 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 FEMSA Comercio, S.A. de C.V. (“FEMSA Comercio”), la cual opera tiendas de conveniencia.

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y están expresadas en pesos mexicanos constantes (“Ps.”) con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2005; por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

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

FEMSA CONSOLIDADO

<i>Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre del 2005</i>		<i>Ingresos</i>	<i>Crecimiento</i>	<i>Utilidad de</i>	<i>Crecimiento</i>
FEMSA Y SUS SUBSIDIARIAS		<i>Totales</i>	<i>vs. 2004</i>	<i>Operación</i>	<i>vs. 2004</i>
FEMSA Consolidado	Ps.	105,582	9.0%	Ps. 15,587	9.5%
Coca-Cola FEMSA		50,198	5.0%	8,683	8.7%
FEMSA Cerveza		27,573	6.9%	5,353	9.2%
FEMSA Comercio		28,734	21.8%	1,259	33.8%

INGRESOS TOTALES

Los ingresos totales consolidados aumentaron 9.0% ascendiendo a Ps. 105,582 millones en el 2005 en comparación con Ps. 96,833 millones en el 2004. Todas las operaciones de FEMSA—refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia—contribuyeron positivamente para este crecimiento de doble dígito. FEMSA Comercio fue el mayor contribuidor del crecimiento en los ingresos totales consolidados, representando aproximadamente 60% del incremento. Los ingresos totales de FEMSA Comercio se incrementaron 21.8% a Ps. 28,734 millones, debido en gran medida a la apertura de 675 nuevas tiendas netas durante el año. El resto del crecimiento proviene de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA se incrementaron 5.0% a Ps. 50,198 millones, resultado principalmente por el aumento de precios y el crecimiento de volumen en México, Brasil y Colombia. FEMSA Cerveza registró un crecimiento en los ingresos totales de 6.9% alcanzando Ps. 27,573 millones, resultado principalmente de un incremento de 5.2% en el volumen de ventas total y un aumento de 2.3% en el precio real por hectolitro.

UTILIDAD BRUTA

El costo de ventas consolidado registró un aumento de 9.7% ascendiendo a Ps. 56,195 millones en el 2005 comparado con Ps. 51,222 millones en el 2004. Aproximadamente 76% de este incremento provino de FEMSA Comercio gracias a su rápido ritmo de apertura de tiendas.

La utilidad bruta consolidada aumentó 8.3% a Ps. 49,387 millones en el 2005 en comparación con Ps. 45,611 millones en el 2004, incremento impulsado por aproximadamente una tercera parte de cada una de nuestras unidades de negocio, Coca-Cola FEMSA, FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio. El margen bruto disminuyó 0.3 puntos porcentuales que representa el 46.8% de los ingresos totales consolidados en el 2005, comparado al 47.1% de ingresos totales consolidados en el 2004. A pesar de expandir o mantener estable el margen bruto en nuestras principales unidades de negocio, la ligera caída en el margen bruto consolidado se debió a que los niveles registrados en el 2005 resultaron de una mayor contribución de FEMSA Comercio en nuestros resultados financieros consolidados, que tiene un margen bruto inferior en relación con otras operaciones.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

UTILIDAD DE OPERACIÓN

Los gastos de operación consolidados aumentaron 7.7% ascendiendo a Ps. 33,800 millones en el 2005 comparados con los Ps. 31,375 millones registrados en el 2004, aproximadamente 77% de este incremento se debió al rápido ritmo de crecimiento de FEMSA Comercio y a FEMSA Cerveza quien incrementó el costo de ventas por motivo del nuevo acuerdo con Heineken USA para la exportación de nuestras cervezas y también al incremento en gastos de publicidad por los nuevos productos y presentaciones para el mercado nacional. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados disminuyeron 0.4 puntos porcentuales alcanzando 32.0% en el 2005 en comparación de 32.4% en el 2004.

Los gastos administrativos consolidados aumentaron 3.1% a Ps. 7,085 millones en el 2005 comparado con Ps. 6,873 millones en el 2004. El bajo nivel de gastos administrativos relativo al crecimiento de los ingresos totales resultó de una reducción de 0.2% en los gastos de Coca-Cola FEMSA y de una disminución en los gastos como un porcentaje de los ingresos totales de FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos administrativos consolidados disminuyeron 0.4 puntos porcentuales alcanzando 6.7% en el 2005 comparado con 7.1% en el 2004.

El gasto de ventas consolidado se incrementó 9.0% ascendiendo a Ps. 26,715 millones en el 2005 comparado con Ps. 24,502 millones en el 2004. Aproximadamente 46% de este aumento se debió al rápido ritmo de crecimiento de FEMSA Comercio y 32% al incremento de gastos de FEMSA Cerveza relacionados al nuevo acuerdo con Heineken USA para la exportación de nuestras cervezas y al incremento en gastos de publicidad para los nuevos productos y presentaciones en el mercado nacional. Como porcentaje de los ingresos totales, el costo de ventas permaneció estable en 25.3% en el 2005.

La utilidad de operación consolidada aumentó 9.5% a Ps. 15,587 millones en el 2005 en comparación con Ps. 14,236 millones en el 2004. Casi la mitad de este aumento se debió a de Coca-Cola FEMSA y su sólido crecimiento combinado con reducción de gastos. El resto de este crecimiento se atribuye a FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio, representando 33% y 24%, respectivamente. El margen de operación consolidado se incrementó 0.1 puntos porcentuales con respecto de los niveles del 2004, para alcanzar 14.8% de los ingresos totales consolidados en el 2005. La estabilidad del margen de operación se debió principalmente a mejoras en el margen de operación de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza, lo cual compensó completamente el incremento de la contribución de FEMSA Comercio, actualmente nuestro negocio de mayor crecimiento y con un menor margen de operación comparado al resto de nuestras unidades de negocios.

COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO

El gasto financiero neto fue de Ps. 3,882 millones en el 2005 comparado con Ps. 3,322 millones en el 2004. Este incremento se debió a mayores gastos financieros relacionados con la conversión de deuda denominada en dólares a pesos, a pesar de que la deuda total disminuyó.

La ganancia por fluctuación cambiaria fue de Ps. 357 millones en el 2005 comparada con una pérdida de Ps. 14 millones en el 2004. Este efecto positivo se debió a la fortaleza del peso mexicano sobre el dólar americano, reflejado en nuestra deuda denominada en dólares durante el 2005.

La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 1,117 millones en el 2005 comparado con una ganancia de Ps. 2,004 millones en el 2004. Esta disminución refleja una menor inflación, así como un nivel más bajo de pasivos durante el 2005.

IMPUESTOS

Los impuestos reconocidos durante el 2005, los cuales incluyen el impuesto sobre la renta, el impuesto sobre activos y la participación de los trabajadores sobre las utilidades (P.T.U.) fue de Ps. 4,584 millones comparados con Ps. 2,533 millones en el 2004. Este incremento de 81.0% con respecto al 2004 se debió principalmente a un beneficio fiscal extraordinario que reconoció Coca-Cola FEMSA durante ese año. Como consecuencia, la tasa efectiva de impuestos en el 2005 fue de 36% comparada con una tasa de 21% en el 2004.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

UTILIDAD NETA

La utilidad neta disminuyó 14.6% para llegar a Ps. 8,158 millones en el 2005 en comparación con Ps. 9,558 millones en el 2004. Esta disminución fue debido a (i) mayores impuestos en el 2004 relacionados con un beneficio fiscal no-recurrente recibido por Coca-Cola FEMSA, (ii) mayor gasto financiero ya que continuamos convirtiendo a pesos una parte importante de nuestra deuda denominada en dólares y esta deuda en pesos tiene una tasa mayor a la de dólares, y (iii) menor ganancia por posición monetaria resultado de una menor inflación así como de un menor nivel de endeudamiento registrado en el 2005.

La utilidad neta mayoritaria consolidada alcanzó Ps. 5,549 millones en el 2005 en comparación con Ps. 6,027 millones en el 2004, una disminución de 7.9% en relación con los niveles registrados en el 2004. La utilidad neta mayoritaria por Unidad¹ FEMSA fue de Ps. 4.652 para todo el año 2005. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, considerando un tipo de cambio de Ps. 10.711 por dólar, fue de US\$4.34 en el 2005.

INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO

La inversión en activo fijo alcanzó Ps. 6,663 millones en el 2005, una disminución de 6.8% en relación con los registrados en el 2004, debido a menores niveles de inversión en FEMSA Cerveza y en FEMSA Comercio. Lo anterior refleja que en FEMSA Cerveza la estrategia de mejora continua de procesos a través de disminución de cuellos de botella sigue funcionando sin necesidad de mayores inversiones. El nivel de inversión de FEMSA Comercio disminuyó en el 2005 debido a inversiones realizadas durante el 2004 en nuestra infraestructura directa de distribución, incluyendo los centros de distribución en Chihuahua y Mérida; y en los sistemas denominadas ERP, los cuales ya no son capitalizables y pasaran directamente como gasto en el estado de resultados.

DEUDA NETA CONSOLIDADA

Al 31 de diciembre del 2005, FEMSA registró un saldo de efectivo de Ps. 8,140 millones (US\$760 millones), la deuda a corto plazo fue de Ps. 663 millones (US\$62 millones) y la deuda a largo plazo fue de Ps. 33,952 millones (US\$3,170 millones); sumando una deuda neta de Ps. 26,475 millones (US\$2,472 millones), una reducción de US\$1,026 millones respecto al año anterior.

RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO

COCA-COLA FEMSA

INGRESOS TOTALES

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA aumentaron 5.0% ascendiendo a Ps. 50,198 millones en el 2005 en comparación con Ps. 47,786 millones en el 2004. Las ventas netas se incrementaron 5.1% a Ps. 49,840 millones en el 2005 comparado a Ps. 47,442 millones en el 2004, representando 99.3% de los ingresos totales del 2005. Este crecimiento resultó principalmente de nuestros territorios en México, Brasil y Colombia, registrando aproximadamente 44%, 26% y 17% del incremento de los ingresos totales, respectivamente.

El volumen de ventas alcanzó 1,889 millones de cajas unidad en el 2005 en comparación con 1,812 millones de cajas unidad en el 2004, representando un aumento de 4.3%. La mayor parte de este aumento proviene del crecimiento de 3.6% en el volumen de refrescos en el 2005. La marca Coca-Cola representó más del 50% de este incremento.

El precio promedio por caja unidad (calculado mediante la división de ventas netas entre volumen total) se incrementó 0.8% a Ps. 26.38 en el 2005, comparado a Ps. 26.18 en el 2004. Esto fue debido principalmente a incrementos de precio en todos nuestros territorios con excepción de Centroamérica. El alto precio promedio por cada unidad resultó de los incrementos de precio implementados durante el año principalmente en Venezuela, Colombia y Argentina, combinado con un mejor empaque y mezcla de producto en México y Brasil.

UTILIDAD BRUTA

El costo de ventas aumentó 4.7% ascendiendo a Ps. 25,486 millones en el 2005 en comparación con Ps. 24,351 millones en el 2004. Como porcentaje de ventas, el costo de ventas disminuyó 0.2 puntos porcentuales alcanzando 50.8% de las ventas en el 2005, ligeramente por debajo de los niveles registrados en el 2004. El bajo costo del edulcorante en México y Colombia combinado con la apreciación de las monedas locales, en la mayoría de nuestros territorios, en donde se aplicaron costos con denominación en dólar, compensó el incremento en el precio del envase de plástico.

(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 2005 fue 1,192,742,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La utilidad bruta aumentó 5.4% a Ps. 24,712 millones en el 2005 comparado a Ps. 23,435 millones en el 2004, resultando en un margen bruto de 49.2%. Brasil y México contribuyeron con 90% de este crecimiento. El margen bruto mejoró 0.2 puntos porcentuales como un resultado al alto precio promedio por caja unidad en todos nuestros territorios, con excepción de Centroamérica, y relativamente el estable costo promedio por caja unidad en una base consolidada.

UTILIDAD DE OPERACIÓN

Los gastos de operación aumentaron 3.8% a Ps. 16,029 millones en el 2005 en comparación con Ps. 15,448 millones en el 2004. Como un porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación disminuyeron de 32.3% en el 2004 a 31.9% en el 2005 debido a la mayor absorción del costo fijo derivado del incremento en volumen y al mayor precio promedio por caja unidad. Los gastos administrativos disminuyeron 0.2% a Ps. 2,819 millones en el 2005 comparado a Ps. 2,824 millones en el 2004. Los gastos de venta se incrementaron 4.6% a Ps. 13,210 millones en el 2005 en comparación con Ps. 12,624 millones en el 2004. Ubicándose en 26.3% de los ingresos totales en el 2005, los gastos de venta disminuyeron 0.1 puntos porcentuales en relación con los niveles del 2004.

La utilidad de operación se incrementó 8.7% ascendiendo a Ps. 8,683 millones en el 2005 en comparación con Ps. 7,988 millones en el 2004. El crecimiento en México, Brasil y Colombia fue considerablemente superior a la disminución en la utilidad de operación en Centroamérica y Venezuela. El margen de operación mejoró 0.6 puntos porcentuales alcanzando 17.3% en el 2005, comparado a 16.7% en el 2004.

FEMSA CERVEZA

INGRESOS TOTALES

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 6.9% ascendiendo a Ps. 27,573 millones en el 2005 en comparación con Ps. 25,802 millones en el 2004. Las ventas netas se incrementaron 7.2% a Ps. 27,411 millones en el 2005 comparado a Ps. 25,575 millones en el 2004. Las ventas netas, que incluyen las ventas de cerveza y empaque, representaron 99.4% de los ingresos totales. Este crecimiento resultó principalmente del aumento de 5.2% en el volumen total de ventas de cerveza, del incremento de 2.3% en el precio real de exportación por hectolitro y de un aumento de 2.9% en las ventas de empaque.

El volumen de ventas nacional de cerveza aumentó 4.9% a 24.6 millones de hectolitros en el 2005 en comparación con 23.4 millones de hectolitros en el 2004. Este excelente crecimiento provino principalmente de la innovación de productos, la amplia disponibilidad de nuestras cervezas, la exitosa ejecución en el punto de venta y las iniciativas de administración de ingresos. Durante el año pusimos a disposición del consumidor una cantidad sin precedente de 200 lanzamientos de nuevos productos y presentaciones bajo el esquema de marca, presentación y región, en todo el país.

El volumen de ventas de exportación aumentó 8.8% a 2.4 millones de hectolitros en el 2005 en comparación con 2.2 millones de hectolitros en el 2004. Este resultado estuvo ligeramente por encima de nuestras expectativas gracias al excelente trabajo de Heineken USA que nos permitió sobrepasar el crecimiento de la categoría de cervezas importadas en Estados Unidos. Ya tenemos un año entero con Heineken USA como nuestro importador en E.U., y estamos seguros que para el 2006 seguirá siendo prioridad el enfoque hacia el continuo crecimiento en la disponibilidad de nuestras marcas y la mejora en nuestro desempeño en ese país.

UTILIDAD BRUTA

El costo de ventas aumentó 4.7% en el 2005 y como un porcentaje de los ingresos, disminuyó 0.9 puntos porcentuales en comparación al 2004. El costo de ventas alcanzó Ps. 11,122 millones en el 2005 comparado a Ps. 10,618 millones en el 2004.

La utilidad bruta alcanzó Ps. 16,451 millones en el 2005 comparado a Ps. 15,184 millones en el 2004, resultando en un margen bruto de 59.7% en comparación de 58.8% en el 2004. La expansión en el margen bruto se debió a un alto precio por hectolitro en exportaciones, dada la nueva estructura bajo el acuerdo con Heineken, la cual no existía en el 2004, la apreciación del peso mexicano sobre las materias primas denominadas en dólares y las eficiencias de operación.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

UTILIDAD DE OPERACIÓN

Los gastos de operación aumentaron 7.9% a Ps. 11,098 millones en el 2005 en comparación con Ps. 10,282 millones en el 2004. Los gastos administrativos se incrementaron 3.0% a Ps. 3,455 millones en el 2005 comparado a Ps. 3,355 millones en el 2004. Los gastos de administración ahora incluyen los servicios corporativos, los cuales ya no se reportarán como un renglón separado para ser consistentes con la información de nuestro reporte anual presentado ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. El gasto de ventas aumentó 10.3% a Ps. 7,643 millones en el 2005 en comparación con Ps. 6,927 millones en el 2004. La mayor parte de este incremento se debió a gastos adicionales en mercadotecnia por el nuevo acuerdo con Heineken USA para la exportación de nuestras cervezas y al incremento en gastos de publicidad por los nuevos productos y presentaciones para el mercado nacional.

La utilidad de operación se incrementó 9.2% ascendiendo a Ps. 5,353 millones en el 2005 en comparación con Ps. 4,902 millones en el 2004. Esto refleja un incremento en los ingresos totales y una reducción en el costo de ventas relativo a los ingresos, lo cual fue superior al aumento en los gastos de operación.

EVENTOS RECIENTES—FEMSA CERVEZA

Adquisición de Kaiser

El 16 de enero del 2006, FEMSA anunció la adquisición del 68% de Kaiser por US\$68 millones. Como se mencionó en el comunicado de la transacción, la administración de Kaiser está a cargo de un Consejo de Administración, compuesto por siete miembros de los cuales cinco fueron elegidos por FEMSA, uno por Molson Coors y otro por Heineken.

Incremento de Precios en México

En enero del 2006, aumentamos nuestros precios de cerveza en el mercado nacional en un promedio de 3.5% en términos nominales. Este incremento varió por marca, empaque y canal de distribución y fue posible dado el buen desempeño que muestra la demanda por nuestras cervezas en el mercado. Para principios de febrero, el incremento se reflejó en todo nuestro volumen nacional.

FEMSA COMERCIO

INGRESOS TOTALES

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 21.8% ascendiendo a Ps. 28,734 millones en el 2005 en comparación con Ps. 23,599 millones en el 2004. El incremento en los ingresos totales resultó principalmente por la agresiva expansión de la cadena de tiendas de conveniencia OXXO, lo que sumó 675 nuevas tiendas netas OXXO durante el 2005. Al 31 de diciembre del 2005, contamos con 4,141 tiendas OXXO en todo el país. Este es el décimo año consecutivo que OXXO incrementa el número de aperturas de tiendas con respecto al año anterior.

Las ventas-mismas-tiendas de OXXO se incrementaron en un promedio de 8.7% en el 2005, reflejando un incremento en el “ticket” promedio de 1.3% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 7.2%. Este incremento refleja el rápido ritmo de expansión, así como la excelente actividad promocional y el mejor manejo de categorías que permite a OXXO optimizar la mezcla de productos dentro de la tienda.

UTILIDAD BRUTA

El costo de ventas aumentó 21.8% a Ps. 21,111 millones en el 2005, en línea con el crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 17,334 millones en el 2004. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 7,623 millones en el 2005, representando un incremento de 21.7% en relación con el 2004. El margen bruto registró 26.5% permaneciendo en línea con los niveles registrados en el 2004.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

UTILIDAD DE OPERACIÓN

Los gastos de operación aumentaron 19.5% a Ps. 6,364 millones en el 2005 en comparación con Ps. 5,324 millones en el 2004. Los gastos administrativos se incrementaron 4.8% a Ps. 585 millones en el 2005 en comparación con Ps. 558 millones en el 2004. Los gastos de administración ahora incluyen los servicios corporativos, los cuales ya no se reportarán como un renglón separado para ser consistentes con la información de nuestro reporte anual presentado ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. El gasto de ventas aumentó 21.3% a Ps. 5,779 millones en el 2005 en comparación con Ps. 4,766 millones en el 2004. El gasto de ventas registró 20.1% de los ingresos totales, permaneciendo en línea con los niveles del 2004.

La utilidad de operación se incrementó 33.8% ascendiendo a Ps. 1,259 millones en el 2005 en comparación con Ps. 941 millones en el 2004. Este incremento estuvo por encima del crecimiento en ingresos y contribuyó a un aumento de 0.4 puntos porcentuales en el margen de operación, el cual alcanzó 4.4% en el 2005 comparado a 4.0% en el 2004.

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Al Consejo de Administración y Accionistas de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. :

Hemos examinado los estados consolidados de situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2005 y 2004, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable, y de cambios en la situación financiera que les son relativos, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2005. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías. No examinamos los estados financieros de: 1) FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias, FEMSA Empaques, S.A. de C.V. y subsidiarias, Quimiproduitos S.A. de C.V. y Servicios Aéreos Regiomontanos, S.A. de C.V. por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2005; 2) las subsidiarias que se escindieron de FEMSA Empaques, S.A. de C.V., como se menciona en la Nota 1, por los años terminados el 31 de diciembre de 2004 y 2003; y 3) FEMSA Logística, S.A. de C.V. y subsidiarias, Centro de Servicios Diesel, S.A. de C.V., Operadora Logística CCM, S.A. de C.V., Servicios Logísticos CCM, S.A. de C.V. y Centro de Servicios Compartidos, S.A. de C.V. por el año terminado el 31 de diciembre de 2005. Las subsidiarias no auditadas representaban aproximadamente el 10% y 14% de los activos totales consolidados en 2005 y 2004, respectivamente, y el 28%, 27% y 26% de los ingresos totales consolidados por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2005, respectivamente. Dichos estados financieros fueron examinados por otros auditores, cuyos informes nos han sido proporcionados, y nuestra opinión aquí expresada con respecto a las cantidades incluidas para tales subsidiarias, está basada únicamente en la opinión de dichos auditores.

Nuestros exámenes fueron realizados de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México. 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 los principios de contabilidad utilizados, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes y los reportes de los otros auditores proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

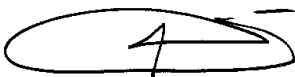
En nuestra opinión, basados en nuestros exámenes y los reportes de los otros auditores, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2005 y 2004, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en las cuentas del capital contable y los cambios en la situación financiera, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2005, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.

La Compañía adoptó a partir del 1º de enero del 2005 los lineamientos de algunos boletines contables nuevos o recientemente revisados, cuyos efectos se resumen a continuación:

- Como se menciona en la Nota 7 Q), el efecto inicial acumulado por la adopción del Boletín C-10 "Instrumentos Financieros Derivados y Operaciones de Cobertura" resultó en el reconocimiento de un activo por instrumentos financieros derivados de Ps. 80 millones, neto de impuestos; de los cuales Ps. 46 millones fueron registrados en el estado de resultados como cambio en principio contable y Ps. 34 millones en otras partidas de la utilidad integral, en el capital contable.
- Como se menciona en la Notas 7 I), la Compañía dejó de amortizar el crédito mercantil a partir del 1 de enero de 2005, y lleva a cabo anualmente pruebas de deterioro de acuerdo con el Boletín B-7 "Adquisiciones de negocios". La amortización del crédito mercantil ascendió en 2004 y 2003 a Ps. 14 millones y Ps. 15 millones, respectivamente.
- Como se menciona en la Nota 7 L), el Boletín D-3 Revisado "Obligaciones Laborales" requiere el reconocimiento de un pasivo laboral por las indemnizaciones, distintas a reestructuraciones. El pasivo reconocido por la Compañía para la adopción de éste Boletín fue de Ps. 394 millones y el gasto adicional reconocido en el estado de resultados fue de Ps. 12 millones.

Como se menciona en la Nota 4, Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. adquirió Panamerican Beverages, Inc. el 6 de mayo de 2003, incorporando los resultados de las operaciones desde la fecha de la adquisición, por lo que los estados de resultados y de cambios en la situación financiera por los años terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003 no son comparables.

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



C. P. C. Gabriel González Martínez
Monterrey, N.L., México
15 de febrero de 2006

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

Al 31 de diciembre de 2005 y 2004. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2005.

	2005		2004	
ACTIVO				
Activo Circulante:				
Efectivo y valores de realización inmediata	\$ 766	Ps. 8,140	Ps.	7,111
Cuentas por cobrar	490	5,202		4,712
Inventarios	724	7,696		7,777
Impuestos por recuperar	80	849		1,084
Otros activos circulantes	80	853		579
Total activo circulante	2,140	22,740		21,263
Inversión en acciones	71	758		793
Propiedad, planta y equipo	4,209	44,730		46,292
Activos intangibles	4,605	48,937		48,456
Impuesto sobre la renta diferido por recuperar	116	1,230		1,503
Otros activos	715	7,603		6,768
TOTAL ACTIVO	\$ 11,856	Ps. 125,998	Ps.	125,075
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE				
Pasivo Circulante:				
Préstamos bancarios	\$ 62	Ps. 663	Ps.	6,186
Intereses por pagar	38	401		407
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	397	4,220		3,665
Proveedores	845	8,983		8,180
Obligaciones fiscales por pagar	189	2,009		2,724
Cuentas por pagar, gastos acumulados y otros pasivos	336	3,563		3,231
Total pasivo circulante	1,867	19,839		24,393
Pasivo a Largo Plazo:				
Préstamos bancarios y documentos por pagar	2,798	29,732		37,502
Impuesto sobre la renta diferido por pagar	308	3,275		4,300
Obligaciones laborales	230	2,447		2,014
Otros pasivos	330	3,513		2,988
Total pasivo a largo plazo	3,666	38,967		46,804
Total pasivo	5,533	58,806		71,197
Capital Contable:				
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	1,820	19,341		17,218
Interés mayoritario:				
Capital social	466	4,953		4,612
Prima en suscripción de acciones	1,939	20,606		13,110
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	2,351	24,983		19,633
Utilidad neta	522	5,549		6,027
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(775)	(8,240)		(6,722)
Total interés mayoritario	4,503	47,851		36,660
Total capital contable	6,323	67,192		53,878
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 11,856	Ps. 125,998	Ps.	125,075

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de situación financiera. Monterrey, N.L., México a 15 de febrero de 2006.



José Antonio Fernández Carbajal
Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2005, excepto información por acción.

	2005		2004		2003	
Ventas netas	\$ 9,884	Ps. 105,045	Ps. 96,201		Ps. 82,041	
Otros ingresos de operación	51	537	632		455	
Ingresos totales	9,935	105,582	96,833		82,496	
Costo de ventas	5,288	56,195	51,222		42,700	
Utilidad bruta	4,647	49,387	45,611		39,796	
Gastos de operación:						
De administración	667	7,085	6,873		5,905	
De ventas	2,513	26,715	24,502		20,818	
	3,180	33,800	31,375		26,723	
Utilidad de operación	1,467	15,587	14,236		13,073	
Resultado integral de financiamiento:						
Gasto financiero	(425)	(4,520)	(3,894)		(2,679)	
Producto financiero	60	638	572		770	
Fluctuación cambiaria	34	357	(14)		(2,752)	
Ganancia por posición monetaria	104	1,117	2,004		1,038	
	(227)	(2,408)	(1,332)		(3,623)	
Otros gastos, neto	(45)	(483)	(813)		(598)	
Utilidad antes de impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	1,195	12,696	12,091		8,852	
Impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	431	4,584	2,533		3,785	
Utilidad neta antes del cambio en principio contable	764	8,112	9,558		5,067	
Cambio en principio contable, neto de impuestos	4	46	—		—	
Utilidad neta consolidada	\$ 768	Ps. 8,158	Ps. 9,558		Ps. 5,067	
Utilidad neta mayoritaria	522	5,549	6,027		3,408	
Utilidad neta minoritaria	246	2,609	3,531		1,659	
Utilidad neta consolidada	\$ 768	Ps. 8,158	Ps. 9,558		Ps. 5,067	
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos constantes):						
Por acción Serie "B":						
Antes del cambio en principio contable	\$ 0.08	Ps. 0.86	Ps. 1.01		Ps. 0.57	
Efecto acumulado por cambio en principio contable	—	0.01	—		—	
Utilidad neta mayoritaria	0.08	0.87	1.01		0.57	
Por acción Serie "D":						
Antes del cambio en principio contable	\$ 0.10	Ps. 1.08	Ps. 1.27		Ps. 0.72	
Efecto acumulado por cambio en principio contable	—	0.01	—		—	
Utilidad neta mayoritaria	0.10	1.09	1.27		0.72	

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2005.

	2005		2004	2003
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:				
Utilidad neta consolidada	\$ 768	Ps. 8,158	Ps. 9,558	Ps. 5,067
Depreciación	390	4,147	3,882	3,435
Amortización y otros	240	2,555	2,566	2,183
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	5	55	503	859
Impuestos diferidos	(27)	(288)	(1,006)	497
	1,376	14,627	15,503	12,041
Capital de trabajo:				
Cuentas por cobrar	(36)	(378)	(110)	419
Inventarios	(32)	(344)	(1,270)	(1,002)
Impuestos por recuperar, neto	(45)	(481)	1,005	(670)
Pagos anticipados	(7)	(76)	95	136
Proveedores y otros pasivos	70	739	908	(1,141)
Intereses por pagar	(1)	(6)	(34)	122
Obligaciones laborales	(33)	(353)	(260)	(118)
Recursos netos generados por actividades de operación	1,292	13,728	15,837	9,787
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:				
Inversión en acciones	2	20	175	—
Propiedad, planta y equipo	(343)	(3,641)	(3,507)	(4,393)
Activos intangibles	(37)	(395)	(539)	(550)
Otros activos	(232)	(2,469)	(3,101)	(2,513)
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza	—	—	(15,242)	—
Adquisición de Panamco	—	—	—	(32,228)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(610)	(6,485)	(22,214)	(39,684)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:				
Préstamos bancarios pagados	(1,271)	(13,504)	(18,045)	(15,734)
Préstamos bancarios adquiridos	180	1,909	25,100	32,930
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(121)	(1,280)	(1,943)	(1,166)
Incremento de capital por oferta pública	737	7,837	—	—
Dividendos decretados y pagados	(96)	(1,022)	(871)	(1,164)
Resultado acumulado por conversión	(12)	(127)	(189)	(503)
Contribución de capital del minoritario	—	—	609	7,654
Otros pasivos	(2)	(27)	301	(48)
Recursos netos generados (utilizados) en actividades de financiamiento	(585)	(6,214)	4,962	21,969
Efectivo y valores de realización inmediata:				
Incremento (decremento), neto	97	1,029	(1,415)	(7,928)
Saldo inicial	669	7,111	8,526	16,454
Saldo Final	\$ 766	Ps. 8,140	Ps. 7,111	Ps. 8,526

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE VARIACIONES EN
LAS CUENTAS DE CAPITAL CONTABLE

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003.
Cifras expresadas en millones de pesos constantes (Ps.)
al 31 de diciembre de 2005.

	<i>Capital Social</i>	<i>Prima en Suscripción de Acciones</i>
Saldos al 31 de diciembre de 2002	Ps. 4,612	Ps. 11,247
Traspaso de la utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Aportación de capital de The Coca-Cola Company		1,863
Utilidad neta integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2003	4,612	13,110
Traspaso de la utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Aportación de capital del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		
Utilidad neta integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2004	4,612	13,110
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Incremento del capital por oferta pública	341	7,496
Utilidad neta integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2005	Ps. 4,953	Ps. 20,606

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan, son parte integral del presente estado de variaciones en las cuentas de capital contable consolidado.

<i>Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores</i>	<i>Utilidad Neta</i>	<i>Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral</i>	<i>Interés Mayoritario</i>	<i>Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas</i>	<i>Total Capital Contable</i>
Ps. 14,034	Ps. 3,203	Ps. (6,978)	Ps. 26,118	Ps. 11,170	Ps. 37,288
3,203 (441)	(3,203)		— (441)	(723)	— (1,164)
	3,408	239	1,863 3,647	5,791 2,948	7,654 6,595
16,796	3,408	(6,739)	31,187	19,186	50,373
3,408 (571)	(3,408)		— (571)	(300)	— (871)
	6,027	17	— 6,044	609 (6,135)	609 (6,135)
19,633	6,027	(6,722)	36,660	3,858 17,218	9,902 53,878
6,027 (677)	(6,027)		— (677)	(345)	— (1,022)
	5,549	(1,518)	7,837 4,031	2,468	7,837 6,499
Ps. 24,983	Ps. 5,549	Ps. (8,240)	Ps. 47,851	Ps. 19,341	Ps. 67,192

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003.

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

NOTA 1. ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA.

Fomento Económico Mexicano, S.A. 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. de C.V. y Subsidiarias ("Coca-Cola FEMSA")	45.7% (53.6% de acciones 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 39.6% 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, S.A. de C.V. ("BMV") y en The New York Stock Exchange, Inc. ("NYSE").
FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Cerveza")	100%	Producción, distribución y comercialización de cerveza a través de su principal subsidiaria, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., la cual opera seis plantas en México que producen y distribuyen 16 diferentes marcas de cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Sol, Carta Blanca, Superior e Indio.
FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Comercio")	100%	Operación de una cadena de tiendas de conveniencia bajo el nombre de "OXXO".
Otras compañías	100%	Producción y distribución de materiales de empaque principalmente para la industria de bebidas, incluyendo productos tales como: etiquetas, cajas de plástico, enfriadores y equipo de refrigeración comercial; así como servicios de transporte, logística y mantenimiento a compañías subsidiarias y terceros.

El 20 de diciembre de 2004, FEMSA Empaques escindió las operaciones de lata bebidas, hermetapa y botella de vidrio, y posteriormente fueron fusionadas con FEMSA Cerveza. La información de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2003, se presenta reclasificada con el objeto de hacer comparable su presentación con la información de 2005 y 2004.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 2. OFERTA PÚBLICA DE CAPITAL.

El 25 de mayo de 2005, FEMSA realizó un oferta pública de capital, obteniendo ingresos netos por Ps. 7,837, con el fin de refinanciar el crédito puente contratado para la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza (ver Nota 3), así como para el pago de otras deudas.

Como resultado de la oferta pública el capital social se incrementó en Ps. 341, equivalente a 666,400,000 acciones, representando 80,500,000 unidades BD y 52,780,000 unidades B; se generó una prima en suscripción de acciones de Ps. 7,496, la cual se registró disminuida de los gastos relacionados con la transacción e impuestos, los cuales ascendieron a Ps. 20.

NOTA 3. ADQUISICIÓN DEL 30% DE FEMSA CERVEZA.

El 31 de agosto de 2004, la Compañía finalizó su relación con Interbrew S.A. ("Interbrew"), Labatt Brewing Company Limited ("Labatt") y ciertas de sus subsidiarias, mediante la realización de una serie de acuerdos con fecha 24 de mayo de 2004, y con los cuales FEMSA posee indirectamente el 100% de FEMSA Cerveza; e Interbrew tiene indirectamente el 100% de Labatt USA LLC y Latrobe Brewing Company LLC (en conjunto "Labatt USA"), subsidiaria encargada de la distribución en Estados Unidos de América.

La Compañía pagó a Interbrew Ps. 15,014 e incurrió gastos por Ps. 228, los cuales consistieron en honorarios por consultoría y asesoría financiera y legal, mismos que fueron capitalizados como parte del precio de adquisición.

La Compañía registró la adquisición utilizando el método de compra, el cual consiste en valorar los activos adquiridos y la deuda asumida a su valor razonable. Además se identificaron marcas y derechos de distribución como activos intangibles de vida indefinida, por un total de Ps. 9,705. Como resultado de la adquisición no fue reconocido ningún crédito mercantil.

NOTA 4. ADQUISICIÓN DE PANAMERICAN BEVERAGES, INC.

El 6 de mayo de 2003, Coca-Cola FEMSA adquirió el 100% de las acciones de Panamerican Beverages, Inc. ("Panamco") por Ps. 32,084. Como parte de la adquisición, la Compañía asumió una deuda neta de Ps. 9,875 e incurrió en costos por Ps. 424, los cuales consistieron en honorarios por consultoría y asesoría financiera y legal, mismos que fueron capitalizados como parte del precio de adquisición.

Panamco producía y distribuía productos de la marca Coca-Cola, en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela y Brasil, además de agua y otras bebidas en algunos de estos territorios y cerveza en Brasil.

La transacción fue financiada con aportaciones de capital de FEMSA por Ps. 3,020, intercambio de acciones de Panamco por acciones de Coca-Cola FEMSA realizado por The Coca-Cola Company equivalente a Ps. 7,654, efectivo disponible por Ps. 3,066 y se contrató deuda adicional en pesos y dólares por un monto de Ps. 18,768.

Coca-Cola FEMSA incrementó su capital a través de una emisión de 421.374 millones de acciones, de las cuales 117.328 millones fueron suscritas por FEMSA y 304.046 millones por The Coca-Cola Company a un precio de 2.216 dólares americanos por acción. La contribución de capital de The Coca-Cola Company a Coca-Cola FEMSA fue superior a la contribución de capital de FEMSA, por lo tanto la participación de FEMSA en el total del capital social de Coca-Cola FEMSA disminuyó de 51.0% a 45.7%, y en la participación del capital con derecho a voto disminuyó del 63.0% al 53.6%.

El intercambio de acciones de The Coca-Cola Company generó una prima en suscripción de acciones en el capital contable mayoritario, debido a que el valor de suscripción fue superior al valor contable de las acciones en la fecha de la suscripción.

Los resultados de las operaciones de Panamco fueron incluidos en los estados financieros consolidados a partir de la fecha de su adquisición, por lo que los estados consolidados de resultados y de cambios en la situación financiera por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005 y 2004 no son comparables con el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2003.

La Compañía registró la adquisición utilizando el método de compra, el cual consiste en valorar los activos adquiridos y la deuda asumida a su valor razonable. Lo anterior generó el reconocimiento de un activo intangible de vida indefinida por un monto de Ps. 37,153 incluido en los estados financieros como "Derechos para producir y distribuir las Marcas de Coca-Cola" y la reducción al valor de ciertos activos, principalmente plantas consideradas no estratégicas, y la eliminación de ciertos activos intangibles que fueron generados por adquisiciones previamente efectuadas por Panamco.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 5. BASES DE PRESENTACIÓN.

Los estados financieros consolidados de la Compañía se preparan de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA mexicanos”) 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 a la fecha del último estado de situación financiera presentado, publicado por el “Bank of New York ” (“Banco de Nueva York”) equivalente a 10.6275 pesos por dólar americano.

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

NOTA 6. INCORPORACIÓN DE SUBSIDIARIAS EN EL EXTRANJERO.

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

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

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

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

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

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

En febrero de 2003, el gobierno de Venezuela fijó el tipo de cambio oficial en 1,600 bolívares por dólar americano. Debido a la incertidumbre con respecto a la disponibilidad de los dólares americanos al tipo de cambio oficial, la Compañía utilizó el último tipo de cambio disponible de cierre para convertir los estados financieros de su subsidiaria en Venezuela al cierre de 2003, el cual fue de 1,853 bolívares por dólar americano.

NOTA 7. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES.

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

A) RECONOCIMIENTO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN:

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

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

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

B) EFECTIVO Y VALORES DE REALIZACIÓN INMEDIATA:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los valores de realización inmediata se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo a través de bancos y casas de bolsa cuyo vencimiento original es menor a tres meses, valuados a valor de mercado.

Al 31 de diciembre de 2005 la Compañía tenía efectivo restringido por aproximadamente Ps.71 (denominados en bolívares) garantizando pasivos con proveedores.

C) INVENTARIOS Y COSTO DE VENTAS:

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

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

D) OTROS ACTIVOS CIRCULANTES:

Los otros activos circulantes están integrados por pagos por servicios que serán recibidos en los siguientes 12 meses y por el valor de mercado de los instrumentos financieros derivados con vencimiento en el corto plazo (ver Nota 7 Q).

Los pagos anticipados se registran a su costo histórico y se aplican a los resultados del mes en el cual se reciben los servicios o beneficios. Los pagos anticipados representan principalmente publicidad, rentas y gastos promocionales.

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

Los gastos promocionales se aplican a los resultados del ejercicio en el cual se erogan, excepto aquellos relacionados con el lanzamiento de nuevos productos o presentaciones. Estos costos se registran como pagos anticipados y se amortizan en los resultados de acuerdo al tiempo en el que se estima que las ventas de estos productos o presentaciones alcanzarán su nivel normal de operación, el cual es generalmente de un año.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

E) BOTELLAS Y CAJAS:

Las botellas y cajas retornables se registran a su costo de adquisición y son actualizadas a su valor de reposición. FEMSA Cerveza clasifica las botellas y cajas como inventarios y Coca-Cola FEMSA las clasifica como propiedad, planta y equipo.

Existen dos tipos de botellas y cajas retornables:

- Aquellas que están en control de la Compañía, a las cuales nos referimos como botellas y cajas en plantas y centros de distribución; y
- Aquellas que han sido entregadas a los clientes, a las cuales nos referimos como botellas y cajas en el mercado.

Para efectos de la información financiera, la rotura de botellas y cajas retornables en plantas y centros de distribución es registrada como un gasto en el momento en que se incurre. Al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, el gasto por rotura ascendió a Ps. 697, Ps. 613 y Ps. 491, respectivamente.

Las botellas y cajas retornables de FEMSA Cerveza en el mercado están registradas como inventarios y están sujetas a acuerdos con clientes en los cuales FEMSA Cerveza es la propietaria. Estas botellas y cajas son controladas por personal de ventas durante sus visitas periódicas a los clientes y cualquier rotura que se identifique es cargada al cliente. Las botellas y cajas que no son sujetas a este tipo de acuerdos, se registran como gasto una vez que se le entregan al cliente. Hasta diciembre de 2004, para efectos fiscales, el costo de las botellas y cajas se deducía al momento de su compra. A partir de 2005, FEMSA Cerveza, autorizado por la autoridad correspondiente, decidió cambiar el criterio fiscal para la deducción de las botellas al considerarlo activo fijo y calcular su depreciación usando el método de línea recta a una tasa del 10%. El impacto de este cambio no generó impuestos adicionales, sin embargo generó multos y recargos. Al 31 de diciembre de 2005 el pago total por multas y recargos por este concepto fue de Ps. 177, de los cuales Ps. 121 fueron provisionados en los resultados de 2004.

Las botellas y cajas retornables de Coca-Cola FEMSA en el mercado por las cuales se recibe depósito de los clientes, se presentan netas de dichos depósitos, y la diferencia entre el costo y los depósitos recibidos, se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos. Las botellas y cajas por las cuales no se recibe depósito, y representan la mayor parte de las botellas y cajas entregadas al mercado, se reconocen como gasto de ventas cuando son puestas a disposición del cliente. La depreciación es calculada solo para efectos fiscales usando el método de línea recta a una tasa del 10% anual.

La Compañía estima que el gasto por rotura en plantas y en centros de distribución es similar al gasto por depreciación calculado con una vida útil estimada de: cinco años para la botella retornable de cerveza, cuatro años para la botella de vidrio retornable de refrescos y cajas de plástico, y de un año para botellas de plástico retornable de refrescos.

F) INVERSIÓN EN ACCIONES:

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

G) PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. La propiedad, planta y equipo de procedencia nacional se actualiza aplicando factores de inflación del país de origen, excepto por las botellas y cajas retornables de Coca-Cola FEMSA (ver Nota 7 E). La propiedad, planta y equipo de procedencia extranjera se actualiza aplicando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado.

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	<i>Años</i>
Edificios y construcciones	40-50
Maquinaria y equipo	12-20
Equipo de distribución	10-12
Equipo de refrigeración	4-5
Equipo de cómputo	3-4

H) OTROS ACTIVOS:

Los otros activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro y consisten 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, en el cual la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo del mismo (aproximadamente el 85% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta, en el cual 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 2005, 2004 y 2003, fue de Ps. 1,173, Ps. 1,393 y Ps. 1,420, respectivamente.

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

I) ACTIVOS INTANGIBLES:

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

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

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

Los activos intangibles con vida indefinida no están sujetos a amortización y son objeto de una evaluación periódica para determinar si existe deterioro en el valor de los activos. La Compañía cuenta principalmente con los siguientes activos intangibles de vida indefinida:

- Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola en los territorios adquiridos a través de la compra de Panamco (ver Nota 4). Estos derechos están representados mediante contratos comunes que The Coca-Cola Company tiene celebrados con embotelladores fuera de los Estados Unidos de América para la venta del concentrado de ciertas marcas de The Coca-Cola Company. Los principales contratos tienen una duración de 10 años, renovables automáticamente por 10 años, sujetos al consentimiento de ambas partes. Los contratos son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en la cual la inversión fue hecha y se actualizan aplicando factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado; y

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza (ver Nota 3) y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas. Estos activos se actualizan utilizando factores de inflación.
- Marcas registradas, derechos de administración de arrendamiento y derecho de propiedad industrial pagados por FEMSA Comercio en la adquisición de cadenas de conveniencia.

El crédito mercantil representa la diferencia entre el valor pagado y el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificada directamente con un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria adquirida y se actualiza utilizando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado. Hasta el 31 de diciembre de 2004, el crédito mercantil se amortizaba en línea recta en un periodo no mayor a 20 años. La amortización del crédito mercantil ascendió a Ps. 14 y Ps. 15, en los años terminados al 31 de diciembre de 2004 y 2003, respectivamente.

J) DETERIORO DE ACTIVOS DE LARGA DURACIÓN Y CRÉDITO MERCANTIL:

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

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

Para el crédito mercantil, la Compañía lleva a cabo pruebas de deterioro anuales y cada vez que existan indicios de que el valor de dicho activo excede su valor razonable.

Los ajustes por deterioro en el valor de los activos de larga duración y del crédito mercantil, se reconocen en resultados en la cuenta de otros gastos.

K) PAGOS DE THE COCA-COLA COMPANY:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en el de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Los recursos recibidos para publicidad y promociones se registran como una reducción de los gastos de venta. Los recursos recibidos por el programa de inversión en equipo de refrigeración, se registran reduciendo la inversión de la Compañía en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003 ascendieron a Ps. 952, Ps. 958 y Ps. 1,307, respectivamente.

L) OBLIGACIONES DE CARÁCTER LABORAL:

Las obligaciones de carácter laboral se integran de los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones por causa distinta de reestructuración, y se determinan a través de cálculos actuariales realizados por actuarios independientes, basados en el método del crédito unitario proyectado. A partir de enero de 2005 entró en vigor el Boletín D-3 Revisado, "Obligaciones Laborales" el cual establece el reconocimiento de un pasivo laboral por las indemnizaciones distintas a reestructuraciones, de acuerdo a cálculos actuariales basados en la experiencia de los últimos 3 años de la Compañía. Hasta el 31 de diciembre de 2004, estas indemnizaciones se reconocían en resultados en el momento en que se tomaba la decisión de despedir al personal.

Las obligaciones laborales se consideran partidas no monetarias, las cuales se actualizan aplicando supuestos económicos de largo plazo. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales se registra en los resultados de operación del ejercicio, y el costo de los servicios pasados se amortiza en el periodo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan. En el caso de pensiones y jubilaciones así como prima de antigüedad, el tiempo es de 14 años y 20 años en el caso de servicios médicos posteriores al retiro, ambos a partir de 1996. En el caso de indemnizaciones el tiempo de amortización es de 19 años, contados a partir de 2005.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y redimensionamiento de ciertas áreas que resulten en una reducción en el número de personal se registran en otros gastos, en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas. Durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, el monto de indemnizaciones registradas en otros gastos ascendió a Ps. 121, Ps. 158 y Ps. 109, respectivamente.

M) RECONOCIMIENTO DE LOS INGRESOS:

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

- Las ventas nacionales, al momento en que los productos se entregan al cliente y éste toma posesión de los productos (LAB destino). Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan; al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, las ventas nacionales representan aproximadamente el 96%, 97% y 97% de las ventas totales consolidadas, respectivamente; y
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque).

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

N) GASTOS DE OPERACIÓN:

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

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre 2005, 2004 y 2003, el gasto de distribución ascendió a Ps. 9,252, Ps. 8,692 y Ps. 7,900, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

O) IMPUESTOS SOBRE LA RENTA, AL ACTIVO Y PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES:

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

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

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

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

FEMSA tiene la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (“SHCP”) para preparar sus declaraciones de ISR e IMPAC sobre una base consolidada, la cual incluye el impuesto proporcional de las utilidades o pérdidas fiscales de sus subsidiarias mexicanas limitada hasta el 2004 al 60% de su participación accionaria. A partir de 2005 se elimina esta limitación por lo tanto, la Compañía podrá incluir las utilidades o pérdidas de sus subsidiarias mexicanas al 100%. Las provisiones de impuesto sobre la renta de las subsidiarias en el extranjero han sido determinadas con base en la utilidad gravable de cada compañía en lo individual.

P) RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:

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

- Intereses: Los gastos y productos financieros son registrados cuando se devengan;
- Fluctuación Cambiaria: Las transacciones en monedas extranjeras se registran convertidas en moneda del país de origen al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria de los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica y los saldos de financiamiento intercompañías se consideran inversiones a largo plazo (ver Nota 6); y
- Resultado por Posición Monetaria: El resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias. El resultado por posición monetaria se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica (ver Nota 6). Posteriormente el resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado.

Q) INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS:

A partir del 1º de enero de 2005, entró en vigor el Boletín C-10 “Instrumentos Financieros Derivados y Operaciones de Cobertura”, (C-10). De acuerdo al Boletín C-10 la Compañía valua y registra todos los instrumentos financieros derivados y de cobertura, incluyendo ciertos instrumentos financieros derivados implícitos en otros contratos, en el balance como un activo o pasivo a valor razonable. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados son registrados en resultados del ejercicio u otras partidas de la utilidad integral, dependiendo del tipo de instrumento de cobertura y de la efectividad de la cobertura.

Antes del Boletín C-10, los instrumentos contratados para fines de cobertura eran valuados usando el mismo criterio de valuación aplicado a los activos o pasivos cubiertos, y sus valores razonables fueron revelados en notas a los estados financieros. Adicionalmente, los instrumentos financieros derivados contratados para fines distintos de cobertura eran valuados y registrados a valor razonable. La diferencia entre el valor inicial de los instrumentos financieros derivados y su valor razonable era registrada en el estado de resultados.

A partir de 2005, la Compañía identifica los instrumentos financieros derivados implícitos de todos sus contratos cuando los riesgos implícitos generados o cubiertos difieren en sus características económicas y riesgos, resultando en un comportamiento y características similares a los que presenta un instrumento financiero común. Estos instrumentos financieros derivados implícitos son separados del contrato principal y valuados de forma independiente.

El efecto inicial acumulado, neto de impuestos, por la adopción del Boletín C-10 fue Ps. 80, de los cuales Ps. 46 fueron registrados en el estado de resultados de 2005 como cambio en principio contable y Ps. 34 en otras partidas de la utilidad integral.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

R) OTRAS PARTIDAS DE LA UTILIDAD INTEGRAL:

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

	2005		2004
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	Ps. (6,774)	Ps.	(5,840)
Instrumentos financieros derivados	(440)		—
Resultado acumulado por conversión	(900)		(795)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(126)		(87)
	Ps. (8,240)	Ps.	(6,722)

El resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios representa la suma de las diferencias entre el valor en libros y los valores actualizados que se determinan al aplicar el factor inflacionario a los activos no monetarios tales como inventarios y activo fijo, y su efecto en el estado de resultados cuando estos son consumidos o depreciados, neto del efecto correspondiente a impuestos diferidos.

S) PROVISIONES:

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

T) APORTACIONES AL CAPITAL DE SUBSIDIARIAS:

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

NOTA 8. CUENTAS POR COBRAR.

	2005		2004
Clientes	Ps. 4,252	Ps.	3,895
Reserva para cuentas incobrables	(456)		(443)
Documentos por cobrar	336		479
The Coca-Cola Company	399		240
Depósitos en garantía	217		38
Préstamos a empleados	36		39
Anticipos de viajes para empleados	32		29
Reclamaciones de seguros	71		33
Otros	315		402
	Ps. 5,202	Ps.	4,712

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

	2005		2004		2003
Saldo inicial	Ps. 443	Ps.	501	Ps.	404
Provisión del ejercicio	183		200		246
Cancelación de cuentas incobrables	(148)		(192)		(139)
Actualización de saldos iniciales	(22)		(66)		(10)
Saldo final	Ps. 456	Ps.	443	Ps.	501

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 9. INVENTARIOS.

	2005	2004
Productos terminados	Ps. 3,008	Ps. 2,436
Materias primas	3,010	3,695
Botellas y cajas de FEMSA Cerveza	1,514	1,413
Anticipos a proveedores	65	160
Producción en proceso	217	190
Artículos promocionales	7	6
Estimación de inventarios obsoletos	(125)	(123)
	Ps. 7,696	Ps. 7,777

NOTA 10. OTROS ACTIVOS CIRCULANTES.

	2005	2004
Publicidad y gastos promocionales	Ps. 339	Ps. 299
Instrumentos financieros derivados a corto plazo	199	—
Acuerdos con clientes	81	109
Gastos por lanzamiento de nuevos productos	48	41
Rentas	79	74
Seguros y fianzas	16	12
Anticipos a proveedores de servicios	46	7
Otros	45	37
	Ps. 853	Ps. 579

El monto total de publicidad y gastos promocionales cargado a resultados en los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, fue de Ps. 3,096, Ps. 3,168 y Ps. 2,866, respectivamente.

NOTA 11. INVERSIÓN EN ACCIONES.

COMPAÑÍA	%	2005	2004
	<i>Tenencia</i>		
FEMSA Cerveza:			
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	Ps. 187	Ps. 149
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.12%	75	135
Otras ⁽²⁾	Varios	14	22
Coca-Cola FEMSA:			
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	33.68%	150	149
Kaiser Participações, S.A. ⁽¹⁾	12.14%	81	102
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽²⁾	35.0%	83	54
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes, S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽²⁾	26.0%	21	—
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽¹⁾	2.54%	64	64
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN") ⁽¹⁾	48.10%	35	37
Tapón Corona de Colombia, S.A. ("Tapón Corona") ⁽¹⁾	—	—	25
Otras ⁽²⁾	Varios	7	12
Otras inversiones ⁽²⁾	Varios	41	44
		Ps. 758	Ps. 793

Método de valuación:

(1) Método de participación.

(2) Costo de adquisición actualizado (no fácilmente determinable el valor de mercado).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 12. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	2005	2004
Terrenos	Ps. 5,763	Ps. 5,711
Edificio, maquinaria y equipo	65,985	65,311
Depreciación acumulada	(31,926)	(30,154)
Equipo de refrigeración	3,533	3,205
Depreciación acumulada	(1,664)	(1,469)
Inversiones en proceso	1,269	1,773
Botellas y cajas de Coca-Cola FEMSA	1,047	1,075
Activos de larga duración a valor de realización	723	840
	Ps. 44,730	Ps. 46,292

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

	2005	2004
FEMSA y otros	Ps. 293	Ps. 304
FEMSA Cerveza	250	272
Coca-Cola FEMSA	180	264
	Ps. 723	Ps. 840
Terrenos	Ps. 525	Ps. 513
Edificios	173	269
Equipo	25	58
	Ps. 723	Ps. 840

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció una ganancia de Ps. 1, Ps. 25 y Ps. 346 por los años terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, respectivamente. Estos activos de larga duración registrados a valor estimado de realización se consideran como activos monetarios y se les calcula pérdida por posición monetaria, la cual se registra en el estado de resultados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 13. ACTIVOS INTANGIBLES.

	2005	2004
ACTIVOS INTANGIBLES NO AMORTIZABLES:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola:		
Territorios de Panamco (ver Nota 4)	Ps. 37,153	Ps. 36,994
Buenos Aires, Argentina	208	201
Tapachula, Chiapas	122	122
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución (ver Nota 3)	9,695	9,669
Otros	217	—
FEMSA:		
Marca Mundet	150	150
Interés minoritario de FEMSA	194	194
ACTIVOS INTANGIBLES AMORTIZABLES:		
Costo por implementación de sistemas	742	678
Gastos por inicio de actividades	193	187
Adquisición de cadenas de tiendas de conveniencia	238	233
Otros	25	28
	Ps. 48,937	Ps. 48,456

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

	<i>Inversión</i>		<i>Amortización</i>		<i>Total</i>	<i>Amortización Anual Estimada</i>
	<i>Inicial</i>	<i>Adiciones</i>	<i>Inicial</i>	<i>Por el Ejercicio</i>		
2005:						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,103	Ps. 324	Ps. (425)	Ps. (260)	Ps. 742	Ps. 275
Gastos por inicio de actividades	237	32	(50)	(26)	193	27
Adquisición de cadenas de tiendas de conveniencia	233	13	—	(8)	238	9
2004:						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 835	Ps. 268	Ps. (200)	Ps. (225)	Ps. 678	
Gastos por inicio de actividades	199	38	(29)	(21)	187	
Adquisición de cadenas de tiendas de conveniencia	—	233	—	—	233	

NOTA 14. OTROS ACTIVOS.

	2005	2004
Acuerdos con clientes	Ps. 3,324	Ps. 2,953
Mejoras en propiedades arrendadas	2,712	2,224
Cuentas por cobrar a largo plazo	386	733
Pasivo adicional de las obligaciones laborales	555	269
Otros	626	589
	Ps. 7,603	Ps. 6,768

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

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

SALDOS	2005		2004	
Activos (cuentas por cobrar)	Ps.	626	Ps.	764
Pasivos (proveedores y otros pasivos)		1,149		1,407
Préstamos bancarios a largo plazo con BBVA Bancomer, S.A.		—		8,424

OPERACIONES	2005		2004	2003
Ingresos:				
Ventas de cerveza de exportación a Labatt USA ⁽¹⁾	Ps.	—	Ps. 950	Ps. 1,109
Ventas de lata a IEQSA		764	503	369
Productos financieros relacionado con depósitos bancarios a corto plazo en BBVA Bancomer, S.A. ⁽²⁾		—	40	44
Otras ventas a compañías asociadas de FEMSA Cerveza		789	784	779
Egresos:				
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company		7,763	7,238	6,074
Compras de azúcar a Beta San Miguel		575	947	239
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V. ⁽²⁾		880	782	635
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN		590	487	305
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A., Seguros Monterrey New York Life, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. ⁽²⁾		50	224	159
Compras de hermetapas de Tapón Corona		113	206	125
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) ⁽²⁾		158	159	146
Costo por interés relacionado con deuda a L.P. con BBVA Bancomer, S.A. ⁽²⁾		—	403	89
Servicios pagados a Labatt ⁽¹⁾		—	88	137
Intereses pagados a The Coca-Cola Company		11	14	9
Compra de refrescos no carbonatados a Salesko		18	—	—

(1) Labatt y Labatt USA eran consideradas partes relacionadas hasta la fecha de la adquisición del 30 % de FEMSA Cerveza, anteriormente propiedad de compañías afiliadas de Interbrew (ver Nota 3).

(2) Uno o más miembros del consejo de administración son también miembros del consejo de administración de esta compañía. A partir de 2005, New York Life, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. dejan de ser consideradas partes relacionadas. El gasto presentado en el 2005 corresponde únicamente a Grupo Nacional Provincial, S.A..

NOTA 16. SALDOS Y OPERACIONES EN MONEDAS EXTRANJERAS.

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

SALDOS		Tipo de Cambio Aplicable ⁽¹⁾	Corto Plazo		Largo Plazo	Total
2005:	Activos	10.7109	\$ 379	\$ 10	\$ 389	
	Pasivos		384	542		926
2004:	Activos	11.1460	\$ 256	\$ 10	\$ 266	
	Pasivos		451	903		1,354

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

OPERACIONES	2005		2004	2003
Ingresos	\$	361	\$ 256	\$ 227
Egresos:				
Compra de materia prima		411	371	285
Intereses		139	113	132
Gastos de exportación		65	29	21
Asistencia técnica		5	11	17
Otros		84	123	105
	\$	704	\$ 647	\$ 560

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Al 15 de febrero de 2006, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio de cierre publicado por el Banco de México fue de 10.5258 pesos por dólar y la posición en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2005.

NOTA 17. OBLIGACIONES LABORALES.

A) SUPUESTOS:

Los cálculos actuariales de 2005 y 2004 para determinar los pasivos del plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones, así como el costo del ejercicio, utilizaron los siguientes supuestos a largo plazo:

	<i>Tasa de Descuento Anual</i>	<i>Incremento de Sueldos</i>	<i>Tasa de Rendimiento de la Inversión</i>
México	6.0%	2.0%	6.0%
Guatemala	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Nicaragua	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Costa Rica	4.5%	1.5%	4.5%
Colombia	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Brasil	6.0%	1.5%	4.5%

Fecha de la medición: Noviembre 2005

(1) No tienen constituido fondo para el pago de obligaciones posteriores al retiro.

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

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es un 2% anual en términos reales, consistente con el crecimiento en los gastos por servicios de salud promedio histórico de los últimos 30 años. Dicha tasa se espera que continúe constante a través del futuro previsible.

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

	<i>Plan de Pensiones y Jubilaciones</i>		<i>Prima de Antigüedad</i>		<i>Servicios Médicos Posteriores al Retiro</i>		<i>Indemnizaciones</i>	
2006	Ps.	231	Ps.	12	Ps.	35	Ps.	104
2007		237		11		36		76
2008		239		13		37		68
2009		245		14		38		62
2010		254		16		39		58
2011 al 2015		1,132		103		183		190

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

B) SALDOS DE LAS OBLIGACIONES:

	2005	2004
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 1,854	Ps. 1,810
Obligaciones por personal activo	1,606	1,488
Obligaciones por beneficios actuales	3,460	3,298
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	372	287
Obligaciones por beneficios proyectados	3,832	3,585
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(2,141)	(1,936)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear	1,691	1,649
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(255)	(305)
Pérdida actuarial por amortizar	(137)	(79)
	1,299	1,265
Pasivo adicional	337	362
Total	1,636	1,627
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	88	82
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	73	71
Obligaciones por beneficios actuales	161	153
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	23	19
Obligaciones por beneficios proyectados	184	172
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(13)	(14)
Pérdida actuarial por amortizar	(18)	(13)
	153	145
Pasivo adicional	41	38
Total	194	183
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	281	259
Obligaciones por personal activo	304	286
Obligaciones por beneficios actuales	585	545
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(37)	(26)
Obligaciones por beneficios actuales sin fondear	548	519
Obligaciones por servicios posteriores al retiro pasados por amortizar	(55)	(50)
Pérdida actuarial por amortizar	(270)	(265)
Total	223	204
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios actuales	394	—
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	37	—
Obligaciones por beneficios proyectados	431	—
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(415)	—
	16	—
Pasivo adicional	378	—
Total	394	—
Total obligaciones laborales	Ps. 2,447	Ps. 2,014

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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.

En algunas compañías el monto de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior al monto de las obligaciones por beneficios actuales, neta de los activos a valor de mercado, por lo que se reconoció un pasivo adicional contra la cuenta de otros activos hasta el monto de las obligaciones por servicios pasados por amortizar (ver Nota 14) y la diferencia se registró como otras partidas de la utilidad integral.

C) ACTIVOS DEL FONDO:

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

	2005	2004
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	17%	24%
Instrumentos bancarios	16%	11%
Instrumentos del Gobierno Federal	30%	31%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	37%	34%
	100%	100%

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

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

	2005	2004
Deuda:		
Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 10	Ps. 10
Coca-Cola FEMSA	45	45
FEMSA	2	23
Capital:		
FEMSA	290	282

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

D) COSTO DEL EJERCICIO:

	2005	2004	2003
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 110	Ps. 110	Ps. 96
Costo financiero	196	197	175
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(114)	(108)	(112)
Amortización del pasivo de transición	50	24	20
Amortización de la pérdida neta actuarial	1	—	—
	243	223	179
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	21	20	17
Costo financiero	10	10	8
Amortización del pasivo de transición	1	1	2
Amortización de la pérdida neta actuarial	1	—	—
	33	31	27
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	19	15	13
Costo financiero	32	27	24
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(3)	(2)	(2)
Amortización del pasivo de transición	5	13	11
Amortización de la pérdida neta actuarial	10	—	—
	63	53	46
Indemnizaciones:			
Costo laboral	56	—	—
Costo financiero	27	—	—
Amortización del pasivo de transición	29	—	—
	112	—	—
	Ps. 451	Ps. 307	Ps. 252

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

E) CAMBIOS EN LOS SALDOS DE LAS OBLIGACIONES:

	2005	2004
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 3,585	Ps. 3,638
Costo laboral	110	110
Costo financiero	196	197
(Utilidad) pérdida actuarial	208	(161)
Retiros de los activos del fondo	(267)	(199)
Saldo final	3,832	3,585
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	172	159
Costo laboral	21	20
Costo financiero	10	10
Pérdida actuarial	8	13
Pagos de beneficios	(27)	(30)
Saldo final	184	172
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	545	458
Costo laboral	19	15
Costo financiero	32	27
Pérdida actuarial	7	80
Pagos de beneficios	(18)	(35)
Saldo final	585	545

F) CAMBIOS EN LOS SALDOS DE LOS ACTIVOS DEL FONDO:

	2005	2004
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 1,936	Ps. 1,849
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	238	158
Aportaciones	142	96
Retiros	(175)	(167)
Saldo final	2,141	1,936
Servicios médicos:		
Saldo inicial	26	28
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	2	(1)
Aportaciones	27	34
Retiros	(18)	(35)
Saldo final	Ps. 37	Ps. 26

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

G) VARIACIÓN EN LOS SUPUESTOS DE SERVICIOS MÉDICOS:

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

	Impacto del Cambio en:	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. 94	Ps. (65)
Costo del periodo	8	(11)

NOTA 18. PROGRAMA DE BONOS.

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

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

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado del EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Las acciones u opciones adquiridas son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de estas 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 de un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante de acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 513, Ps. 540 y Ps. 499, respectivamente.

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

NOTA 19. PRÉSTAMOS BANCARIOS Y DOCUMENTOS POR PAGAR.

Al 31 de diciembre de 2005, los préstamos bancarios a corto plazo consisten principalmente en créditos revolventes. Al cierre de 2004, estos mismos préstamos consistían en créditos puente incurridos para la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza los cuales se prepagaron en junio 2005 (Véase Nota 3).

Los montos y tasas de interés promedio ponderadas, se presentan a continuación:

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2005	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2004
Pesos mexicanos	4.4%	Ps. 45	9.2%	Ps. 3,067
Dólares americanos	4.7%	5	2.8%	2,904
Pesos argentinos	9.4%	224	5.4%	137
Bolívares venezolanos	12.1%	389	11.0%	78
		Ps. 663		Ps. 6,186

(1) Tasa promedio ponderada.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2005	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2004
TASA DE INTERÉS FIJA:				
Dólares Americanos:				
Bonos Yankee	7.9%	Ps. 5,359	7.9%	Ps. 5,789
Préstamos bancarios	3.4%	253	3.5%	269
Arrendamiento financiero	5.6%	113	5.6%	174
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.6%	4,136	9.9%	1,031
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,550
Unidades de inversión (UDI)	8.7%	1,425	8.7%	1,484
TASA DE INTERÉS VARIABLE:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	4.8%	2,374	2.9%	2,684
Préstamos sindicado	—	—	2.7%	1,728
Arrendamiento financiero	6.9%	51	10.1%	25
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.0%	10,189	9.3%	14,352
Certificados bursátiles	9.7%	8,156	9.3%	11,366
Pesos Colombianos:				
Certificados bursátiles	8.7%	372	10.1%	715
Quetzales Guatemaltecos:				
Préstamos bancarios	6.5%	24	—	—
Deuda a largo plazo		33,952		41,167
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(4,220)		(3,665)
		Ps. 29,732		Ps. 37,502

INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS

SWAPS DE TASA DE INTERÉS Y TIPO DE CAMBIO:

Préstamos bancarios de Dólares Americanos a Pesos Mexicanos:		Ps. 1,500		Ps. 1,612
Tasa de interés pagada	10.1%		10.0%	
Tasa de interés recibida	4.8%		2.9%	

SWAPS DE TASA DE INTERÉS VARIABLE A FIJO:

Pesos mexicanos:				
Préstamos bancarios:		8,072		9,672
Tasa de interés pagada	8.9%		10.2%	
Tasa de interés recibida	9.0%		10.5%	
Certificados bursátiles:				
Tasa de interés pagada	9.4%	8,156	9.2%	8,525
Tasa de interés recibida	9.7%		9.3%	

(1) Tasa promedio ponderada.

Los vencimientos de los préstamos bancarios a largo plazo al 31 de diciembre de 2005, se integran de la siguiente manera:

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps. 4,220
2007	2,440
2008	7,091
2009	6,788
2010	4,900
2011 en adelante	8,513
	Ps. 33,952

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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.

Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía tenía autorizadas y disponibles líneas de crédito no comprometidas denominadas en dólares americanos por un total de Ps. 15,914.

NOTA 20. VALOR DE MERCADO DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS.

A) DEUDA A LARGO PLAZO:

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

	2005	2004
Valor en libros	Ps. 33,952	Ps. 41,167
Valor razonable	34,431	41,712

B) FORWARD PARA LA COMPRA DE ACCIONES:

Una subsidiaria de Coca-Cola FEMSA tenía contratados forward de acciones los cuales expiraron en junio y en septiembre de 2004. Estos contratos generaron una pérdida de Ps. 81 reconocida en el balance de adquisición de Panamco en el 2003 y una ganancia de Ps. 20 registrada en el estado de resultados de 2004.

C) 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 base en tasas de interés fijas y recibe importes calculados con base en tasas de interés variables.

El valor razonable se estima con base en los precios cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha del último estado de situación financiera presentado. Los cambios en el valor de mercado son registrados en la utilidad integral.

El efecto neto de los contratos vencidos se registró en el gasto financiero y ascendió a Ps. 27, Ps. 152 y Ps. 128 por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, respectivamente.

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

FECHA DE VENCIMIENTOS	<i>Valor de Referencia</i>	<i>Valor Razonable</i>
2007	Ps. 4,250	Ps. (36)
2008	5,000	(40)
2009	2,405	(127)
2010	2,617	(131)
2011	650	(44)
2012	1,500	(116)

D) FORWARDS PARA COMPRA DE MONEDAS EXTRANJERAS:

En conexión con el financiamiento de la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza, la Compañía contrató una serie de forwards para la compra de dólares americanos. Durante el 2005 y 2004, la Compañía registró una pérdida cambiaria en el estado de resultados de Ps. 156 y Ps. 237, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

La Compañía tenía contratos forward para la compra de euros con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre el dólar y el euro para la adquisición de maquinarias los cuales vencieron en el 2005 y 2004 resultando pérdidas cambiarias de Ps. 9 y Ps. 18 registradas en el estado de resultados, respectivamente.

E) FORWARDS PARA COMPRA DE MONEDAS EXTRANJERAS DE NO COBERTURA:

Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía tiene algunos contratos que no cumplen con los criterios de cobertura por lo que el cambio en el valor de mercado de Ps. 4 se reconoció en el estado de resultados. Estos contratos vencen en mayo de 2006 con un valor de referencia de Ps. 750.

F) SWAPS DE TASA DE INTERÉS Y TIPO DE CAMBIO:

La Compañía tiene contratos denominados swap de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares y en otras monedas. El valor razonable se estima con base en los tipos de cambio y tasas de interés cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha del último estado de situación financiera presentado. Los cambios en el valor razonable son registrados en la utilidad integral.

El efecto neto de los contratos vencidos se registró en el gasto financiero y ascendió a Ps. 125 por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2005.

Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía tiene los siguientes swaps de tasa de interés y tipo de cambio:

FECHA DE VENCIMIENTO	<i>Valor de Referencia</i>	<i>Valor Razonable</i>
2009	Ps. 161	Ps. (16)
2010	1,339	(159)

G) SWAPS DE TASA DE INTERÉS Y TIPO DE CAMBIO DE NO COBERTURA:

Al 31 de diciembre de 2005, existen ciertos swaps de tasa de interés y tipo de cambio que no se consideran instrumentos de cobertura, consecuentemente los cambios en el valor razonable estimado se registraron en el estado de resultados.

A continuación se presentan las características de los instrumentos vigentes a la fecha:

	<i>Fecha de Vencimiento</i>	<i>Valor de Referencia</i>	<i>Valor Razonable</i>
Pesos Mexicanos a Dólares Americanos	Septiembre 2008	Ps. 1,251	Ps. 22
Dólares Americanos a Pesos Colombianos	Septiembre 2008	1,232	(16)
Dólares Americanos a Pesos Mexicanos	Septiembre 2009	1,339	(133)

Durante el 2005, ciertos swaps de tasa de interés vencieron y se registró un gasto financiero de Ps. 67.

H) 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 se estima con base en los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha del último estado de situación financiera presentado. Los cambios en el valor razonable son registrados en la utilidad integral.

El resultado neto de los contratos vencidos fue una pérdida de Ps. 27, utilidad de Ps. 79 y pérdida de Ps. 21 por los ejercicios terminados al 31 de diciembre, 2005, 2004 y 2003 respectivamente, las cuales se registraron en los resultados de operación.

Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía tiene contratados instrumentos financieros derivados con fechas de vencimiento durante el año 2006, por un total a valor de referencia de Ps. 866 y el valor razonable resultó una pérdida de Ps. 141.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

I) INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS IMPLÍCITOS:

La Compañía ha determinado que los contratos de arrendamiento en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos y al 31 de diciembre de 2005 se registró un valor razonable de Ps. 119 en el estado de resultados como utilidad cambiaria.

NOTA 21. INTERÉS MINORITARIO EN SUBSIDIARIAS CONSOLIDADAS.

	2005	2004
Coca-Cola FEMSA	Ps. 19,293	Ps. 17,167
FEMSA Cerveza	48	51
	Ps. 19,341	Ps. 17,218

El 8 de junio de 2004, Winsa Company, LLP, (tercero) adquirió mediante una aportación de capital el 16.89% del capital social con derecho a voto de una subsidiaria indirecta de Coca-Cola FEMSA, quien es la compañía tenedora de sus subsidiarias en Brasil por Ps. 610.

NOTA 22. CAPITAL CONTABLE.

Al 31 de diciembre de 2005, el capital social de FEMSA está representado por 5,963,710,450 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y con cláusula de admisión de extranjeros. Como se mencionó en la Nota 2, el resultado de la oferta de capital realizada en el 2005 por la Compañía, fue un incremento por 666,400,000 acciones. El capital fijo asciende a Ps. 300 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones ordinarias son las siguientes:

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

Las acciones serie "D" están divididas en:

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2005, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	<i>Saldo</i>		<i>Saldo</i>	
	<i>Histórico</i>	<i>Actualización</i>	<i>Actualizado</i>	
Capital social	Ps. 2,982	Ps. 1,971	Ps. 4,953	
Prima en suscripción de acciones	14,891	5,715	20,606	
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	23,640	1,343	24,983	
Utilidad neta	5,459	90	5,549	

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. Al 31 de diciembre de 2005, la reserva legal de FEMSA asciende a Ps. 530 (valor nominal).

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. A partir de 2003, este impuesto podrá ser acreditado contra el ISR del mismo año en el cual los dividendos son pagados así como en los dos años siguientes contra el ISR y los pagos provisionales. Al 31 de diciembre de 2005, los saldos de CUFIN y de CUFINRE de FEMSA ascendieron a Ps. 23,374 y Ps. 2,051, respectivamente, y el saldo del pago diferido de impuestos es de Ps. 158.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de la Compañía, celebrada el 10 de marzo de 2005, se acordó distribuir dividendos de 0.111163 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "B" y 0.138954 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "D", que fueron pagados en mayo de 2005. Adicionalmente los accionistas aprobaron un máximo de Ps. 3,000 para una recompra de acciones.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 8 de marzo de 2005, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 636, el cual fue pagado en mayo de 2005. El dividendo pagado al interés minoritario de Ps. 345, está presentado como una reducción en el interés minoritario en el estado de variaciones en las cuentas de capital contable.

NOTA 23. UTILIDAD MAYORITARIA POR ACCIÓN.

Representa la utilidad neta mayoritaria correspondiente a cada acción del capital social de la Compañía, calculada con el promedio ponderado de las acciones en circulación en el periodo. 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 cálculo del número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre 2005 y 2004:

	<i>Millones de Acciones</i>			
	<i>Serie "B"</i>		<i>Serie "D"</i>	
	<i>Número</i>	<i>Promedio Ponderado</i>	<i>Número</i>	<i>Promedio Ponderado</i>
Acciones en circulación 2004 y 2003	2,737.74	2,739.17	2,559.57	2,561.00
Aumento en el capital social mayo 25, 2005	344.40	205.78	322.00	192.38
Acciones en circulación a diciembre 31, 2005	3,082.14	2,944.95	2,881.57	2,753.38
Derechos sobre el dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11%		53.89%	

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 24. ENTORNO FISCAL.

A) ISR:

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

Las tasas de ISR aplicables en el año 2005 en los países en donde opera la Compañía y el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales, se mencionan a continuación:

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

La tasa de ISR causada en México fue de un 30%, 33% y 34% para los años de 2005, 2004 y 2003, respectivamente.

El 1 de diciembre de 2004, se publicó la reforma fiscal para el ISR, misma que entró en vigor a partir del 1 de enero de 2005. Las principales modificaciones se presentan a continuación:

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

Las pérdidas fiscales en Colombia generadas antes del 31 de diciembre de 2002 pueden ser aplicadas en un periodo de cinco años y aquellas generadas después del 1 de enero de 2003 pueden ser aplicadas en un periodo de ocho años sin exceder del 25% de la utilidad gravable del ejercicio. En Brasil las pérdidas fiscales no se actualizan y pueden ser aplicadas por un periodo indefinido sin que exceda del 30% de la utilidad gravable del ejercicio.

B) IMPUESTO AL ACTIVO:

El impuesto al activo en México se causa a razón del 1.8% anual sobre el promedio neto de la mayoría de los activos a valores fiscales menos ciertos pasivos. El impuesto al activo se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. Cuando en el ejercicio resulte pago de impuesto al activo, se podrá acreditar contra éste el importe en que el ISR excedió al impuesto al activo de los tres años anteriores. Adicionalmente, dicho pago es recuperable en forma actualizada en la medida en que el ISR exceda al impuesto al activo en los 10 ejercicios siguientes. A partir de 2005 con base en la reforma fiscal son deducibles los pasivos bancarios y pasivos con extranjeros.

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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

C) PTU:

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

D) ISR DIFERIDO:

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

ISR DIFERIDO	2005	2004
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (137)	Ps. (131)
Inventarios	1,169	1,885
Pagos anticipados	113	88
Propiedad, planta y equipo	4,208	4,122
Inversión en acciones	(11)	10
Intangibles y otros activos	(710)	(604)
Obligaciones laborales	(491)	(423)
Impuesto al activo por recuperar	(75)	(295)
Pérdidas fiscales por amortizar	(614)	(792)
Instrumentos financieros derivados	(244)	—
Reserva para contingencias	(622)	(647)
Provisiones diferidas no deducibles	(414)	(433)
PTU diferida	(137)	—
Otras reservas	10	17
ISR diferido, neto	2,045	2,797
ISR diferido por recuperar	1,230	1,503
ISR diferido por pagar	Ps. 3,275	Ps. 4,300

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

	2005	2004
Saldo inicial	Ps. 2,797	Ps. 3,869
Ganancia (pérdida) por posición monetaria	(13)	51
Provisión del ejercicio	(279)	(384)
Cambio en la tasa impositiva de ISR	(9)	(622)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(57)	9
Instrumentos financieros derivados	(241)	—
Resultado por tenencia de activos no monetarios	(153)	(126)
Saldo final	Ps. 2,045	Ps. 2,797

Al 31 de diciembre de 2005, no existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta y la utilidad fiscal gravable para PTU sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un beneficio o un pasivo, por lo que no se registró provisión alguna por PTU diferida.

E) PROVISIÓN DEL EJERCICIO:

	2005	2004	2003
ISR causado	Ps. 4,314	Ps. 4,393	Ps. 2,832
Impuesto al activo	14	72	50
ISR diferido	(279)	(384)	571
Cambio en la tasa impositiva de ISR	(9)	(622)	(74)
Beneficio por juicio fiscal	—	(1,355)	—
ISR	4,040	2,104	3,379
PTU	544	429	406
	Ps. 4,584	Ps. 2,533	Ps. 3,785

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

F) PÉRDIDAS FISCALES POR AMORTIZAR E IMPUESTO AL ACTIVO POR RECUPERAR:

Al 31 de diciembre de 2005, las subsidiarias en México, Panamá, Colombia, Venezuela y Brasil tienen pérdidas fiscales por amortizar y/o impuesto al activo por recuperar. Las fechas en que expiran las pérdidas fiscales se presentan a continuación:

Año	<i>Pérdidas Fiscales por Amortizar</i>	<i>Impuesto al Activo por Recuperar</i>
2006	Ps. 272	Ps. 14
2007	314	21
2008	362	—
2009	414	35
2010	648	2
2011	170	2
2012	103	11
2013	368	12
2014	441	21
2015 y posteriores	173	—
	Ps. 3,265	Ps. 118

Debido a la incertidumbre en la realización de pérdidas fiscales por un monto de Ps. 1,342, no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido. Los cambios en los saldos de esta reserva se presentan a continuación:

	2005	2004
Saldo inicial	Ps. 1,450	Ps. 1,740
Provisión del ejercicio	74	500
Cancelación de reserva	(99)	(608)
Actualización del saldo inicial	(83)	(182)
Saldo final	Ps. 1,342	Ps. 1,450

G) CONCILIACIÓN ENTRE LA TASA DE ISR EN MÉXICO Y LA TASA EFECTIVA DE ISR CONSOLIDADA:

	2005	2004	2003
Tasa impositiva de ISR en México	30.0%	33.0%	34.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y el ajuste por inflación fiscal	0.6%	0.3%	0.6%
Gastos no deducibles	1.6%	0.5%	4.9%
Cambio en la deducción fiscal de inventarios	(2.0)%	—	—
Cambio en tasa de ISR en México	—	(5.2)%	(1.0)%
Diferencia en tasas de otros países	2.3%	—	—
PTU	(1.1)%	—	—
Otros	0.4%	—	(0.3)%
Tasa efectiva de ISR consolidada	31.8%	28.6%	38.2%

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 25. CONTINGENCIAS Y COMPROMISOS.

A) CONTINGENCIAS REGISTRADAS EN EL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA:

La Compañía tiene registrados pasivos por contingencias por considerar que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de estas contingencias están registradas como resultado de la adquisición de Panamco. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2005:

	<i>Corto Plazo</i>		<i>Largo Plazo</i>		<i>Total</i>
Fiscales	Ps.	4	Ps.	1,364	Ps. 1,368
Legales		—		168	168
Laborales		63		219	282
Total	Ps.	67	Ps.	1,751	Ps. 1,818

B) JUICIOS PENDIENTES DE RESOLUCIÓN:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter legal y laboral relacionados principalmente con su subsidiaria Coca-Cola FEMSA. Estos procesos son generados por las operaciones propias de la industria en la que participa. El monto estimado de estos juicios equivale a \$85 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 el resultado de operaciones.

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

Durante el 2001, un sindicato obrero y algunos individuos de Colombia presentaron una demanda en contra de ciertas subsidiarias colombianas y The Coca-Cola Company, ante la Corte Distrital de los Estados Unidos de América para el Distrito Sur del Estado de Florida, por la realización de acciones injustas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, por un monto aproximado de \$500. La Compañía ha presentado una propuesta para descartar la demanda y estima que la resolución final no tendrá efectos adversos en su posición financiera ni en sus resultados.

C) COMPROMISOS:

Al 31 de diciembre de 2005, la Compañía tiene compromisos contractuales de arrendamientos financieros y arrendamientos operativos para maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo, así como para el arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los vencimientos de los compromisos contractuales por moneda, expresados en pesos mexicanos, al 31 de diciembre de 2005, se integran de la siguiente forma:

	<i>Pesos Mexicanos</i>		<i>Dólares Americanos</i>	
2006	Ps.	850	Ps.	316
2007		826		233
2008		830		154
2009		821		98
2010		800		155
2011		753		—
2012 en adelante		3,926		—
Total		8,806		956

El gasto por rentas fue de Ps. 1,568, Ps. 1,175 y Ps. 889 por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2005, 2004 y 2003, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 26. INFORMACIÓN POR SEGMENTOS.

A) POR UNIDAD DE NEGOCIO:

2005	<i>Coca-Cola FEMSA</i>	<i>FEMSA Cerveza</i>	<i>FEMSA Comercio</i>	<i>Otros</i>	<i>Eliminaciones</i>	<i>Consolidado</i>
Ingresos totales	Ps. 50,198	Ps. 27,573	Ps. 28,734	Ps. 6,168	Ps. (7,091)	Ps. 105,582
Ingresos intercompañías	601	2,066	2	4,422	(7,091)	—
Utilidad de operación	8,683	5,353	1,259	386	(94)	15,587
Depreciación ⁽¹⁾	2,250	1,476	323	98	—	4,147
Amortización	136	1,742	279	17	—	2,174
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	150	160	7	64	—	381
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	30	25	—	—	—	55
Gasto financiero	2,452	1,215	567	713	(427)	4,520
Producto financiero	280	210	65	510	(427)	638
ISR	2,277	1,090	285	388	—	4,040
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,062	2,939	1,415	247	—	6,663
Activos de largo plazo	59,726	34,635	6,279	8,017	(5,399)	103,258
Total activos	67,148	44,810	9,690	11,820	(7,470)	125,998
2004						
Ingresos totales	Ps. 47,787	Ps. 25,802	Ps. 23,599	Ps. 5,322	Ps. (5,677)	Ps. 96,833
Ingresos intercompañías	285	1,666	2	3,724	(5,677)	—
Utilidad de operación	7,988	4,902	941	419	(14)	14,236
Depreciación ⁽¹⁾	2,032	1,519	223	108	—	3,882
Amortización	299	1,778	226	23	—	2,326
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	65	112	5	58	—	240
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	484	—	19	—	503
Gasto financiero	2,622	840	225	506	(299)	3,894
Producto financiero	288	166	53	364	(299)	572
ISR	872	827	246	159	—	2,104
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,009	3,276	1,703	159	—	7,147
Activos de largo plazo	60,440	35,383	5,481	8,718	(6,210)	103,812
Total activos	69,618	44,505	8,555	10,483	(8,086)	125,075
2003						
Ingresos totales	Ps. 39,062	Ps. 24,956	Ps. 18,914	Ps. 4,933	Ps. (5,369)	Ps. 82,496
Ingresos intercompañías	191	1,641	12	3,525	(5,369)	—
Utilidad de operación	7,340	4,634	761	344	(6)	13,073
Depreciación ⁽¹⁾	1,645	1,537	143	110	—	3,435
Amortización	89	1,725	135	23	—	1,972
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	39	113	5	54	—	211
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	859	—	—	—	859
Gasto financiero	1,681	852	162	149	(165)	2,679
Producto financiero	265	232	62	376	(165)	770
ISR	1,602	1,136	297	344	—	3,379
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,085	3,855	1,316	133	—	7,389

(1) Incluye rotura de botella de Coca-Cola FEMSA.

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

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

B) POR ÁREA GEOGRÁFICA:

2005		<i>Ingresos Totales</i>	<i>Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo</i>	<i>Activos de Largo Plazo</i>	<i>Total Activos</i>
México	Ps.	86,606	Ps. 5,641	Ps. 91,965	Ps. 111,137
Centro América ⁽¹⁾		3,428	148	4,614	5,568
Colombia		4,698	324	5,893	8,236
Venezuela		4,946	285	3,416	4,145
Brasil		5,819	179	4,270	6,297
Argentina		2,798	86	1,234	1,770
Eliminaciones		(2,713)	—	(8,134)	(11,155)
Consolidado	Ps.	105,582	Ps. 6,663	Ps. 103,258	Ps. 125,998

2004		<i>Ingresos Totales</i>	<i>Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo</i>	<i>Activos de Largo Plazo</i>	<i>Total Activos</i>
México	Ps.	77,431	Ps. 6,277	Ps. 93,983	Ps. 112,077
Centro América ⁽¹⁾		3,525	164	5,005	6,038
Colombia		4,376	126	6,020	8,325
Venezuela		4,683	235	3,487	4,248
Brasil		5,195	287	4,178	5,756
Argentina		2,615	58	1,298	2,014
Eliminaciones		(992)	—	(10,159)	(13,383)
Consolidado	Ps.	96,833	Ps. 7,147	Ps. 103,812	Ps. 125,075

2003		<i>Ingresos Totales</i>	<i>Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo</i>
México	Ps.	69,402	Ps. 6,860
Centro América ⁽¹⁾		2,314	146
Colombia		2,930	1
Venezuela		2,827	50
Brasil		3,041	217
Argentina		2,242	115
Eliminaciones		(260)	—
Consolidado	Ps.	82,496	Ps. 7,389

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

NOTA 27. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

El 31 de mayo de 2004, Instituto Mexicano de Contadores Públicos de México, A. C. ("IMCP"), efectuó la entrega formal de la función de la emisión de normas de información financiera al Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C. ("CINIF"), consistente con la tendencia mundial de que dicha función la desarrolla un organismo independiente.

Asimismo, los boletines de PCGA mexicanos y circulares emitidas por el IMCP, fueron transferidos al CINIF, quien posteriormente decidió renombrar los PCGA mexicanos como Normas de Información Financiera (NIF), y definió que las NIF se conforman de las propias NIF y las Interpretaciones a las NIF que emita, de los boletines de PCGA mexicanos que no hayan sido modificados, sustituidos o derogados por las nuevas NIF, así como por las Normas Internacionales de Información Financiera aplicables de manera supletoria.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

El CINIF estableció como uno de sus objetivos fundamentales, avanzar hacia una mayor convergencia con las normas de información financiera a nivel internacional, por lo que inició sus trabajos con la revisión de los conceptos teóricos contenidos en los PCGA mexicanos, y estableció el Marco Conceptual destinado a servir como sustento para el desarrollo de normas de información financiera y como referencia en la solución de aspectos que surgen en la práctica contable. El Marco Conceptual está constituido por ocho normas de información financiera que integran la serie NIF-A; dicha serie, junto con la NIF B-1, fueron promulgadas el 31 de octubre 2005 y sus disposiciones entran en vigor para los ejercicios que inicien a partir del 1 de enero de 2006, y dejan sin efecto los boletines de la serie A de los PCGA mexicanos.

Algunos de los principales cambios que establecen estas normas, son:

- La NIF A-3, incluye, en adición al estado de cambios en la situación financiera, el estado de flujo de efectivo el cual deberá emitirse cuando lo establezcan las normas particulares.
- La NIF A-5, incluye una nueva clasificación de ingresos y gastos, en ordinarios y no ordinarios. Los ordinarios se derivan de operaciones y eventos usuales, o sea, los que son propios del giro de la entidad, sean frecuentes o no; los no ordinarios corresponden a operaciones y eventos inusuales, sean frecuentes o no.
- NIF A-7, Presentación y revelación. Requiere que los estados financieros se presenten en forma comparativa, por lo menos con el periodo precedente. Hasta 2004, la presentación de los estados financieros de ejercicios anteriores, era optativa. Se requiere revelar en los estados financieros, la fecha autorizada para la emisión de los estados financieros y el o los nombres de funcionarios u órganos de la administración quienes autorizaron su emisión.
- La NIF B-1, establece que los cambios en normas particulares, reclasificaciones y correcciones de errores, deben reconocerse en forma retrospectiva, por lo que los estados financieros básicos que se presenten en forma comparativa con el periodo actual que sean afectados, deben ajustarse desde el inicio de periodo más antiguo que se presente.

La Compañía adoptará estos nuevos lineamientos en los estados financieros a partir del 1º de enero del 2006 y no espera ningún impacto significativo en su posición financiera consolidada ni en su estado de resultados.

NOTA 28. EVENTOS SUBSECUENTES.

En enero 16 de 2006, FEMSA Cerveza adquirió el 68% de Cervejarias Kaiser Brasil (“Kaiser”) a Molson, Inc. (“Molson”) por un monto de \$68, pagados con recursos propios de FEMSA Cerveza. Molson mantiene 15% de la tenencia en Kaiser, mientras que Heineken, NV mantiene el 17%.

FEMSA Cerveza asume la deuda financiera que actualmente tiene Kaiser, la cual asciende a aproximadamente \$60 y recibió de Molson una garantía para el posible pago de ciertas contingencias y reclamos.

La Compañía registrará esta adquisición utilizando el método de compra, el cual consiste en valuar los activos adquiridos y la deuda asumida a su valor razonable. La Compañía no espera reconocer crédito mercantil por esta transacción.

DIRECTORIO DE OFICINAS

FEMSA Corporativo

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

Coca-Cola FEMSA

MÉXICO

Guillermo González Camarena No. 600
Centro Cd. Santa Fé
Delegación Álvaro Obregón
Ciudad de México, México, C.P. 01210
Tel.: (52) 55-5081-5100
Fax: (52) 55-5292-3474

LATINCENTRO

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

MERCOSUR

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

FEMSA Cerveza

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

FEMSA Comercio (OXXO)

Edison No. 1235 Nte.
Col. Talleres
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64480
Tel.: (52) 81-8389-2121
Fax: (52) 81-8389-2144

FEMSA Insumos 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 INFORMACION A LOS ACCIONISTAS

OFICINAS CENTRALES CORPORATIVAS

FEMSA
General Anaya 601 Pte.
Colonia Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64410
Tel.: (52) 81 8328-6000

DIRECTOR JURIDICO

Carlos E. Aldrete Ancira
General Anaya 601 Pte.
Colonia Bella Vista
Monterrey, Nuevo León
México, C.P. 64410
Tel.: (52) 81 8328-6180

AUDITORES EXTERNOS

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.
Representante de Deloitte.
Lázaro Cárdenas 2321 Pte.
Residencial San Agustín
Garza García, Nuevo León
México, C.P. 66260
Tel.: (52) 81 8133-7300

BOLSA DE VALORES Y SIMBOLO

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

BANCO DEPOSITARIO

The Bank of New York
P.O. Box 11256
Church Street Station
New York, NY 10286-1258
Tel.: 1 (888) BNY-DDRS
(269-2377)
Tel.: 1 (610) 382-7835
e-mail: shareowner-svcs@bankofny.com

RELACION CON INVERSIONISTAS

Alan Alanís Peña
Emily Klingbeil
Tel.: (52) 81 8328-6167
Fax: (52) 81 8328-6080
e-mail: investor@femsa.com.mx

COMUNICACION CORPORATIVA

Jaime Toussaint Elosúa
Carolina Alvear Sevilla
Tel.: (52) 81 8328-6148
Fax: (52) 81 8328-6117
e-mail: comunicacion@femsa.com

PARA MAYOR INFORMACION, VISITE NUESTRA PAGINA DE INTERNET EN:

www.femsa.com
www.femsa.com/inversionista

Este Reporte Anual de FEMSA 2005, 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.



FEMSA

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

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

FMX
LISTED
NYSE

