



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

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

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

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

Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las Emisoras de valores y otros participantes del mercado, correspondiente al ejercicio fiscal terminado el 31 de diciembre de 2008

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

El capital social suscrito y pagado al 31 de diciembre de 2008 se encuentra distribuido en:

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

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

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

Las Unidades BD cotizan además, en forma de Acciones Depositarias Americanas (*American Depositary Receipts*) en *The New York Stock Exchange* (NYSE) bajo la clave de cotización FMX.

La Compañía al amparo de un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 5,000,000,000 (cinco mil millones de pesos 00/100 M.N.), con vigencia de cuatro años bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. DGE-428-428 del 2 de julio de 2004, tiene una emisión vigente por Ps. 1,250,000,000 (un mil doscientos cincuenta millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra “FEMSA 04-2” con vencimiento el 2 de julio de 2009.

Así mismo, tiene autorizado otro Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 10,000,000,000 (diez mil millones de pesos 00/100 M.N.) bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. 153/1654782/2007 del 4 de diciembre de 2007. Bajo este Programa se han realizado tres emisiones: (i) Ps. 3,500,000,000 (tres mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra “FEMSA 07”; (ii) UDIs. 637,587,000 (seiscientos treinta y siete millones quinientos ochenta y siete mil), bajo clave de pizarra “FEMSA 07U” y (iii) Ps. 1,500,000,000 (un mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra “FEMSA 08”.

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

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

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

3) INFORMACION FINANCIERA

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

4) ADMINISTRACION

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

5) MERCADO DE CAPITALES

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

6) PERSONAS RESPONSABLES

Personas Responsables

7) ANEXOS

Punto 19. Anexos

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

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

FORMA 20-F

**REPORTE ANUAL DE DE CONFORMIDAD A LA SECCIÓN 13
DE LA LEY DEL MERCADO DE VALORES DE 1934**
Para el ejercicio fiscal concluido el 31 de diciembre de 2008
Número de expediente de la Comisión 328-6167

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

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

Estados Unidos Mexicanos

(Jurisdicción de constitución de la organización)

General Anaya No. 601 Pte.

Colonia Bella Vista

Monterrey, NL 64410 México

(Domicilio de sus principales oficinas ejecutivas)

Juan F. Fonseca

General Anaya No. 601 Pte.

Colonia Bella Vista

Monterrey, NL 64410 México

(52-818) 328-6167

investor@femsa.com.mx

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

Título de cada clase

Nombre de cada Mercado de Valores en que se está registrado

American Depositary Shares, cada uno representa 10 unidades BD, y cada Unidad BD consistiendo en una acción serie B, 2 acciones serie D-B y dos acciones serie D-L, sin valor nominal.

New York Stock Exchange

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

Ninguno

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

Ninguno

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

2,161,177,770

Unidades BD, cada una consiste en una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L, sin expresión de valor nominal.

Las Unidades BD representan un total de 2,161,177,770 Acciones Serie B, 4,322,355,540 Acciones Serie D-B y 4,322,355,540 Acciones Serie D-L.

1,417,048,500

Unidades B, cada una consiste en 5 acciones Serie B sin expresión de valor nominal. Las Unidades B representa un total 7,085,242,500 Acciones Series B.

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

Si

No

Si este reporte es un reporte anual o de transición, marcar si el registrante está obligado a presentar reportes de acuerdo a la Sección 13 o 15(d) de la Ley de Mercado de Valores

Si

No

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

Si

No

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

Si

No

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

Large Accelerated filer

Accelerated filer

Non-accelerated filer

Marcar qué base contable del registrante fue utilizada para preparar los estados financieros incluidos en este expediente:

U.S. GAAP

IFRS

Otra

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

Partida 17

Partida 18

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

Si

No

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

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN.....	1
Glosario de Referencias	1
Conversiones de Moneda y Estimaciones.....	1
Declaraciones sobre Expectativas.....	1
PUNTOS 1–2. NO APLICABLE.....	2
PUNTO 3. INFORMACIÓN CLAVE.....	2
Información Financiera Seleccionada.....	2
Dividendos.....	5
Información sobre Tipo de Cambio	6
Factores de Riesgo.....	7
Coca-Cola FEMSA	7
FEMSA Cerveza.....	10
FEMSA Comercio	12
PUNTO 4. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA	16
La Compañía.....	16
Resumen	16
Antecedentes.....	17
Estructura Corporativa.....	20
Principales Subsidiarias	21
Estrategia de Negocios.....	21
Coca-Cola FEMSA	22
FEMSA Cerveza.....	38
FEMSA Comercio	50
Otros Negocios	54
Descripción de Propiedad, Planta y Equipo.....	55
Seguros	56
Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo.....	57
Asuntos Regulatorios.....	58
PUNTO 4A. COMENTARIOS DE LA COMISIÓN DE MERCADO DE VALORES DE ESTADOS UNIDOS	61
NO RESUELTOS.....	61
PUNTO 5. RESULTADOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS Y PERSPECTIVAS	62
Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres.....	62
Eventos Recientes.....	62
Apalancamiento Operativo	63
Estimaciones y Políticas Contables Críticas	64
Nuevos Pronunciamientos Contables.....	68
Resultados de Operación	72
Liquidez y Recursos de Capital	82
Conciliación U.S. GAAP	90
PUNTO 6. CONSEJEROS, EJECUTIVOS Y EMPLEADOS	91
Consejeros	91
Ejecutivos	98

	Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos	100
	Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA.....	101
	Pólizas de Seguro.....	101
	Acciones Propiedad de la Administración.....	101
	Prácticas del Consejo de Administración.....	102
	Empleados	103
PUNTO 7.	PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS.....	104
	Principales Accionistas	104
	Operaciones con Partes Relacionadas.....	104
	Fideicomiso de Voto.....	104
	Interés de Miembros de la Administración en Ciertas Transacciones	105
	Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company	106
PUNTO 8.	INFORMACIÓN FINANCIERA	107
	Información Financiera Consolidada.....	107
	Política de Dividendos.....	107
	Procedimientos Legales	107
PUNTO 9.	LA OFERTA Y LISTADO.....	109
	Descripción de Valores.....	109
	Mercados de Cotización.....	110
	Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores	111
	Precios Históricos	112
PUNTO 10.	INFORMACIÓN ADICIONAL	114
	Estatutos.....	114
	Tratamiento Fiscal	121
	Documentos Disponibles al Público	127
PUNTO 11.	DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DEL MERCADO	128
	Riesgos Derivados por Tasas de Interés	128
	Riesgos Derivados por Tipo de Cambio	131
	Riesgos Derivados del Capital.....	133
	Riesgos Derivados por el Precio de las Materias Primas	133
PUNTOS 12-14.	NO APLICABLE.....	133
PUNTO 15.	CONTROLES Y PROCEDIMIENTOS	133
PUNTO 16A.	EXPERTO FINANCIERO DEL COMITÉ DE AUDITORÍA.....	134
PUNTO 16B.	CÓDIGO DE ÉTICA.....	134
PUNTO 16C.	PRINCIPALES HONORARIOS Y SERVICIOS DE AUDITORES.....	135
PUNTO 16D.	NO APLICABLE.....	136
PUNTO 16E.	COMPRAS DE INSTRUMENTOS DE CAPITAL POR EL EMISOR Y COMPRADORES AFILIADOS	136
PUNTO 16F.	NO APLICABLE.....	136
PUNTO 16G.	GOBIERNO CORPORATIVO	136
PUNTO 17.	NO APLICABLE.....	138
PUNTO 18.	ESTADOS FINANCIEROS	138
PUNTO 19.	ANEXOS.....	138

INTRODUCCIÓN

Glosario de Referencias

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

“S.A.B.” son las siglas de Sociedad Anónima Bursátil utilizadas para referirse a una compañía listada públicamente, según las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores en México que entraron en vigor en el 2006 y a las cuales nos referimos como Ley del Mercado de Valores.

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

Conversiones de Moneda y Estimaciones

Este informe anual presenta las conversiones de ciertas cantidades en pesos mexicanos a dólares americanos a las tasas especificadas solamente para conveniencia del lector. Estas conversiones no deben interpretarse como declaraciones en cuanto a que los montos en pesos mexicanos realmente representan los montos en dólares o a que se podrían convertir a dólares a la tasa indicada. A menos que se indique lo contrario, tales cantidades de dólares han sido convertidas de pesos mexicanos a un tipo de cambio de Ps. 13.8320 por \$1 dólar, tipo de cambio a la compra al mediodía del 31 de diciembre de 2008 publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York. Al 15 de junio de 2009, el tipo de cambio fue de Ps. 13.4305 por \$1 dólar. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio” para información sobre tipo de cambio desde el 1° de enero de 2004. En nuestros anteriores reportes públicos utilizamos cifras convertidas a dólares tomando como referencia el tipo de cambio cotizado por bancos para el pago de nuestras obligaciones en divisa extranjera, el cual aplicaba al final del periodo correspondiente.

Este informe anual contiene estimaciones basadas en datos internos las cuales creemos son confiables. Los montos mostrados en este informe han sido redondeados, y por lo tanto, los totales pueden no ser equivalentes a la suma de los números presentados.

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

Declaraciones sobre Expectativas

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

PUNTOS 1–2. NO APLICABLE

PUNTO 3. INFORMACIÓN CLAVE

Información Financiera Seleccionada

Este informe anual incluye en el “Punto 18”, nuestro estado de situación financiera consolidado auditado al 31 de diciembre de 2008 y 2007, los estados consolidados de resultados y variaciones en las cuentas de capital contable por los años terminados el 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006; los estados consolidados de flujo de efectivo al 31 de diciembre de 2008 y los estados consolidados de cambios en la situación financiera para los años terminados el 31 de diciembre del 2007 y 2006. Nuestros estados financieros consolidados auditados fueron preparados de acuerdo con las Normas de Información Financiera aplicables en México (“NIF mexicanas”), las cuales difieren en algunos aspectos significativos de los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos de América, o PCGA Americanos (“U.S. GAAP”).

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

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

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

La siguiente tabla muestra cierta información financiera seleccionada de nuestra Compañía. Esta información debe leerse en conjunto con, y está referenciada en su totalidad a los estados financieros consolidados auditados, incluyendo las notas a los mismos. Véase “Punto 18. Estados Financieros”. La información financiera seleccionada se presenta sobre una base consolidada y no necesariamente indica nuestra posición financiera o el resultado de nuestras operaciones en, o para una fecha o periodos futuros.

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

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

	2008⁽¹⁾	2008	2007	2006	2005	2004
(en millones de dólares (“\$”) y millones de pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre de 2008, excepto los porcentajes, los datos por acción y el número promedio ponderado de acciones en circulación)						
Datos del Estado de Resultados:						
NIF Mexicanas:						
Ingresos totales	\$12,147	Ps. 168,022	Ps. 147,556	Ps. 136,120	Ps. 119,462	Ps. 109,500
Utilidad de operación ⁽²⁾	1,640	22,684	19,736	18,637	17,601	15,993
Impuestos a la utilidad ⁽³⁾	304	4,207	4,950	4,608	4,620	2,801
Utilidad neta consolidada	671	9,278	11,936	9,860	9,073	10,729
Utilidad neta mayoritaria	485	6,708	8,511	7,127	5,951	6,917
Utilidad neta minoritaria	186	2,570	3,425	2,733	3,122	3,812
Utilidad neta mayoritaria por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B	0.02	0.33	0.42	0.36	0.31	0.39
Serie D	0.03	0.42	0.53	0.44	0.39	0.49
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B	9,246.4	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9	8,217.6
Serie D	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1	7,683.0
Distribución de utilidades por acción:						
Serie B	46.11%	46.11%	46.11%	46.11%	46.11%	46.11%
Serie D	53.89%	53.89%	53.89%	53.89%	53.89%	53.89%
U.S. GAAP:						
Ingresos totales	\$6,626	Ps. 91,650	Ps. 83,362	Ps. 75,704	Ps. 63,031	Ps. 55,557
Utilidad de operación	570	7,881	7,667	7,821	6,911	6,011
Participación en ingresos de Coca-Cola FEMSA ⁽⁵⁾	216	2,994	3,635	2,420	2,205	2,936
Interés minoritario	18	253	(32)	169	—	(524)
Utilidad neta	495	6,852	8,557	6,973	6,059	7,352
Utilidad neta por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B	0.02	0.34	0.43	0.35	0.32	0.42
Serie D	0.03	0.43	0.53	0.43	0.40	0.52
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B	9,246.4	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9	8,217.6
Serie D	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1	7,683.0

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

	2008⁽¹⁾	2008	2007	2006	2005	2004
(en millones de dólares (“\$”) y millones de pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre de 2008, excepto los datos por acción, el número promedio ponderado de acciones en circulación y porcentajes)						
Datos del Balance General:						
NIF Mexicanas:						
Total activos	\$13,378	Ps. 185,040	Ps. 165,795	Ps. 154,516	Ps. 139,823	Ps. 138,533
Pasivo circulante	3,188	44,094	33,517	28,060	22,510	27,250
Deuda largo plazo ⁽⁶⁾	2,329	32,210	30,665	35,673	32,129	40,563
Otros pasivos largo plazo	856	11,841	11,960	12,575	10,786	10,693
Capital social	387	5,348	5,348	5,348	5,348	4,979
Total capital contable	7,005	96,895	89,653	78,208	74,398	60,027
Interés mayoritario	4,975	68,821	64,578	56,654	52,400	40,314
Interés minoritario	2,030	28,074	25,075	21,554	21,998	19,713

U.S. GAAP:

Total activos	\$9,898	Ps. 136,914	Ps. 124,775	Ps. 114,693	Ps. 98,869	Ps. 92,613
Pasivo circulante	1,710	23,654	18,579	14,814	10,090	16,997
Deuda largo plazo ⁽⁶⁾	1,414	19,557	16,569	18,749	15,177	16,254
Otros pasivos largo plazo	554	7,661	6,323	7,039	4,996	3,470
Interés minoritario	37	505	698	166	52	56
Capital social	387	5,348	5,348	5,348	5,348	4,979
Capital contable	6,184	85,537	82,606	73,925	68,554	55,836

Otra información:

NIF Mexicanas:

Depreciación ⁽⁷⁾	398	Ps. 5,508	Ps. 4,930	Ps. 4,954	Ps. 4,682	Ps. 4,280
Inversiones en activo fijo ⁽⁸⁾	1,029	14,234	11,257	9,422	7,508	7,948
Margen de operación ⁽⁹⁾	13.5%	13.5%	13.4%	13.7%	14.7%	14.6%

U.S. GAAP:

Depreciación ⁽⁷⁾	\$176	Ps. 2,439	\$2,114	Ps. 2,080	Ps. 2,079	Ps. 1,990
Margen de operación ⁽⁹⁾	8.6%	8.6%	9.2%	10.3%	11.0%	10.8%

⁽¹⁾ Conversión a dólares a un tipo de cambio de \$13.8320 pesos mexicanos por \$1.00 dólar, sólo para conveniencia del lector.

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

⁽³⁾ 2008 incluye impuesto sobre la renta. 2007, 2006, 2005 y 2004 incluyen impuesto sobre la renta e impuesto al activo. A partir del 2007 se requirió presentar la participación de los trabajadores en las utilidades en el rubro de “otros gastos”, de acuerdo a la Interpretación de las Normas de Información Financiera No.4, Presentación en el Estado de Resultados de la Participación de los Trabajadores en la Utilidad. La información de años anteriores ha sido modificada para efectos de comparación.

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

⁽⁵⁾ Coca-Cola FEMSA no consolida para propósitos de U.S. GAAP y es registrado bajo método de participación, como se menciona en la Nota 26 a) de nuestros estados financieros consolidados auditados.⁽¹⁾

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

⁽⁷⁾ Incluye rotura de botellas.

⁽⁸⁾ La inversión en activo fijo incluye inversiones en propiedad, planta y equipo, intangibles y otros activos.

⁽⁹⁾ El margen de operación se calcula dividiendo la utilidad de operación entre los ingresos totales.

⁽¹⁾ La Nota 26 aquí referida, relativa a U.S. GAAP, no está contenida en los estados financieros de este reporte anual debido a que no es requerida por las Disposiciones Generales para Emisoras

Dividendos

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

La tabla a continuación indica el monto nominal de dividendos declarados por acción en cada año, en pesos mexicanos y en dólares (U.S.\$), cantidades que fueron realmente pagadas en cada una de las fechas respectivas de pago de los ejercicios fiscales del 2004 al 2008.

Fecha en que se pagó el dividendo	Ejercicio para el cual se declaró el dividendo	Monto total del dividendo declarado	Dividendo por Acción Serie B⁽¹⁾	Dividendo por Acción de Serie B⁽¹⁾	Dividendo por Acción Serie D⁽¹⁾	Dividendo por Acción Serie D⁽¹⁾
31 de mayo de 2005	2004	Ps. 659,997,941	Ps. 0.0371	\$ 0.0034	Ps. 0.0463	\$ 0.0042
15 de junio de 2006	2005	Ps. 986,000,000	Ps. 0.0492	\$ 0.0043	Ps. 0.0615	\$ 0.0054
15 de mayo de 2007	2006	Ps. 1,485,000,000	Ps. 0.0741	\$ 0.0069	Ps. 0.0926	\$ 0.0086
8 de mayo de 2008	2007	Ps. 1,620,000,000	Ps. 0.0807	\$ 0.0076	Ps. 0.1009	\$ 0.0095
4 de mayo de 2009 y 3 de noviembre de 2009 ⁽²⁾	2008	Ps. 1,620,000,000				
4 de mayo de 2009			Ps. 0.0807	\$ 0.0061	Ps. 0.1009	\$ 0.0076
3 de noviembre de 2009			Ps. 0.0807	N/A ⁽³⁾	Ps. 0.1009	N/A ⁽³⁾

⁽¹⁾ El monto de dividendo por serie ha sido ajustado para reflejar el stock split de 3:1 efectivo a partir del 25 de mayo de 2007 para efectos de comparabilidad (a) para 2004, 8,213,220,270 Acciones de la Serie B y 7,678,711,080, de la Serie D, (b) para el 2005, 2006 y 2007, 9,246,420,270 Acciones de la Serie B y 8,644,711,080 de la Serie D, el cual en cada caso representa el número de acciones circulantes a la fecha de la declaración del dividendo ajustado retroactivamente para reflejar el stock split de 3:1.

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

⁽³⁾ El monto en dólares correspondiente al segundo pago de dividendo del 2008 se pagará basándose en el tipo de cambio de la fecha de pago, 3 de noviembre de 2009.

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

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

Sujeto a ciertas excepciones contenidas en el acuerdo de depósito de ADS del 11 de mayo de 2007 celebrado entre nosotros, The Bank of New York, como Depositario de ADS, y los tenedores y beneficiarios ocasionales de nuestras Acciones Depositarias Americanas (“ADS”), demostrados por Recibos de Depósitos Americanos, todo dividendo distribuido a los tenedores de ADS se pagará al Depositario de ADS en pesos mexicanos, y el Depositario de ADS lo convertirá en dólares. Como resultado, las restricciones en la conversión de pesos en divisas extranjeras y las variaciones en el tipo de cambio pueden afectar la capacidad de los tenedores de ADSs para recibir dólares y el monto en dólares recibido por tenedores de nuestros ADSs.

Información sobre Tipo de Cambio

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

Al periodo terminado el 31 de diciembre

	Tipo de Cambio			
	Alto	Bajo	Promedio ⁽¹⁾	Fin de Periodo
2004.....	11.64	10.81	11.29	11.15
2005.....	11.41	10.41	10.89	10.63
2006.....	11.46	10.43	10.91	10.80
2007.....	11.27	10.67	10.93	10.92
2008.....	13.94	9.92	11.21	13.83

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

	Tipo de Cambio		
	Alto	Bajo	Fin de Periodo
2007:			
Primer Trimestre.....	Ps. 11.18	Ps. 10.77	Ps. 11.04
Segundo Trimestre.....	11.03	10.71	10.79
Tercer Trimestre.....	11.27	10.73	10.93
Cuarto Trimestre.....	11.00	10.67	10.92
2008:			
Primer Trimestre.....	Ps.10.97	Ps.10.63	Ps.10.63
Segundo Trimestre.....	10.60	10.27	10.30
Tercer Trimestre.....	10.97	9.92	10.97
Cuarto Trimestre.....	13.94	10.97	13.83
Diciembre.....	13.83	13.09	13.83
2009:			
Enero.....	Ps. 14.33	Ps. 13.33	Ps. 14.33
Febrero.....	15.09	14.13	15.09
Marzo.....	15.41	14.02	14.21
Abril.....	13.89	13.05	13.80
Mayo.....	13.83	12.89	13.18
Junio ⁽¹⁾	13.64	13.16	13.43

⁽¹⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2009.

Factores de Riesgo

Riesgos Relacionados con Nuestra Compañía

Coca-Cola FEMSA

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

En 2008, aproximadamente el 98% del volumen de ventas de Coca-Cola FEMSA fue producto de las ventas de bebidas marca registrada *Coca-Cola*. En cada uno de sus territorios, Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye bebidas marca registrada *Coca-Cola* a través de contratos de embotellador estándar. A través de los derechos otorgados por medio de los contratos de embotellador y como uno de los principales accionistas, The Coca-Cola Company tiene la capacidad de ejercer influencia significativa sobre el comportamiento del negocio de Coca-Cola FEMSA.

Conforme a contratos de embotellador, The Coca-Cola Company establece de manera unilateral los precios para su concentrado. En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente en un periodo de tres años los precios de concentrado para refrescos en México comenzando en el 2007 y en Brasil en el 2006. Estos incrementos han sido implementados en su totalidad en Brasil y serán totalmente implementados en México durante el 2009. Coca-Cola FEMSA preparó un plan de negocios a tres años que presentó a su consejo de administración para su aprobación. The Coca-Cola Company puede solicitar que se demuestre la capacidad financiera de Coca-Cola FEMSA para cumplir con sus planes y podría dar por terminados los derechos para producir, comercializar y distribuir bebidas carbonatadas en los territorios en los que Coca-Cola FEMSA cuenta con dicha autorización. The Coca-Cola Company también contribuye de manera importante al gasto de comercialización de Coca-Cola FEMSA, aunque no está obligado a contribuir en una cantidad en particular. Asimismo, se le prohíbe a Coca-Cola FEMSA embotellar, producir o distribuir cualquier otra bebida carbonatada sin la autorización o consentimiento de The Coca-Cola Company. No le es posible a Coca-Cola FEMSA ceder control sobre los derechos de embotellador de cualquiera de sus territorios sin el consentimiento de The Coca-Cola Company.

Coca-Cola FEMSA depende de The Coca-Cola Company para la renovación de los contratos de embotellador. Estos contratos de embotellador para dos de sus territorios mexicanos vencen en 2013 y para sus otros dos territorios mexicanos vencen en 2015. Estos contratos de embotellador son renovables en ambos casos en periodos de diez años. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Guatemala, Nicaragua, Panamá (otras bebidas), Costa Rica, Venezuela y Colombia vencen el 31 de julio de 2009, de conformidad con cartas de extensión y son renovables por acuerdo entre las partes. El contrato de embotellador para bebidas marca registrada *Coca-Cola* para Panamá tiene un plazo indefinido pero podría concluirse al notificarse por escrito con seis meses de anticipación. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Argentina vence en 2014. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA en Brasil expiró en diciembre del 2004, sin embargo, después de la compra del territorio de Refrigerantes Minas Gerais Ltda. (REMIL) en Brasil, Coca-Cola FEMSA está negociando un solo contrato de embotellador para todo Brasil. Coca-Cola FEMSA está en el proceso de negociar renovaciones para estos contratos en términos y condiciones similares como a los de otros países, mientras tanto, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company actualmente están operando bajo los términos de los contratos existentes. No hay certeza de que The Coca-Cola Company decidirá renovar estos contratos o sobre los términos y condiciones de dichas renovaciones. Del mismo modo, en caso de un incumplimiento material de estos contratos pueden darse por terminados. La terminación impediría a Coca-Cola FEMSA comercializar bebidas marca registrada *Coca-Cola* en el territorio afectado y tendría una repercusión adversa sobre su negocio, condición financiera, prospectos, resultados de operación y flujos de efectivo.

The Coca-Cola Company influye sustancialmente en el comportamiento del negocio de Coca-Cola FEMSA, lo cual puede resultar en una toma de decisiones contraria al interés del resto de los accionistas de Coca-Cola FEMSA.

The Coca-Cola Company ejerce una influencia significativa en la dirección del negocio de Coca-Cola FEMSA. The Coca-Cola Company es tenedora de manera indirecta el 31.6% de las acciones del capital en circulación, representando el 37.0% del capital con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA. The Coca-Cola Company está autorizada para designar cuatro de sus 18 consejeros así como algunos funcionarios de alto nivel, y a excepción de ciertas circunstancias, tiene el poder de veto sobre todas las acciones que requieran autorización del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA. Nosotros tenemos derecho a nombrar 11 de los 18 consejeros de Coca-Cola FEMSA y de ciertos directivos. The Coca-Cola Company, tiene el poder de determinar el resultado de acciones que se sujetan a la aprobación del consejo de administración y de los accionistas de Coca-Cola FEMSA. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos Principales—Coca-Cola FEMSA”. Los intereses de The Coca-Cola Company podrían diferir de los intereses de los otros

accionistas de Coca-Cola FEMSA y podrían hacer que Coca-Cola FEMSA emprenda acciones que quizá no sean del interés del resto de sus accionistas.

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

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

La competencia podría ocasionar efectos adversos sobre el desempeño financiero de Coca-Cola FEMSA.

La industria de bebidas en Latinoamérica es altamente competida. Coca-Cola FEMSA se enfrenta a la competencia de otros embotelladores de refrescos como productos de Pepsi y productores de bebidas de precio bajo o “marcas B”. También compite contra bebidas diferentes a las bebidas carbonatadas como el agua, jugos de frutas y bebidas deportivas. A pesar de que las condiciones competitivas son diferentes en cada uno de sus territorios, Coca-Cola FEMSA compite principalmente en términos de precio, empaque, promociones de venta para el consumidor, servicio al cliente e incentivos al detallista. No existe certeza alguna de que Coca-Cola FEMSA podrá evitar la disminución de precios como resultado de la presión ejercida por la competencia. La disminución de precios, los cambios realizados como respuesta a los competidores y los cambios en las preferencias del consumidor podrían tener un efecto negativo sobre su desempeño financiero.

El principal competidor de Coca-Cola FEMSA en México es The Pepsi Bottling Group (PBG). PBG es el embotellador más grande de Pepsi a nivel mundial que compite con las bebidas marca registrada *Coca-Cola*. Del mismo modo, Coca-Cola FEMSA ha experimentado mayor competencia en México por parte de productores de bebidas carbonatadas de bajo precio en presentaciones más grandes en tamaños familiares. En la categoría de jugos, el competidor principal de Coca-Cola FEMSA es Jumex, el productor más grande del país, mientras que en la categoría de agua, la marca *Bonafont*, propiedad de Danone, es su principal competidor. En Argentina y Brasil, compite con la empresa Companhia de Bebidas das Americas, a la que nos referimos como AmBev, el mayor productor de cerveza en Latinoamérica y una subsidiaria de Anheuser-Busch InBev N.V./S.A., comúnmente referida como A-B InBev, que vende productos Pepsi, en adición a un portafolio que incluye cerveza y marcas locales de sabores como guaraná. En cada uno de sus territorios Coca-Cola FEMSA, compite con embotelladores de Pepsi y con otros embotelladores y distribuidores que publicitan bebidas carbonatadas nacionales o regionales.

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

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

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

El agua es un componente de gran importancia en la elaboración de los productos de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA obtiene agua de diferentes fuentes en sus territorios, incluyendo manantiales, pozos, ríos y compañías de aguas municipales. En México, Coca-Cola FEMSA obtiene agua de compañías de aguas municipales y bombea agua de pozos de acuerdo a las concesiones otorgadas por el gobierno mexicano. La mayor parte del agua utilizada en la producción de bebidas carbonatadas en México la obtiene mediante concesiones que el gobierno mexicano otorgó con base en estudios de suministro de agua subterránea existente y proyectada. En México, las actuales concesiones de agua de Coca-Cola FEMSA podrían darse por terminadas por parte de las autoridades gubernamentales bajo ciertas circunstancias y su renovación depende de la obtención de las autorizaciones necesarias por parte de las autoridades municipales y/o federales

en materia de agua. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Asuntos Regulatorios”. En algunos de sus otros territorios, el suministro de agua actual podría no ser suficiente para satisfacer las futuras necesidades de producción y el suministro de agua disponible podría verse afectado por escasez o cambios en los reglamentos gubernamentales.

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

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

La materia prima más importante para Coca-Cola FEMSA es el concentrado que adquiere de compañías afiliadas a The Coca-Cola Company, materiales de empaque y edulcorantes. Los precios del concentrado son determinados por The Coca-Cola Company de acuerdo con los contratos de embotellador en moneda local como un porcentaje del precio de menudeo promedio ponderado, neto de los impuestos aplicables. En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente los precios de concentrado para refrescos en un periodo de tres años en México, lo cual comenzó en el 2007 y en Brasil en el 2006. Estos incrementos se han implementado en su totalidad en Brasil y se implementarán por completo en México durante el 2009. Los precios de las materias primas restantes se contratan según los precios de mercado y su disponibilidad local así como la imposición de aranceles de importación y restricción a las mismas y la fluctuación en los tipos de cambio. Coca-Cola FEMSA también está sujeta a satisfacer todas sus necesidades a través de proveedores aprobados por The Coca-Cola Company lo que limita el número de proveedores con los que cuenta. Los precios de venta se denominan en la divisa local en la que Coca-Cola FEMSA opera, mientras que los precios de algunos materiales incluidos aquellos utilizados en el embotellamiento de sus productos (principalmente jarabe de alta fructuosa y resina y preformas utilizadas para producir botellas de plástico, botellas de plástico terminadas y latas de aluminio) se pagan en o determinan su precio con referencia al dólar. Estos precios podrían encarecerse en caso de que el dólar estadounidense sufriera una revaluación frente a la divisa de cualquiera de los países en los que Coca-Cola FEMSA opera, como sucedió en el 2008. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Coca-Cola FEMSA—Materias Primas”.

Después del concentrado, el material de empaque y los edulcorantes constituyen la porción más grande del costo de materia prima para Coca-Cola FEMSA. El costo de materia prima de empaque más significativo de Coca-Cola FEMSA, es resultado de la compra de resina y preformas de plástico utilizadas para producir botellas de plástico y de botellas de plástico terminadas, cuyos precios están relacionados con los precios del petróleo y el suministro mundial de resina. El promedio de los precios en dólares americanos que Coca-Cola FEMSA paga por la resina disminuyeron significativamente en 2008, aunque los precios podrían incrementar en el futuro. Los precios del azúcar en todos los países en los que opera Coca-Cola FEMSA distintos a Brasil, están sujetos a regulaciones locales y otras barreras que condicionan la entrada al mercado, por lo que paga una mayor cantidad comparada con los precios internacionales del mercado por este producto. Adicionalmente, durante los últimos años los precios del azúcar han sido un tanto volátiles, y aunque los precios de mercado disminuyeron en las principales operaciones de Coca-Cola FEMSA, pueden incrementar de forma que no se puede predecir. En Venezuela Coca-Cola FEMSA ha experimentado una escasez de azúcar, lo cual ha afectado adversamente sus operaciones. Esta escasez fue resultado de la insuficiente producción interna para satisfacer la demanda y restricciones actuales para la importación de azúcar.

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

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

Los productos Coca-Cola FEMSA están sujetos a ciertos impuestos en la mayoría de los países en los que opera. La imposición de nuevos impuestos o el aumento en los mismos sobre sus productos podría afectar negativamente su negocio, condición financiera, prospectos y estado de resultados. Ciertos países en Centroamérica, Argentina y Brasil tienen impuestos sobre las bebidas no alcohólicas. No podemos garantizar que las autoridades gubernamentales en los países donde opera Coca-Cola FEMSA no impongan o aumenten en un futuro los impuestos a los productos de Coca-Cola FEMSA.

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

Coca-Cola FEMSA está sujeta a las leyes aplicables en cada uno de los territorios en los que opera. Las áreas principales en las que están sujetos a la legislación aplicable son: medio ambiente, materia laboral, fiscal, salud y ley antimonopolio. Estas regulaciones también pueden afectar la habilidad de Coca-Cola FEMSA para fijar precios en sus

productos. La adopción de nuevas leyes o marcos regulatorios en los países en los que opera Coca-Cola FEMSA podría aumentar sus costos de operación o imponer restricciones a sus operaciones, lo cual podría afectar adversamente su condición financiera, negocio y resultado de operación. En particular, las normas en materia de medio ambiente se están volviendo más estrictas en muchos de los países en los que Coca-Cola FEMSA opera y está en el proceso de dar cumplimiento a estos estándares. Cambios adicionales en las actuales regulaciones podrían resultar en un incremento en los costos de cumplimiento de sus obligaciones, lo cual podría tener un efecto adverso sobre los resultados de operación futuros o sobre la situación financiera de Coca-Cola FEMSA.

Históricamente en muchos de los países en los que opera Coca-Cola FEMSA se ha impuesto la restricción voluntaria de precios o el control de precios reglamentario. La imposición de estas restricciones en el futuro podría tener un efecto negativo sobre sus resultados de operación y posición financiera. A pesar de que desde enero de 1996 los embotelladores mexicanos han tenido la libertad de fijar los precios para las bebidas carbonatadas no alcohólicas sin intervención alguna del gobierno, dichos precios estuvieron sujetos a la voluntaria restricción de precios o el control de precios reglamentario que en efecto limitaron la capacidad de Coca-Cola FEMSA de incrementar los precios en el mercado mexicano sin autorización del gobierno. Las autoridades gubernamentales podrían imponer el control de precios reglamentario o restricciones voluntarias para precios en el futuro en cualquiera de los países donde opera Coca-Cola FEMSA.

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

FEMSA Cerveza

Condiciones económicas desfavorables en México, Brasil o en Estados Unidos pueden afectar negativamente el negocio de FEMSA Cerveza.

La demanda de los productos de FEMSA Cerveza podría ser afectada por las condiciones económicas en México, Brasil y Estados Unidos. En particular, la demanda en el norte de México, donde hay un gran número de poblaciones fronterizas, puede verse desproporcionalmente afectada por el comportamiento de la economía en Estados Unidos, aunque la demanda en el norte de México se mantuvo estable durante 2008 y en el primer trimestre del 2009. Adicionalmente, las exportaciones de FEMSA Cerveza a los Estados Unidos podrían afectarse por menor demanda de este país o por una reducción en precios por parte de sus competidores.

Una devaluación del peso mexicano podría afectar los resultados de operación de FEMSA Cerveza, ya que una porción significativa de nuestros costos y gastos están denominados en dólares o determinados con referencia al dólar. En 2008, el costo de ventas de FEMSA Cerveza incrementó 9.6% comparado con 2007, en parte como resultado de los costos y gastos determinados con referencia al dólar y a la depreciación del peso mexicano.

La incertidumbre en los precios de mercado de las materias primas usadas en la producción de la cerveza puede resultar en un aumento de los costos y afectar negativamente el resultado de las operaciones de FEMSA Cerveza.

FEMSA Cerveza compra una cantidad de insumos para la producción de sus productos (principalmente aluminio, cebada, malta y lúpulo) de productores mexicanos o en el mercado internacional. Los precios de tales insumos pueden fluctuar, y están determinados por la oferta y la demanda global y otros factores, incluyendo el tipo de cambio, sobre los cuales FEMSA Cerveza no tiene control. Los precios de mercado del aluminio han sido particularmente volátiles durante la segunda mitad del 2008, y esta volatilidad también ha afectado a otros insumos que compramos. El precio en dólares del aluminio pagado por FEMSA Cerveza en 2008 estuvo estable comparado con el 2007.

Además, debido a que los precios de aluminio están denominados en dólares, una apreciación del dólar frente al peso mexicano incrementa el costo del aluminio para FEMSA Cerveza como un porcentaje de venta neto, ya que sus ventas son generalmente en pesos mexicanos. A pesar de la caída en los precios internacionales de granos y aluminio durante la segunda mitad del año, los precios promedio de FEMSA Cerveza para ciertos insumos fueron mayores que los precios del mercado debido a contratos de cobertura implementados a principio de año, consistente con nuestra estrategia de administración de riesgos. Los precios promedio en dólares de los granos para FEMSA Cerveza incrementaron más del 35% en el 2008, lo que derivó en una disminución de nuestros resultados de operación. No se puede garantizar que FEMSA Cerveza podrá recuperar los aumentos en el costo de las materias primas en los precios a los que vende sus productos.

Véase “Punto 4. Información de la Compañía—FEMSA Cerveza—Materias Primas”. Un incremento adicional en el costo de las materias primas podría afectar negativamente los resultados de operación y flujos de efectivo de FEMSA Cerveza.

Las ventas de FEMSA Cerveza en Estados Unidos están sujetas a los acuerdos de distribución con Heineken USA.

Heineken USA Inc., o Heineken USA, es el importador, comercializador y distribuidor exclusivo de las marcas de cerveza de FEMSA Cerveza en Estados Unidos. En abril del 2007 FEMSA Cerveza y Heineken USA firmaron un nuevo acuerdo de importación en Estados Unidos por diez años, el cual inició en enero del 2008; por lo tanto, Heineken USA continuará siendo el importador, comercializador y vendedor exclusivo en Estados Unidos de las marcas de cerveza de FEMSA Cerveza. Por consiguiente, las exportaciones de FEMSA Cerveza a los Estados Unidos dependerán en gran medida del desempeño de Heineken USA bajo este acuerdo. Véase “Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas—Eventos Recientes”. No podemos asegurar que Heineken USA podrá mantener o aumentar las ventas de las marcas de cerveza de FEMSA Cerveza en los Estados Unidos ni que cuando finalice este nuevo acuerdo en diciembre del 2017, FEMSA Cerveza podrá renovar el acuerdo o celebrar un contrato sustituto bajo términos comparables.

Las ventas de FEMSA Cerveza en el mercado mexicano dependen de su capacidad para competir con Grupo Modelo.

FEMSA Cerveza compite con Grupo Modelo S.A.B. de C.V., o Grupo Modelo, en el mercado mexicano de cerveza. La capacidad de FEMSA Cerveza para competir de manera exitosa en el mercado mexicano de cerveza tendrá un impacto significativo en sus ventas. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—FEMSA Cerveza—El Mercado Mexicano de Cerveza”.

Las ventas de FEMSA Cerveza en el mercado brasileño dependen de su capacidad para competir con AmBev y las cerveceras locales.

FEMSA Cerveza, en el mercado brasileño de cerveza compite con AmBev, propiedad en un 61.8% de A-B InBev, la mayor compañía cervecera a nivel mundial, así como también con Grupo Schincariol y Cervejaria Petropolis. La capacidad de FEMSA Cerveza para competir de manera exitosa en el mercado brasileño de cerveza tendrá un impacto significativo en sus ventas. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—FEMSA Cerveza—El Mercado Brasileño de Cerveza”.

La competencia de las importaciones en el mercado mexicano de cerveza está incrementando y podría afectar negativamente el negocio de FEMSA Cerveza.

Las importaciones representaron el 2.4% en términos de volumen de ventas en el mercado mexicano de cerveza del 2008. El aumento de la competencia de importación, sin embargo, podría resultar de la potencial entrada de nuevos competidores o un cambio en las preferencias de los consumidores en México y podría llevar a una mayor competencia en general, lo cual podría afectar negativamente a FEMSA Cerveza, sus condiciones financieras y los resultados de sus operaciones. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—FEMSA Cerveza—El Mercado Mexicano de Cerveza”.

Cambios en el marco regulatorio en nuestros principales mercados podrían afectar negativamente el desarrollo de los negocios de FEMSA Cerveza.

Los negocios de FEMSA Cerveza se realizan conforme a diversas regulaciones gubernamentales en nuestros mercados clave de México, Brasil y Estados Unidos, y en consecuencia podrían verse afectados por cambios en las leyes, regulaciones o la política reglamentaria. Particularmente en México, las acciones que pudieran tomar las autoridades federales y locales, específicamente cambios en políticas gubernamentales en relación a impuestos especiales y de valor agregado, regulaciones para bebidas alcohólicas, incluyendo publicidad y acciones gubernamentales relacionadas con la práctica de la industria cervecera de financiar y brindar soporte en el punto de venta a través de acuerdos o arreglos con comerciantes minoristas para que vendan y promuevan productos de empresas cerveceras, podrían tener un efecto material en el negocio de FEMSA Cerveza, su situación financiera y los resultados de sus operaciones.

La regulación federal sobre consumo de cerveza en México se grava mediante un impuesto especial sobre producción y servicios (“IEPS”) del 25%, el cual incluye un impuesto mínimo de Ps. 3.00 por litro de cerveza en envase no retornable, Ps. 1.74 por litro de cerveza en envase retornable y un impuesto sobre el valor agregado del 15%. Actualmente, no prevemos un aumento a estas tasas, pero las normas federales sobre impuestos especiales pueden cambiar en el futuro, resultando en un aumento o disminución del impuesto. Las regulaciones locales se llevan a cabo principalmente a través de

la emisión de licencias, que autorizan a los comercios a vender bebidas alcohólicas. Otras normas referentes al consumo de cerveza en México varían según las diferentes jurisdicciones locales e incluyen limitaciones de los horarios en que restaurantes, bares y otros comercios minoristas pueden vender cerveza. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—FEMSA Cerveza—El Mercado Mexicano de Cerveza”.

Es posible que FEMSA Cerveza no logre mejorar el desempeño de sus operaciones en Brasil.

FEMSA Cerveza es propietaria del 83% de la cervecera brasileña Cervejarias Kaiser Brasil, S.A. (“Kaiser”). Antes de esta adquisición, la rentabilidad de Kaiser y su posición de mercado habían caído como resultado de cambios operativos implementados por los anteriores dueños y a la mayor competencia en dicho mercado. Por lo tanto, los márgenes de Kaiser son inferiores a los de FEMSA Cerveza en México. Debido a que los precios de la mayoría de las materias primas que Kaiser compra están determinadas con referencia al dólar y Kaiser obtiene todos sus ingresos en reales brasileños, una apreciación del dólar frente al real brasileño podría incrementar el costo real de materias primas de Kaiser, como sucedió en 2008 y en el primer trimestre de 2009. Adicionalmente, desde 2008, Kaiser ha experimentado importantes incrementos en los precios de las materias primas en dólares. FEMSA Cerveza continúa implementando una serie de iniciativas para buscar mejorar el desempeño de Kaiser, donde las condiciones de mercado difieren sustancialmente de las del mercado mexicano de cerveza. Estas iniciativas de FEMSA Cerveza pueden no ser exitosas en mejorar el desempeño de Kaiser, lo cual afectaría negativamente el crecimiento en ventas y los márgenes operativos de FEMSA Cerveza.

Una escasez del suministro de agua podría afectar negativamente las operaciones de FEMSA Cerveza.

FEMSA Cerveza adquiere agua de organismos gubernamentales mexicanos y extrae agua de pozos propios de acuerdo a ciertas concesiones otorgadas por el gobierno mexicano.

FEMSA Cerveza cree que sus concesiones garantizan el suministro de agua para satisfacer sus requerimientos actuales y futuros. Sin embargo, no podemos garantizar que eventos climáticos adversos no podrían afectar la disponibilidad de agua para satisfacer las necesidades futuras de producción de FEMSA Cerveza, o de que las concesiones no sean revocadas o renovadas por el gobierno mexicano. Cualquiera de estos acontecimientos o acciones podrá afectar negativamente al negocio de FEMSA Cerveza, su situación financiera y los resultados de sus operaciones.

FEMSA Comercio

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

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

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

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

FEMSA Comercio podría no mantener su ritmo histórico de crecimiento.

FEMSA Comercio incrementó el número de tiendas OXXO a un ritmo promedio anual de 16% durante el periodo de 2004 al 2008. En este periodo, la rápida expansión ha impulsado un crecimiento en ventas y en la utilidad de operación de FEMSA Comercio. Conforme aumenta la base existente de OXXOs, es probable que el ritmo de crecimiento, medido en porcentaje, tienda a disminuir. Adicionalmente, conforme aumenta la penetración en el número de tiendas de conveniencia en México, tenderá a disminuir el número de ubicaciones viables para establecer un OXXO; además estas nuevas ubicaciones podrían ser menos favorables en términos de ventas-mismas-tiendas, “ticket” promedio y tráfico por tienda. Como consecuencia, los resultados operativos y la situación financiera futura de FEMSA Comercio podrían no ser consistentes con periodos anteriores y se podría caracterizar por menores tasas de crecimiento en cuanto a ingresos totales y utilidad de operación.

Riesgos Relacionados con Nuestros Principales Accionistas y Nuestra Estructura de Capital

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

Al 29 de mayo de 2009, un Fideicomiso de Voto, cuyos participantes son integrantes de cinco familias, era propietario del 38.69% de nuestro capital social y del 74.86% de nuestro capital con derecho de voto, que consiste en las Acciones de Serie B. Por consiguiente, el Fideicomiso de Voto tiene el poder de elegir la mayoría de los miembros de nuestro consejo de administración y de desempeñar un papel significativo de control sobre el resultado de prácticamente todos los asuntos que deben decidir nuestro consejo de administración o nuestros accionistas. Los intereses del Fideicomiso de Voto pueden diferir de los intereses de los otros accionistas de la Compañía. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas” y “Punto 10. Información Adicional—Estatutos—Derechos de Voto y Ciertos Derechos de las Minorías”.

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

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

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

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

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

Bajo las leyes mexicanas, si nosotros emitimos nuevas acciones por efectivo como una parte de un aumento de capital, exceptuando una oferta pública de nuevas acciones o acciones en tesorería, por lo general se nos exige conceder a nuestros accionistas el derecho de preferencia de compra de una cantidad suficiente de acciones para mantener su porcentaje de propiedad existente. Los derechos de compra de acciones en estas circunstancias se conocen como derechos preferenciales. Es posible que no se nos permita legalmente ofrecer a los tenedores de acciones de la Compañía o de ADSs ubicados en los Estados Unidos derechos preferenciales en aumentos de capital futuros a menos que (1) presentemos una declaración de registro ante la *Securities and Exchange Commission* (“SEC”) con respecto a la emisión futura de acciones, o

(2) el ofrecimiento califique para una exención de los requisitos de registro de la Ley de Valores de los Estados Unidos de 1933 (*U.S. Securities Act of 1933*, o la “Ley de Valores”). En el momento de cualquier aumento de capital futuro, evaluaremos los costos y obligaciones potenciales asociados con la presentación de una declaración de registro ante la SEC, así como los beneficios de los derechos preferenciales para los tenedores de nuestras acciones en la forma de ADSs en los Estados Unidos y cualesquiera otros factores que consideremos importantes para decidir si presentar o no una declaración de registro.

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

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

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

Los inversionistas podrían experimentar dificultades para exigirnos a nosotros o a nuestros consejeros, directivos o personas de control el cumplimiento de responsabilidades civiles.

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

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

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

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

FEMSA es una compañía controladora. Por lo tanto, el flujo de efectivo de FEMSA deriva principalmente de los dividendos, intereses y otras distribuciones que las subsidiarias efectúan a FEMSA. En la actualidad, las subsidiarias de FEMSA no tienen obligaciones contractuales que les exijan pagar dividendos a FEMSA. Adicionalmente, las deudas y otras obligaciones contractuales de nuestras subsidiarias pueden imponer en el futuro restricciones en la capacidad de pago de dividendos u otros pagos a FEMSA de las subsidiarias, lo que a su vez podrá afectar negativamente la capacidad de pago de dividendos de FEMSA a los accionistas y la capacidad de cumplir con sus obligaciones.

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

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

Somos una sociedad mexicana, y nuestras operaciones mexicanas son el territorio geográfico más importante en lo individual. Para el año finalizado el 31 de diciembre de 2008, el 66% de nuestros ingresos totales consolidados se atribuyeron a México. La economía mexicana actualmente está experimentando un descenso como resultado del impacto de la crisis financiera global en muchas de las economías emergentes durante la segunda mitad del año. En el primer trimestre del 2009, el producto interno bruto mexicano o PIB se contrajo aproximadamente 3.3% en términos anualizados versus el mismo periodo en 2008. La economía mexicana sigue estando fuertemente influenciada por la economía de Estados Unidos, por lo tanto, cualquier deterioro adicional en las condiciones económicas o retrasos en la recuperación económica de Estados Unidos podría complicar la recuperación de México. En el pasado, México ha experimentado periodos prolongados de debilidad y deterioros en las condiciones económicas que han tenido un impacto negativo en nuestros resultados de operación. Debido a la desaceleración económica global de 2008 y 2009, la cual también afectó a la economía mexicana, no podemos garantizar que dichas condiciones no tendrán un efecto adverso material en los resultados operativos y nuestra situación financiera.

Nuestro negocio podría ser afectado significativamente por las condiciones generales de la economía mexicana o por la tasa de inflación en México, las tasas de interés en México y los tipos de cambio o control de cambios del peso mexicano. Bajos en la tasa de crecimiento de la economía mexicana, periodos de decrecimiento y/o crecimientos en inflación o las tasas de interés podrían resultar en una baja en la demanda de nuestros productos, menor precio real de nuestros productos o un cambio hacia productos de menor margen. Debido a que un gran porcentaje de nuestros costos y gastos son fijos, no podríamos reducir costos y gastos en caso de ocurrir cualquiera de esos sucesos, y nuestros márgenes de utilidad podrían sufrir como resultado.

Adicionalmente, un incremento en tasas de interés en México podría incrementar nuestro costo en financiamientos denominados en pesos mexicanos con tasas de interés variables, que fue 45% del total de nuestra deuda al 31 de diciembre de 2008 (incluyendo el efecto de swap de tasa de interés), y podrían tener un efecto adverso en nuestra posición financiera y en los resultados de operación. Durante el 2008, debido a las restricciones en el mercado internacional crediticio y a la limitada disponibilidad de créditos en los mercados internacionales, así como también cambios en la mezcla de monedas en nuestra deuda, nuestra tasa de interés promedio ponderado incrementó 70 puntos base.

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

Una depreciación del peso relativa al dólar incrementa el costo de la porción de materias primas que adquirimos, cuyo precio es pagado o determinado en referencia al dólar, y de nuestras obligaciones de deuda denominada en dólares americanos, de tal modo podría tener un efecto negativo en nuestra situación financiera y los resultados netos de las operaciones. Una severa devaluación o depreciación del peso mexicano podría resultar en una interrupción en los mercados de tipos de cambio internacionales y podría limitar nuestra habilidad para transferir o convertir pesos mexicanos a dólares americanos y a otras monedas con el propósito de hacer pagos programados de intereses y principal de nuestro endeudamiento. Aun y cuando el peso mexicano se ha comportado bastante estable frente al dólar desde el 2004, a partir del cuarto trimestre de 2008 y continuando en 2009, el peso se ha depreciado aproximadamente un 25% en comparación con 2007 como resultado de la incertidumbre en los mercados internacionales y la caída en la economía de los Estados Unidos.

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

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

Los acontecimientos políticos en México podrían afectar negativamente nuestras operaciones.

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

Condiciones económicas y políticas en otros países de Latinoamérica en donde operamos podrían afectar negativamente nuestro negocio.

Además de operar en México, nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA tiene operaciones en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina; y nuestra subsidiaria FEMSA Cerveza a partir de 2006, tiene operaciones en Brasil. Estos países nos exponen a diferentes o riesgos país mayores en comparación con México. Cambios en la preferencia del consumidor, precios reales y el costo de las materias primas son fuertemente influenciados por las condiciones macroeconómicas o políticas de los países en los que operamos. Estas condiciones varían por país y pueden no estar correlacionadas con las condiciones de nuestras operaciones en México. En particular, Brasil y Colombia quienes históricamente han presentado volatilidad económica e inestabilidad política, se han visto beneficiados últimamente por las altas tasas de crecimiento y la relativa estabilidad económica. En Venezuela, Coca-Cola FEMSA ha enfrentado riesgos cambiarios así como paros en sus operaciones y potencial escasez de materia prima. Coca-Cola FEMSA también ha enfrentado disturbios por periodos cortos en sus operaciones en Venezuela en años pasados. El deterioro de las condiciones políticas y económicas en muchos de los países en los que operamos podría tener un efecto adverso en nuestros resultados financieros y de las operaciones.

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA en territorios fuera de México incrementaron a una tasa mayor a la de los territorios mexicanos en 2008. Esta tasa mayor del crecimiento de ingresos totales podría resultar en una mayor contribución de los resultados de operación para estos territorios, pero como resultado podría también exponernos a grandes riesgos en estos territorios. En 2008, la devaluación de la moneda local con respecto al dólar, en nuestros territorios fuera de México, incrementó nuestros costos operativos en esos países, y una depreciación con respecto al peso mexicano afectó negativamente nuestros resultados de las operaciones en esos países dado que se reporta en nuestros estados financieros. En años recientes el valor de las monedas en los países en donde operamos se ha comportado relativamente estable. No obstante en 2008, como consecuencia de la incertidumbre en los mercados internacionales y la caída de la economía de Estados Unidos, estas monedas se depreciaron significativamente contra el dólar americano. Futuras devaluaciones en las monedas o la imposición de controles de cambios en cualquiera de estos países, incluyendo México, podría tener un impacto negativo en nuestros resultados financieros y de operación.

PUNTO 4. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

La Compañía

Resumen

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

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

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

Antecedentes

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

En 1891, su primer año de producción, Cuauhtémoc produjo 2,000 hectolitros de cerveza. Cuauhtémoc continuó con su expansión a través de adiciones a su capacidad de producción existente de la planta y mediante adquisiciones de otras cervecerías mexicanas, y desde entonces ha seguido incrementando su capacidad de producción en México, llegando a aproximadamente 37,080 millones de hectolitros en el 2008.

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

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

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

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

Al terminar estas operaciones, iniciamos una serie de operaciones estratégicas destinadas a fortalecer las posiciones competitivas de nuestras subsidiarias operativas. Estas operaciones incluyeron la venta de una participación estratégica del 30% en Coca-Cola FEMSA a una subsidiaria propiedad de The Coca-Cola Company y la subsiguiente oferta pública de acciones de Coca-Cola FEMSA, ambas en 1993, y la venta de una participación estratégica del 22% en FEMSA Cerveza a

Labatt Brewing Company Limited, a la cual nos referimos como Labatt, en 1994. Labatt, fue más tarde adquirida por InBev, S.A. o InBev (conocida en el momento de la adquisición de Labatt como Interbrew N.V./S.A. o Interbrew y actualmente referida como A-B InBev), posteriormente aumentó su participación en FEMSA Cerveza al 30%.

En 1998, finalizamos una reorganización que:

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

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

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

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

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

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

El 3 de noviembre de 2006, adquirimos 148,000,000 Acciones Serie D de Coca-Cola FEMSA, de ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, representando el 8.02% del capital total de Coca-Cola FEMSA. Adquirimos estas acciones a un precio por acción de \$2.888 dólares, arrojando un monto total de \$427.4 millones de dólares, de acuerdo con un memorándum de entendimiento con The Coca-Cola Company. Al 29 de mayo de 2009, FEMSA indirectamente es propietaria del 53.7% del capital de Coca-Cola FEMSA (63.0% de su capital accionario con derecho total de voto) y The Coca-Cola Company indirectamente es propietaria del 31.6% del capital de las acciones de Coca-Cola FEMSA (37% de su capital accionario con derecho total de voto). El 14.7% restante consiste en Acciones Serie L con derecho limitado de voto, las cuales se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) y en el NYSE en forma de Acciones Depositarias Americanas ("ADSs") bajo el símbolo de KOF.

En marzo del 2007, en la Asamblea General Ordinaria Anual, nuestros accionistas aprobaron la subdivisión (split) en razón de tres a uno en todas las acciones en circulación de FEMSA, aplicando también en nuestros American Depositary Shares (ADSs). La subdivisión proporcional no afecta la estructura accionaria de FEMSA. Las nuevas unidades resultantes del split fueron canjeadas por la Bolsa Mexicana de Valores el 28 de mayo de 2007 a los accionistas registrados al 25 de

mayo de 2007, y los nuevos ADSs fueron canjeados por la Bolsa de Valores de Nueva York (New York Stock Exchange) el 30 de mayo de 2007 a los accionistas registrados al 25 de mayo de 2007.

El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. (Administración) una compañía mexicana indirectamente propiedad de Coca-Cola FEMSA y de The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones representando el 100% de las acciones del capital social de Jugos del Valle por \$370 millones de dólares en efectivo, y asumiendo pasivos por \$86 millones de dólares. El 30 de junio de 2008, Administración y Jugos del Valle se fusionaron, convirtiéndose Jugos del Valle en la compañía fusionante. Posterior a la adquisición inicial de Jugos del Valle, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de su participación en Administración a otros embotelladores de Coca-Cola en México. Como resultado de lo anterior, al 31 de diciembre de 2008, Coca-Cola FEMSA cuenta con una participación registrada de aproximadamente 20% del capital social de Jugos del Valle. En diciembre de 2008, la entidad fusionante Jugos del Valle en Brasil vendió sus operaciones a The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y otros embotelladores de las marcas de Coca-Cola en Brasil. Estas bebidas no carbonatadas fueron integradas dentro de una alianza estratégica con The Coca-Cola Company en Brasil. A través de las alianzas estratégicas entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, distribuimos la línea de jugos de Jugos del Valle y hemos comenzado a desarrollar y distribuir nuevos productos.

El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de enmendar nuestros estatutos para preservar la estructura accionaria en unidades que tenemos desde mayo de 1998 y para mantener la estructura existente posterior al 11 de mayo de 2008. Nuestros estatutos anteriormente determinaban que el 11 de mayo de 2008 nuestras acciones Serie D-B podrían convertirse en acciones Serie B; y que nuestras acciones Serie D-L podrían convertirse en acciones Serie L con derecho de voto limitado. Adicionalmente nuestros estatutos indicaban que el 11 de mayo de 2008 nuestra estructura actual de unidades podría dejar de existir y que cada unidad B podría desvincularse en 5 acciones Serie B, mientras que cada Unidad BD podría desvincularse en tres acciones Serie B y dos acciones Serie L, de nueva emisión. De acuerdo a las aprobaciones de nuestros accionistas del 22 de abril de 2008, la conversión automática de nuestras acciones y nuestra estructura basada en unidades, ya no existe, y de no haber ninguna acción por parte de nuestros accionistas, nuestra estructura accionaria continuará siendo formada por acciones Serie B, las cuales deben representar por lo menos el 51% de nuestro capital total accionario y de acciones Serie D-B y Serie D-L, las cuales en conjunto pueden representar hasta el 49% de nuestro capital total accionario. Nuestra estructura de Unidades, de no haber acción alguna por parte de los accionistas, continuará consistiendo en Unidades B, las cuales vinculan cinco acciones Serie B y Unidades BD, las cuales están formadas por una acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L. Véase “Punto 9. La Oferta y Listado—Descripción de Valores”.

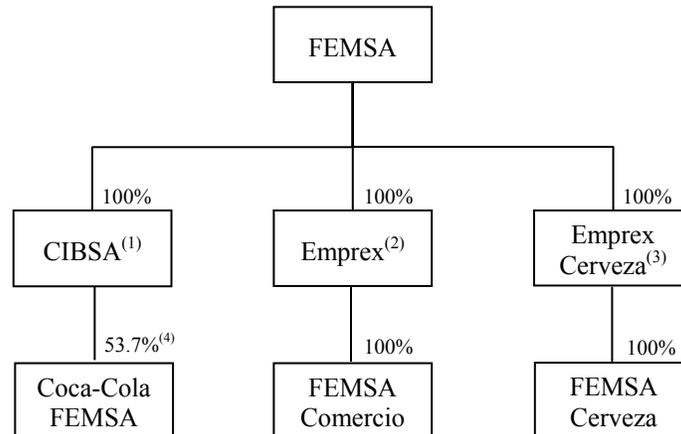
El 24 de mayo de 2008 falleció Don Eugenio Garza Lagüera, nuestro Presidente Honorario Vitalicio. El Sr. Garza Lagüera comenzó su carrera profesional como químico en el departamento de investigación de Cuauhtémoc y se convirtió en Presidente de nuestro Consejo de Administración el 29 de abril de 1969. Fue miembro de diferentes Consejos de Administración en firmas nacionales e internacionales. Durante su vida se le reconoció por su trayectoria emprendedora y social.

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

Estructura Corporativa

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

Principales Compañías Subtenedoras—Estructura Corporativa Al 29 de mayo de 2009



⁽¹⁾ Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V.

⁽²⁾ Grupo Industrial Emprex, S.A. de C.V.

⁽³⁾ Emprex Cerveza, S.A. de C.V.

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

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

Resumen de Operaciones por Segmento

Por el año terminado el 31 de diciembre de 2008
y % de crecimiento vs año anterior⁽¹⁾:

	Coca-Cola FEMSA		FEMSA Cerveza		FEMSA Comercio	
	(expresados en millones de pesos, excepto los empleados)		(expresados en millones de pesos, excepto los empleados)		(expresados en millones de pesos, excepto los empleados)	
	Ps.	%	Ps.	%	Ps.	%
Ingresos totales	82,976	19.8%	42,385	7.1%	47,146	12.0%
Utilidad de operación....	13,695	19.2	5,394	(1.9)	3,077	32.6
Activos totales.....	97,958	12.4	65,549	—	17,185	20.3
Empleados.....	65,021	11.9	26,025 ⁽²⁾	6.1	21,261	34.4

Resumen de Ingresos Totales por Segmento⁽¹⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
	(expresados en millones de pesos)		
Coca-Cola FEMSA	Ps. 82,976	Ps. 69,251	Ps. 64,046
FEMSA Cerveza	42,385	39,566	37,919
FEMSA Comercio.....	47,146	42,103	36,835
Otros	9,401	8,124	7,966
Ingresos totales consolidados ..	Ps. 168,022	Ps. 147,556	Ps. 136,120

Resumen de Ingresos Totales por Región Geográfica⁽³⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
	(expresados en millones de pesos)		
México ⁽⁴⁾	Ps. 114,640	Ps. 106,136	Ps. 99,310
Latincentro ⁽⁵⁾	12,853	11,901	11,148
Venezuela	15,217	9,792	7,997
Mercosur ⁽⁶⁾	25,755	20,127	17,836
Ingresos totales consolidados ..	Ps. 168,022	Ps. 147,556	Ps. 136,120

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

(2) Incluye empleados de distribuidores terceros.

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

(4) Incluye ventas de exportación

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

(6) Incluye Brasil y Argentina.

Principales Subsidiarias

La siguiente tabla presenta nuestras más significativas subsidiarias al 29 de mayo de 2009:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA ⁽¹⁾	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽²⁾	México	53.7%
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.	México	53.7%
Panamco México, S.A. de C.V.	México	51.9%
Refrescos Latinoamericanos, S.A. de C.V.	México	53.7%
Spal Industria Brasileira de Bebidas, S.A.	Brasil	52.6%
Emprex Cerveza	México	100.0%
Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Cerveza	México	100.0%
Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Comercio	México	100.0%

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

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

Estrategia de Negocios

Somos una compañía de bebidas. Nuestro negocio de refrescos, Coca-Cola FEMSA, es el embotellador más grande en Latinoamérica y el segundo a nivel mundial de productos *Coca-Cola*, medido en términos de volúmenes de venta en el 2008, y en nuestras operaciones de cerveza, FEMSA Cerveza compite de manera significativa en los mercados cerveceros tanto mexicano como brasileño, además de ser un exportador a mercados internacionales clave, incluyendo los Estados Unidos. Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza son nuestros negocios principales, los cuales en conjunto definen nuestra identidad corporativa y representan las fuentes para nuestro crecimiento futuro. Nuestros negocios de bebidas se fortalecen al tener como filial a OXXO, que al 31 de diciembre de 2008 con un total de 6,374 tiendas es la cadena con mayor número de tiendas de conveniencia en México y uno de los impulsores de crecimiento importantes para FEMSA.

Como compañía de bebidas, hemos reconocido la importancia de acercarnos a nuestros consumidores finales, interpretando sus necesidades y siendo capaces de ofrecerles el producto adecuado para la ocasión adecuada. Para lograr lo anterior, nos esforzamos mediante el desarrollo del valor de nuestras marcas; la expansión de nuestra gran capacidad de distribución, alineando nuestros intereses con los de nuestros socios independientes de distribución dentro del mercado mexicano de cerveza, razón por la cual en algunas ocasiones adquirimos a estos socios; y la mejora continua de la eficiencia de nuestras operaciones. Seguimos mejorando nuestros sistemas de recolección y procesamiento de información, con el objeto de conocer mejor y entender los deseos y las necesidades de nuestros consumidores, y estamos mejorando nuestra capacidad de ejecución en la producción y distribución al aprovechar más eficientemente nuestra base de activos.

Consideramos que las capacidades que hemos desarrollado en nuestros negocios pueden ser replicadas en otros territorios geográficos. Este principio ha sido fundamental para conducir nuestros esfuerzos de consolidación que culminaron con el acuerdo de compra de Panamco por parte de Coca-Cola FEMSA el 6 de mayo de 2003. La plataforma continental que surge de esta nueva combinación—cubriendo una vasta expansión territorial en México y Centroamérica, incluyendo algunas de las áreas metropolitanas más pobladas de Latinoamérica—creemos que nos brindará oportunidades para continuar creando valor mediante una mejor capacidad de ejecución y el uso de las mejores herramientas de promoción.

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

Coca-Cola FEMSA

Resumen

Coca-Cola FEMSA es el embotellador más grande de bebidas marca *Coca-Cola* en Latinoamérica y el segundo más grande a nivel mundial, en función al volumen de ventas en 2008. Coca-Cola FEMSA opera en los siguientes territorios:

- México – una parte substancial del centro de México (incluyendo la Ciudad de México) y el sureste de México (incluyendo la región del Golfo).
- Centroamérica – Guatemala (la Ciudad de Guatemala y sus alrededores), Nicaragua (todo el país), Costa Rica (todo el país) y Panamá (todo el país).
- Colombia – la mayor parte del país.
- Venezuela – todo el país.
- Argentina – Buenos Aires y sus alrededores.
- Brasil – el área de São Paulo, Campinas, Santos, el estado de Mato Grosso do Sul, el estado de Minas Gerais y parte del estado de Goiás.

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

La siguiente tabla muestra información acerca de las operaciones de Coca-Cola FEMSA por segmento para el 2008:

Operaciones por Segmento
Por el año terminado el 31 de diciembre de 2008⁽¹⁾

	Ingresos Totales	Porcentaje de los Ingresos Totales	Utilidad de Operación	Porcentaje de la Utilidad de Operación
México.....	33,799	40.7%	6,715	49.0%
Latincentro ⁽²⁾	12,791	15.4%	2,370	17.3%
Venezuela.....	15,182	18.3%	1,289	9.4%
Mercosur ⁽³⁾	21,204	25.6%	3,321	24.3%
Consolidado.....	82,976	100%	13,695	100%

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

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

⁽³⁾ Incluye Brasil y Argentina.

Historia Corporativa

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

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

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

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

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

El 8 de noviembre de 2007, una compañía propiedad directa o indirectamente Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, adquirió el 100% de las acciones representativas del capital social de la empresa Jugos del Valle. Véase “Punto 4.—Antecedentes”.

En diciembre de 2008, Jugos del Valle vendió sus operaciones en Brasil, Holdinbrás, Ltd a una subsidiaria de The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y otros embotelladores de la marca registrada de Coca-Cola en Brasil. Estas

operaciones se integraron al negocio de Sucos Mais, una alianza estratégica con The Coca-Cola Company en Brasil en la cual Coca-Cola FEMSA tiene una participación del 32.47%.

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

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

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

En febrero de 2009 Coca-Cola FEMSA completó la transacción con Bavaria, una subsidiaria de SABMiller, para adquirir de manera conjunta con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada Brisa (incluyendo la marca *Brisa*). El precio de compra de \$92 millones de dólares se compartió por igual entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company.

Al 31 de marzo de 2009, nosotros éramos indirectamente propietarios de las Acciones Serie A, equivalentes al 53.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA (63.0% del capital social con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA), y The Coca-Cola Company era dueña indirectamente de las Acciones Serie D, equivalente al 31.6% del capital social de Coca-Cola FEMSA (37.0% del capital social con derecho a voto de Coca-Cola FEMSA). Las Acciones Serie L con derecho a voto limitado, las cuales cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y en forma de ADSs en NYSE, representan el 14.7% restante del capital social de Coca-Cola FEMSA.

Estrategia de Negocios

Coca-Cola FEMSA es el embotellador más grande de bebidas marca *Coca-Cola* en Latinoamérica en términos del volumen total de ventas en el 2008, con operaciones en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Argentina y Brasil. Las oficinas corporativas de Coca-Cola FEMSA se encuentran en la Ciudad de México pero ha establecido oficinas divisionales en tres regiones tal y como se muestra a continuación:

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

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

- trabajando con The Coca-Cola Company para desarrollar un modelo de negocios para continuar explorando nuevas líneas de bebidas, ampliar las líneas de productos actuales, participar en nuevas líneas de bebidas y comercializar eficazmente sus productos;
- desarrollando y expandiendo su portafolio de bebidas no carbonatadas de forma orgánica a través de estrategias de adquisición en conjunto con The Coca-Cola Company;
- implementando estrategias de empaque diseñadas para aumentar la demanda del consumidor por sus productos y construyendo una sólida base retornable para la marca *Coca-Cola* de manera selectiva;

- replicando sus mejores prácticas a través de toda la cadena de valor;
- racionalizando y adaptando su estructura organizacional y de activos para colocarse en una mejor posición y así responder ante un entorno competitivo en constante cambio;
- fortaleciendo sus capacidades de venta e implementando estrategias de go-to-market, incluyendo su sistema de pre-venta, venta convencional y rutas híbridas para acercarse a sus clientes y ayudarlos a satisfacer las necesidades de bebidas de los consumidores;
- expandiendo su estrategia de agua embotellada en conjunto con The Coca-Cola Company, a través de innovación y adquisiciones selectivas para maximizar su rendimiento a través del mercado en sus territorios;
- comprometiéndose a construir un equipo multicultural de colaboración en todos los niveles; y
- buscando la expansión en todo su territorio geográfico.

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

Coca-Cola FEMSA busca racionalizar su capacidad de manufactura y de distribución para mejorar la eficiencia de sus operaciones. En 2005, 2006 y 2007, Coca-Cola FEMSA cerró centros de distribución adicionales. Asimismo, durante 2008 Coca-Cola FEMSA cerró un centro de distribución que atendía operaciones en México. Véase “—Descripción de Propiedad, Planta y Equipo”. Coca-Cola FEMSA en cada una de sus instalaciones, busca aumentar la productividad por medio de infraestructura y reingeniería de procesos para la mejor utilización de los activos. Su programa de inversiones en activos fijos incluye inversiones en instalaciones de producción y distribución, botellas, cajas, refrigeradores y sistemas de información. Coca-Cola FEMSA cree que este programa le permitirá mantener su capacidad y flexibilidad para innovar y responder a la demanda del consumidor de bebidas no alcohólicas.

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

Territorios de Coca-Cola FEMSA

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



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

Productos Coca-Cola FEMSA

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

<i>Colas:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Coca-Cola</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola light</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Coca-Cola Zero</i>	✓	✓	✓	✓	✓	✓

<i>Refrescos de Sabores:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Aquarius Fresh</i>					✓	
<i>Chinotto</i>				✓		
<i>Crush</i>			✓			✓
<i>Fanta</i>	✓	✓			✓	✓
<i>Fresca</i>	✓	✓				
<i>Frescolita</i>		✓		✓		
<i>Hit</i>				✓		
<i>Kuat</i>					✓	
<i>Lift</i>	✓	✓				
<i>Munder⁽¹⁾</i>	✓					
<i>Quatro</i>			✓			✓
<i>Simba</i>					✓	
<i>Sprite</i>	✓	✓	✓		✓	✓

<i>Agua:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Alpina</i>		✓				
<i>Brisa</i>			✓			
<i>Ciel</i>	✓					
<i>Crystal</i>					✓	
<i>Manantial</i>			✓			
<i>Nevada</i>				✓		
<i>Santa Clara⁽²⁾</i>			✓			

<i>Otras categorías:</i>	Centro					
	<u>México</u>	<u>América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Brasil</u>	<u>Argentina</u>
<i>Dasani⁽³⁾</i>		✓	✓			✓
<i>Hi-C⁽⁴⁾</i>		✓				✓
<i>Jugos del Valle⁽⁴⁾</i>	✓	✓	✓		✓	
<i>Nestea</i>	✓	✓		✓	✓	
<i>Powerade⁽⁵⁾</i>	✓	✓	✓	✓		

(1) Marcas franquiciadas por FEMSA.

(2) Marcas propias.

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

(4) Bebida de jugo.

(5) Isotónico.

Resumen de Ventas

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

	Volumen de Ventas		
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
	(millones de cajas unidad)		
México.....	1,149.0	1,110.4	1,070.7
Centroamérica ⁽¹⁾	132.6	128.1	120.3
Colombia.....	197.9	197.8	190.9
Venezuela.....	206.7	209.0	182.6
Argentina.....	186.0	179.4	164.9
Brasil ⁽²⁾	370.6	296.1	268.7
Volumen Total.....	2,242.8	2,120.8	1,998.1

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

⁽²⁾ Excluye volumen de ventas de cerveza e incluye el volumen de ventas de REMIL a partir de Junio de 2008 en adelante.

Mezcla de Producto y Empaque

La marca de Coca-Cola FEMSA más importante es *Coca-Cola* y sus extensiones de línea, incluyendo *Coca-Cola Light*, y *Coca-Cola Zero*, las cuales en conjunto representaron el 62.5% del total del volumen de ventas en el 2008. *Ciel* (incluyendo presentaciones en garrafón y el volumen de *Agua De Los Angeles*), *Fanta*, *Sprite*, *Lift* y *Fresca*, las siguientes marcas más grandes en orden consecutivo de Coca-Cola FEMSA representaron 10.7%, 5.7%, 2.8%, 1.5% y 1.3%, respectivamente, del volumen total de ventas en el 2008. Coca-Cola FEMSA utiliza el término extensiones para referirse a los diferentes sabores que ofrecen sus marcas. Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye bebidas marca *Coca-Cola* en cada uno de sus territorios en contenedores autorizados por The Coca-Cola Company, que consisten en una variedad de presentaciones retornables y no-retornables en botellas de vidrio, latas y botellas de plástico fabricadas con tereftalato de polietileno, al cual se refiere como PET.

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

Las principales marcas de Coca-Cola FEMSA son marcas registradas *Coca-Cola*. En algunos de sus territorios vende estas marcas y sus extensiones de línea con un precio “premium”, a las cuales se refiere como marcas “premium”. Además Coca-Cola FEMSA vende algunas otras marcas a un precio más bajo, a las cuales se refieren como marcas de protección de valor.

Las características de los territorios de Coca-Cola FEMSA son muy diversas. La región central de México y los territorios de Coca-Cola FEMSA en Argentina tienen una alta densidad de población y tienen competencia de un gran número de marcas de refrescos, comparado con el resto de nuestros territorios. Brasil tiene una alta densidad de población pero tiene menor consumo per cápita de refrescos comparado con México. Algunas partes del sur de México, Centroamérica y Colombia son áreas grandes y montañosas con baja densidad de población, bajo ingreso per cápita y bajo consumo per

cápita de refrescos. En Venezuela, el consumo per cápita de productos Coca-Cola FEMSA permaneció estable a pesar de las interrupciones operativas de corto plazo que ha enfrentado durante los últimos años.

A continuación analizamos mezcla de producto y empaque por segmento de Coca-Cola FEMSA. La información sobre el volumen que se presenta corresponde a los años 2008, 2007 y 2006.

México

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA consiste en bebidas marca *Coca-Cola* y desde el 2001 ha incluido las bebidas de la marca *Mundet*. En 2007, como parte de sus esfuerzos de revitalizar la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una extensión de línea de la marca *Coca-Cola*. El consumo per cápita de refrescos de Coca-Cola FEMSA en sus territorios mexicanos durante el 2008 fue de 411 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	1,149.0	1,110.4	1,070.7
% Crecimiento.....	3.5%	3.7%	4.5%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	75.4%	78.3%	79.6%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	21.6%	20.7	19.5
Otras Categorías	3.0%	1.0	0.9
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de garrafón.

Las presentaciones de refresco más populares de Coca-Cola FEMSA, fueron la botella de plástico retornable de 2.5 litros, la botella de plástico no retornable de 0.6 litros y la botella de plástico no retornable de 2.5 litros que en conjunto representaron 62.1% del volumen total de ventas de refrescos en México en el 2008. En 2008, las presentaciones familiares representaron 64.4% del volumen total de ventas de refrescos en México, creciendo 1.3% en comparación con 2007. Las estrategias comerciales de Coca-Cola FEMSA pretenden promover el consumo en presentaciones personales y mantener los volúmenes de ventas de las presentaciones familiares. En 2008, el volumen de refresco de Coca-Cola FEMSA tuvo un decremento como porcentaje del volumen total de ventas de 78.9% en 2007 a 75.9% en 2008, debido principalmente a la introducción de la línea de productos de Jugos del Valle y al negocio de Agua De Los Ángeles.

El volumen total de ventas alcanzó 1,149.0 millones de cajas unidad en el 2008, un incremento de 3.5% comparado con 1,110.4 millones de cajas unidad en el 2007. El volumen de ventas de refrescos permaneció estable en comparación con 2007. La categoría de bebidas no carbonatadas representó aproximadamente 60% del incremento en el volumen total durante el año. El incremento del volumen de bebidas no carbonatadas fue impulsado principalmente por la introducción de la línea de productos de Jugos del Valle, especialmente *Valle-Frut*. El crecimiento en el volumen de refrescos fue impulsado principalmente por un fuerte crecimiento de la marca *Coca-Cola*.

Centroamérica

Las ventas de los productos de Coca-Cola FEMSA en Centroamérica consisten principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2008, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Centroamérica fue de 151 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	132.6	128.1	120.3
% Crecimiento.....	3.5%	6.5%	10.0%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	88.8%	89.7%	90.9%
Agua Embotellada.....	4.2%	4.3	4.4
Otras Categorías	7.0%	6.0	4.7
Total	100.0%	100.0%	100.0%

En 2008, las presentaciones tamaño familiar representaron el 54.1% del volumen total de ventas de refrescos en Centroamérica, comparado con 51.8% en 2007.

El volumen total de ventas fue 132.6 millones de cajas unidad en el 2008, un incremento de 3.5% comparado con 128.1 millones en 2007. Durante el año, el volumen de ventas de refrescos registró más del 65% del incremento en el volumen total y las bebidas no carbonatadas registraron el incremento restante.

Colombia

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Colombia consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2008, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Colombia fue de 89 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	197.9	197.8	190.9
% Crecimiento	0.0%	3.6%	6.2%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos	87.1%	87.6%	87.9%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	10.0%	11.0	10.9
Otras Categorías.....	2.9%	1.4	1.2
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de garrafón.

En 2008, las presentaciones tamaño familiar representaron el 55.4% del volumen total de ventas de refrescos en Colombia. En 2008, como parte de los esfuerzos para fortalecer la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una línea de extensión de la marca *Coca-Cola*.

El volumen de ventas fue de 197.9 millones de cajas unidad durante 2008, permaneciendo estable en comparación con 197.8 millones cajas unidad en 2007, impulsado por el incremento en el volumen de ventas de bebidas no carbonatadas debido a la introducción de la línea de productos de *Jugos del Valle*, que compensó un ligera caída del segmento de refrescos. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Antecedentes”.

Venezuela

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Venezuela consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2008, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Venezuela fue de 161 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	206.7	209.0	182.6
% Crecimiento.....	(1.1%)	14.5%	5.9%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	91.3%	90.4%	87.7%
Agua Embotellada.....	5.8%	5.7	7.5
Otras Categorías	2.9%	3.9	4.8
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Durante el 2008, Coca-Cola FEMSA continuó enfrentando dificultades operativas recurrentes que no les permitieron producir y distribuir cantidades suficientes para satisfacer la demanda. Coca-Cola FEMSA implementó una estrategia de racionalización en su portafolio de productos para minimizar el impacto de estas dificultades. Como consecuencia de lo anterior, el volumen de ventas en refrescos se mantuvo estable durante el año.

En 2008, las presentaciones familiares representaron el 75.3% del volumen total de ventas de refrescos en Venezuela. El volumen de ventas fue 206.7 millones de cajas unidad en el 2008, representando un ligero decremento de 1.1% comparado con 209.0 millones en 2007. Este decremento fue impulsado en su mayor parte por las interrupciones operativas registradas durante el año. Ver “Factores de Riesgo— Riesgos Relacionados con México y los Otros Países en los Cuales Operamos — Condiciones económicas y políticas en otros países latinoamericanos en los cuales pudieran afectar de manera adversa nuestro negocio.

Argentina

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Argentina consiste exclusivamente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2008, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Argentina fue de 375 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	186.0	179.4	164.9
% Crecimiento.....	3.7%	8.8%	9.8%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	95.0%	96.2%	96.6%
Agua Embotellada.....	1.3%	1.0	1.2
Otras Categorías	3.7%	2.8	2.2
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Durante el 2008, los empaques retornables representaron el 27.1% del volumen total de ventas en Argentina comparado con 25.2% en 2007. En 2008, Coca-Cola FEMSA lanzó *Aquarius*, un agua saborizada.

El volumen total de ventas fue de 186.0 millones de cajas unidad en 2008, un incremento de 3.7% comparado con 179.4 millones en 2007. La mayor parte del crecimiento en volumen provino de las presentaciones no retornables, el cual

representó más del 75% del incremento en volumen de ventas y de la categoría de bebidas no carbonatadas. En 2008, las presentaciones familiares, como porcentaje del volumen de bebidas carbonatadas permaneció sin cambios en 84.3% .

Brasil

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Brasil consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola* y las marcas de cerveza de *Kaiser*, las cuales Coca-Cola FEMSA vende y distribuye en nuestro nombre. En 2008, el consumo per cápita de bebidas carbonatadas en Brasil fue de 213 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	370.6	296.1	268.7
% Crecimiento.....	25.2%	10.2%	6.4%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	92.0%	91.7%	91.7%
Agua Embotellada.....	5.7%	6.7	7.3
Otras Categorías.....	2.3%	1.6	1.0
Total	100.0%	100.0%	100.0%

A partir de junio de 2008 Coca-Cola FEMSA integró el territorio de REMIL a la operación existente de Brasil. REMIL contribuyó con 66.1 millones de cajas unidad de bebidas al volumen de ventas durante este periodo de siete meses.

El volumen total de ventas fue de 370.6 millones de cajas unidad en 2008, un incremento de 25.2% comparado con 296.1 millones en 2007. Excluyendo la aportación de REMIL, el volumen total de ventas creció 2.8%. La categoría de bebidas carbonatadas aportó más del 80% del crecimiento de volumen de ventas durante el año. En 2008, como parte de los esfuerzos por reforzar la categoría de bebidas no carbonatadas, Coca-Cola FEMSA lanzó *I-9*, un nuevo producto hidro-tonico enriquecido con minerales.

Coca-Cola FEMSA vende y distribuye las marcas de cerveza de *Kaiser* en sus territorios en Brasil. En enero del 2006, adquirimos una participación mayoritaria indirecta en Cervejarias Kaiser. Coca-Cola FEMSA continúa distribuyendo el portafolio de cervezas de Kaiser y asumiendo la función de ventas en São Paulo, de forma consistente con los acuerdos establecidos antes del 2004 y recientemente ha reanudado estas funciones en Minas Gerais tras la adquisición de REMIL. A partir del segundo trimestre de 2005, Coca-Cola FEMSA no consolida la cerveza que distribuye en Brasil en su volumen de ventas.

El 30 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA celebró contrato de compraventa con The Coca-Cola Company para adquirir la totalidad de su territorio de embotellador, REMIL, ubicado en el estado de Minas Gerais en Brasil. Durante el segundo trimestre de 2008, Coca-Cola FEMSA cerró esta transacción por \$ 364.1 millones de dólares.

En Julio de 2008, Coca-Cola FEMSA concluyó la adquisición de Agua De Los Ángeles, negocio de agua embotellada de garrafón con operaciones en el Valle de México pagando un precio de compraventa de \$18.3 millones de dólares para posteriormente fusionarlo con el negocio de agua embotellada de garrafón bajo la marca *Ciel*.

En febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA cerró la transacción con Bavaria, una subsidiaria de SABMiller para adquirir en conjunto con The Coca-Cola Company el negocio de agua embotellada *Brisa*. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company pagaron un precio de compraventa de \$46 millones de dólares cada una. *Brisa* vendió 47 millones de cajas unidad en Colombia durante 2008.

Estacionalidad

La venta de los productos de Coca-Cola FEMSA está relacionada con las estaciones del año ya que nuestros niveles de venta generalmente aumentan durante los meses de verano en cada país y durante la temporada de vacaciones

navideñas. En México, Centroamérica, Colombia y Venezuela generalmente Coca-Cola FEMSA alcanza los niveles más altos de venta durante los meses de verano entre abril y septiembre así como durante las vacaciones de la temporada de navidad en diciembre. En Argentina y Brasil, sus mayores niveles de ventas tienen lugar durante los meses de verano de octubre a marzo y las vacaciones de la temporada de navidad en diciembre.

Mercadotecnia

Coca-Cola FEMSA, en conjunto con The Coca-Cola Company ha desarrollado una sofisticada estrategia de mercadotecnia para promover la venta y el consumo de sus productos. Coca-Cola FEMSA se basa en gran medida en la publicidad, promociones de venta y programas de incentivos al detallista, diseñados por afiliadas locales de The Coca-Cola Company enfocadas a las preferencias particulares de sus consumidores de refrescos. Los gastos totales de mercadotecnia en el 2008 de Coca-Cola FEMSA, neto de las contribuciones de The Coca-Cola Company, fueron de Ps. 2,376 millones. En 2008, The Coca-Cola Company contribuyó con un adicional de Ps. 1,995 millones, incluyendo la contribución para enfriadores. A través del uso de tecnología de información avanzada, Coca-Cola FEMSA ha recopilado información sobre el consumidor que le permite ajustar sus estrategias de mercadotecnia a los tipos de clientes en cada uno de sus territorios y para satisfacer necesidades específicas de los diversos mercados en los que participa.

Programas de incentivos a detallistas

Los programas de incentivos incluyen el ofrecer refrigeradores comerciales a detallistas para la exhibición y enfriamiento de bebidas y para materiales de exhibición en punto de venta. En especial Coca-Cola FEMSA busca aumentar la distribución de refrigeradores entre los detallistas para aumentar la visibilidad y el consumo de sus productos y para asegurar que se venden a la temperatura adecuada. Las promociones de venta incluyen el patrocinio de actividades comunitarias, eventos deportivos, culturales y sociales así como promociones de ventas al consumidor como concursos, promociones y regalos.

Publicidad

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

Mercadotecnia en canales

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

Coca-Cola FEMSA considera que la implantación de su estrategia de mercadotecnia por canal también le permite responder a las iniciativas de la competencia con respuestas específicas por canal en lugar de responder con estrategias para el mercado en general. Esta capacidad de respuesta dirigida aísla los efectos de la presión competitiva en un canal específico, por lo que se evitan respuestas en todo el mercado que resultarían en un mayor costo. Los sistemas de información de administración de Coca-Cola FEMSA facilitan sus actividades de mercadotecnia por canal. Coca-Cola FEMSA ha realizado una inversión considerable en la creación de estos sistemas, incluyendo computadoras portátiles que permiten la recopilación de información sobre el producto, el consumidor y la entrega para la mayoría de sus rutas de venta en México y Argentina y selectivamente en otros territorios.

Multisegmentación

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

inteligencia de mercado al que se refieren como “right-execution-daily” (RED), el cual ha permitido implementar esta estrategia. El sistema proporciona información necesaria para identificar segmentos de consumidores y canales específicos, y permite a Coca-Cola FEMSA recopilar y analizar la información necesaria para adaptar su producto, empaque, precio y estrategias de distribución que se adecuen a las distintas necesidades de los consumidores.

Distribución del Producto

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

**Resumen de Distribución de Productos
Al 31 de diciembre de 2008**

	<u>México</u>	<u>Centro América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Argentina</u>	<u>Brasil</u>
Centros de distribución.....	83	28	32	33	5	27
Detallistas (en miles) ⁽¹⁾	612	102	365	159	82	197

⁽¹⁾ Datos estimados.

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

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

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

México

Coca-Cola FEMSA contrata a una de nuestras subsidiarias para la transportación del producto terminado de sus instalaciones de producción a sus centros de distribución. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas”. De los centros de distribución Coca-Cola FEMSA lleva entonces el producto terminado a los detallistas por medio de su propia flotilla de camiones. Durante el 2008, Coca-Cola FEMSA cerró 1 de 84 centros de distribución en sus operaciones mexicanas.

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

Territorios fuera de México

Coca-Cola FEMSA distribuye sus productos terminados a los detallistas a través de una combinación de flota propia de camiones y distribuidores terceros. A finales de 2008 Coca-Cola FEMSA operaba 28, 32, 33, 5 y 27 centros de distribución en Centroamérica, Colombia, Venezuela, Argentina y Brasil, respectivamente.

En la mayoría de sus territorios, una parte importante de sus volúmenes de ventas es a través de pequeños detallistas, con poca penetración de supermercados. A diferencia, en Brasil Coca-Cola FEMSA vendió aproximadamente el 22% del volumen total de ventas en 2008 a través de supermercados. También en Brasil, la entrega de sus productos terminados a detallistas es llevada a cabo a través de terceros. En zonas designadas en Brasil, los distribuidores terceros compran sus productos a descuento sobre el precio mayorista y los revenden a detallistas.

Competencia

A pesar de que nosotros consideramos que los productos de Coca-Cola FEMSA gozan de un mayor reconocimiento y mayor lealtad del consumidor que sus principales competidores, los segmentos de bebidas carbonatadas en los territorios en los que opera son altamente competitivos. Los principales competidores de Coca-Cola FEMSA son embotelladores locales de Pepsi, marcas de bebidas de otros embotelladores y distribuidores de marcas de bebidas nacionales y regionales. Coca-Cola FEMSA se enfrenta al aumento de la competencia en muchos de sus territorios, de productores de bebidas de bajo precio a los que comúnmente nos referimos como “marcas B”. Un número de sus competidores en Centroamérica, Venezuela, Argentina y Brasil ofrecen tanto refrescos como cerveza, lo cual les permite alcanzar eficiencias en la distribución.

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

México

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

Centroamérica

En los países que incluye la región de Centroamérica, los principales competidores de Coca-Cola FEMSA son embotelladores de Pepsi. En Guatemala y Nicaragua compite con una alianza estratégica entre AmBev y The Central American Bottler Corporation. En Costa Rica su principal competidor es Embotelladora Centroamericana, S.A.; y en Panamá su primer competidor es Refrescos Nacionales, S.A. Coca-Cola FEMSA también enfrenta la competencia por parte de productores de bajo precio que ofrecen presentaciones familiares en algunos países de Centroamérica.

Colombia

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

Venezuela

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

Argentina

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

Brasil

En Brasil Coca-Cola FEMSA compite contra AmBev, una empresa brasileña con un portafolio de marcas que incluye los productos de Pepsi, marcas locales que ofrecen sabores como guaraná y cervezas propias. Coca-Cola FEMSA también compite con “marcas B” o “Tubainas”, que son pequeños productores locales de refrescos de sabores de bajo precio en presentaciones de tamaño familiar que representan una porción importante del mercado de las bebidas no alcohólicas.

Materias Primas

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

En 2005, The Coca-Cola Company decidió incrementar gradualmente los precios de concentrado para refrescos durante un periodo de tres años comenzando en Brasil en 2006 y en México en 2007. Estos incrementos han sido aplicados en su totalidad en Brasil y serán aplicados totalmente en México durante 2009. Como parte del nuevo marco de cooperación que Coca-Cola FEMSA acordó con The Coca-Cola Company a finales del 2006, The Coca-Cola Company proveerá una parte relevante de fondos derivados del incremento en incidencia para impulsar el portafolio de refrescos y no carbonatadas. Véase “Punto 10. Información Adicional—Contratos principales. Nuevo marco de cooperación con The Coca-Cola Company.”

Además del concentrado, Coca-Cola FEMSA compra edulcorantes, dióxido de carbono, resina y preformas para producir botellas de plástico, botellas de plástico terminadas, latas, tapas y contenedores post-mix así como otros materiales de empaque. Los edulcorantes son combinados con agua para producir jarabe simple, el cual se agrega al concentrado como endulzante para los refrescos. Los contratos de embotellador establecen que, respecto a bebidas marca *Coca-Cola*, estos materiales deben adquirirse sólo de los fabricantes aprobados por The Coca-Cola Company. Los precios de los materiales de empaque y de la alta fructuosa de maíz han sido históricamente precios de mercado determinados con base al dólar, aunque el precio en moneda local equivalente en cada país está sujeto a la volatilidad del precio de acuerdo a los tipos de cambio de cada moneda. El costo de materia prima de empaque más significativo de Coca-Cola FEMSA, es resultado de la compra de resina, preformas para producir botellas de plástico y las botellas de plástico terminadas, los cuales obtienen de productores internacionales y locales. Los precios de estos materiales están relacionados con los precios del petróleo y el suministro mundial de resina, y recientemente se ha experimentado volatilidad en los precios que se pagan por estos materiales. A lo largo de sus territorios, el precio promedio en dólares de resina disminuyó significativamente durante el 2008.

Bajo el acuerdo de Coca-Cola FEMSA con The Coca-Cola Company, es posible utilizar azúcar cruda, refinada o jarabe de alta fructosa de maíz como endulzantes en sus productos. Los precios del azúcar en todos sus territorios, excepto Brasil, están sujetos a regulaciones locales y otras barreras de entrada al mercado, las cuáles ocasionan que paguen un extra sobre los precios internacionales del mercado de azúcar en ciertos países. En estos territorios, Coca-Cola FEMSA ha experimentado volatilidad en los precios del azúcar como resultado de cambios en las condiciones locales, regulaciones y la fuerte correlación de los recientes precios del petróleo debido a la utilización del azúcar para la producción de combustibles alternativos.

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

México

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

Coca-Cola FEMSA compra el azúcar principalmente de Promotora Mexicana de Embotelladoras, S.A. de C.V., conocida como PROMESA, una cooperativa de embotelladores *Coca-Cola*, en la que se tiene una tenencia accionaria del 5.0%. Estas compras se hacen regularmente bajo contratos a un año entre PROMESA y cada subsidiaria embotelladora para la venta de azúcar a un precio determinado mensualmente con base en el costo del azúcar a PROMESA. Coca-Cola FEMSA también adquiere azúcar de Beta San Miguel otro productor de caña de azúcar de la que posee el 2.54% del capital. La importación de azúcar actualmente está sujeta a aranceles de importación, los cuales son fijados por el gobierno mexicano. Debido a lo anterior, los precios del azúcar en México son superiores a los precios internacionales. En el 2007 y 2008 los precios del azúcar disminuyeron en comparación con el año anterior.

Centroamérica

La mayoría de las materias primas de Coca-Cola FEMSA, como botellas de vidrio y plástico, y latas son compradas de diversos proveedores. El azúcar está disponible por medio de un proveedor en cada país. En ciertos países de centroamérica, los precios de azúcar locales son significativamente más altos que los precios internacionales del mercado y la capacidad de Coca-Cola FEMSA de importar azúcar o alta fructuosa de maíz está limitada.

Colombia

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

Venezuela

Coca-Cola FEMSA utiliza el azúcar como endulzante de sus productos, la cual principalmente es adquirida en el mercado local. Desde el 2004, ha experimentado una escasez de azúcar debido a una menor producción nacional y la incapacidad de los predominantes importadores de azúcar de obtener los permisos necesarios para importarla. Sin embargo, logró satisfacer sus necesidades de azúcar a través de importaciones. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio de un proveedor, Productos de Vidrio, S.A., un proveedor local, pero hay otras alternativas autorizadas por The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA cuenta con varias opciones de proveedores para las botellas de plástico no retornable pero adquirió la mayoría de sus requerimientos de ALPLA de Venezuela, S.A.

Argentina

En Argentina, Coca-Cola FEMSA utiliza alta fructuosa de maíz de diferentes proveedores locales como un endulzante en sus productos en lugar de azúcar. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio, cajas de plástico y otras materias primas de diversas fuentes nacionales. Compra preformas, así como botellas de plástico retornable a precios competitivos de Embotelladora del Atlántico, S.A., una subsidiaria local de Embotelladora Andina, S.A., un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile y Brasil, y otros proveedores locales. Coca-Cola FEMSA produce sus propias presentaciones de lata y productos elaborados a base de jugo para su distribución a clientes en el territorio de Buenos Aires.

Brasil

El azúcar en Brasil está ampliamente disponible en el mercado local, con precios que históricamente han sido similares a los internacionales. Los precios de azúcar en Brasil en periodos recientes han sido volátiles, principalmente por

el incremento en la demanda de caña de azúcar para la producción de combustibles alternativos y el costo de compra de Coca-Cola FEMSA aumentó en 2008. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio, botellas de plástico y latas de diversos proveedores tanto nacionales como internacionales.

Impuestos sobre bebidas no-alcohólicas

En todos los países en donde opera Coca-Cola FEMSA excepto en Panamá, gravan la venta de refrescos con un impuesto al valor agregado, las tasas son: 15% en México, 12% en Guatemala, 15% en Nicaragua, 13% en Costa Rica, 16% en Colombia, 12% en Venezuela (a partir de abril 2009), 17% en Mato Grosso do Sul, Brasil, 21% en Argentina y 18% en São Paulo, Brasil. Adicionalmente, algunos de los países en donde opera Coca-Cola FEMSA aplican los siguientes impuestos especiales o de otro tipo:

- En Guatemala, hay un impuesto especial de 0.18 centavos en moneda local (Ps. 0.31 al 31 de Diciembre de 2008), por cada litro de refresco.
- Costa Rica implementó un impuesto específico a las bebidas no alcohólicas embotelladas basados en la combinación de tipo de empaque y sabor; un 5% de impuesto especial en marcas locales, 10% de impuesto en marcas extranjeras y 14% en mezcladores, así como otro impuesto específico a las bebidas sin alcohol de 14.08 colones (Ps. 2.94 al 31 de diciembre de 2008) por cada 250 ml.
- Nicaragua impone un 9% de impuesto al consumo y los municipios implementaron un impuesto de 1% sobre los ingresos brutos de Coca-Cola FEMSA en Nicaragua.
- Panamá impone un 5% de impuesto con base en el costo del bien producido.
- Brasil impone un impuesto estatal en promedio a la producción de 8.16% y un impuesto en promedio a las ventas de 4.88% ambos tasados por el gobierno federal. La mayoría de estos impuestos son fijos, basados en los precios promedio de venta de cada estado en donde Coca-Cola FEMSA opera (VAT) o fijo por el gobierno federal (impuesto sobre el consumo y las ventas). En noviembre 2008 fue aprobada la Ley 11.827 en Brasil, imponiendo cambios al impuesto sobre ventas en la industria de bebidas de Brasil efectiva al 1 de enero de 2009. La tasa de impuesto está en un rango de 15% a 17% aplicado al precio de venta.
- En Argentina hay un impuesto especial de 8.7% en colas y refrescos de sabores que contienen menos de 5% de jugo de limón o menos del 10% de jugos de frutas; y un 4.2% al agua mineral y a refrescos de sabores con más de 10% de jugo de fruta, aunque este impuesto no aplica en ciertos de los productos de Coca-Cola FEMSA.

FEMSA Cerveza

Resumen y Antecedentes

FEMSA Cerveza produce cerveza en México y Brasil, y exporta sus productos a 52 países en todo el mundo, siendo Norteamérica el mercado de exportaciones más importante, seguido de ciertos países en Europa, Latinoamérica y Asia. En 2008, FEMSA Cerveza fue clasificada como la decimoprimeras cervecera del mundo, en términos de volumen de ventas. En México, su principal mercado, FEMSA Cerveza es el segundo productor de cerveza, en términos de volumen de ventas. En 2008, aproximadamente el 66.7% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza provino de México, 24.8% de Brasil y 8.5% de exportaciones. En 2008, FEMSA Cerveza vendió 41,053 millones de hectolitros de cerveza.

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

Nuestra administración considera que Brasil es uno de los mercados cerveceros más atractivos y rentables en el mundo. Por lo cual, en enero del 2006, FEMSA Cerveza, a través de una de sus subsidiarias, adquirió de Molson Coors el 68% de las acciones de la empresa cervecera brasileña Kaiser por \$68 millones de dólares, a la vez recibió derechos de indemnización por las contingencias fiscales de Kaiser. Molson Coors completo su salida del mercado brasileño en diciembre del 2006 al ejercer una opción de venta del 15% del capital adquirido en Kaiser a FEMSA Cerveza por \$15.6 millones de dólares. De acuerdo a los términos estipulados en el acuerdo de adquisición original de FEMSA Cerveza sobre Kaiser en enero del 2006, la indemnización por ciertas contingencias fiscales proporcionadas por Molson Coors a FEMSA Cerveza, se incrementó proporcionalmente con el 15% de participación adicional. Adicionalmente, el 22 de diciembre de 2006, FEMSA Cerveza completó un aumento de capital por \$200 millones de dólares en Kaiser. FEMSA Cerveza fue el único accionista que participó en el incremento de capital, y como resultado de esta transacción, FEMSA Cerveza dispuso

del 99.83% de la participación de Kaiser y Heineken N.V. diluyó su participación de 17% a 0.17%. En agosto de 2007, FEMSA Cerveza y Heineken N.V. cerraron una compra de capital en donde Heineken N.V. adquirió las acciones necesarias para recuperar el 17% de participación en Kaiser. Como resultado de las transacciones anteriores, FEMSA Cerveza cuenta ahora con el 83% de la participación de Kaiser y Heineken N.V. es propietaria del 17%.

Volumen de Ventas de Cerveza

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

El volumen total de ventas de cerveza de FEMSA Cerveza alcanzó los 41.053 millones de hectolitros en el 2008, lo que representó un incremento de 2.8% sobre el volumen de ventas total de 39.940 millones de hectolitros en el 2007. En 2008, el volumen de ventas de cerveza en México de FEMSA Cerveza incrementó 1.6% a 27,393 millones de hectolitros, el volumen de ventas de cerveza en Brasil alcanzó los 10,181 millones de hectolitros en 2008, un incremento de 3.9% sobre el volumen total de ventas de 9.795 millones de hectolitros en 2007. En 2008 el volumen de ventas de exportación de cerveza aumentó 9.3% a 3,479 millones de hectolitros en comparación con 3.183 millones de hectolitros en 2007.

	Volumen Total de Ventas de Cerveza				
	(en miles de hectolitros)				
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2008	2007	2006	2005	2004
Volumen de México	27,393	26,962	25,951	24,580	23,442
Volumen de Brasil	10,181	9,795	8,935	NA	NA
Volumen de exportación	3,479	3,183	2,811	2,438	2,240
Volumen total	41,053	39,940	37,697	27,018	25,682

En México, el volumen de ventas nacional de cerveza de FEMSA Cerveza para el periodo del 2004 al 2008 registró una tasa de crecimiento compuesto de 4.0%, mientras que la industria de la cerveza mexicana creció 3.9%. Esto se compara con la tasa de crecimiento compuesto promedio del Producto Interno Bruto mexicano de 3.3% registrada en el mismo periodo. Las ventas netas nacionales de FEMSA Cerveza durante el mismo periodo registraron una tasa de crecimiento promedio compuesto de 7.4%. El volumen de ventas por exportación de FEMSA Cerveza registró una tasa de crecimiento promedio compuesto de 11.6% para el mismo periodo, mientras la tasa de crecimiento compuesto para ventas de exportación de FEMSA Cerveza fue de 15.8%.

Estrategia de FEMSA Cerveza

Para cumplir con sus objetivos en el mercado mexicano, FEMSA Cerveza busca:

- **implementar técnicas avanzadas de recopilación de información sobre marcas, empaques y precios** en el punto de venta con el propósito de permitirle a FEMSA Cerveza posicionar su portafolio de marcas y precios al nivel de los pequeños detallistas;
- **innovar a través de un portafolio de marcas diferenciado e incrementar el valor de sus marcas**, adaptando su portafolio de marcas en base a los atributos de cada una de las marcas a segmentos de consumidores, canales y mercados específicos, mediante la utilización de técnicas de mercadotecnia tales como (1) segmentación de mercado, (2) posicionamiento de marca y (3) campañas de publicidad distintivas, así como innovaciones en productos y empaques;
- **establecer relaciones rentables de largo plazo con los comercios minoristas**, implementando estrategias específicas para cada cliente con el propósito de ayudarlos a incrementar sus ventas y su rentabilidad, a través, por ejemplo, de modificaciones de los términos comerciales con los comercios minoristas, promociones, exhibidores de producto y tipos de equipo de refrigeración y material de mercadotecnia en los puntos de venta;
- **alcanzar niveles de distribución al detallista balanceados y rentables**, a través de una selectiva mezcla entre tiendas que venden cerveza para llevar y centros de consumo y un equilibrio entre cuentas enfocadas en la imagen (como restaurantes elegantes) y cuentas basadas en el volumen (como depósitos de cerveza); y

- *buscar permanentemente eficiencias y reducciones de costos adicionales*, desde la producción hasta la distribución final, realizando esfuerzos específicos de reducción de costos, utilizando tecnología de información y mejorando los procesos de negocios.

Operaciones en México

El Mercado Mexicano de Cerveza

El mercado mexicano de cerveza fue el sexto mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2008 y es caracterizado por los siguientes factores: (1) una producción concentrada nacional de cerveza, (2) diferencias en la participación de mercado por regiones, (3) la existencia de regulaciones con respecto al requerimiento de licencias otorgadas por el gobierno para la venta de cerveza, (4) elementos demográficos favorables en la población que consume cerveza, y (5) un mercado de puntos de venta fragmentados.

Producción mexicana de cerveza

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

Históricamente, las importaciones de cerveza no han constituido un factor significativo en el mercado mexicano de cerveza, debido principalmente a la preferencia de marcas mexicanas por consumidores mexicanos. En 2008, este segmento representó aproximadamente 2.4% del mercado total de cerveza en México, en comparación con aproximadamente 2.0% cuatro años atrás. FEMSA Cerveza considera que la eliminación de los aranceles impuestos a las cervezas importadas ha tenido un efecto limitado en el mercado mexicano de cerveza debido al hecho de que las cervezas importadas son mayormente productos “premium” y “super-premium” y se venden en latas de aluminio, que constituyen una forma de envase más caro en México que la cerveza vendida en botellas retornables y también dado a las dinámicas del mercado de cerveza, en donde el punto de venta es altamente segmentado. Los periodos de fortaleza relativa del peso mexicano frente al dólar americano, sin embargo, tienden a disminuir el precio de la cerveza importada para el consumidor y pueden resultar en una mayor demanda de cervezas importadas en el mercado mexicano, mientras que una devaluación del peso mexicano podría generar un impacto negativo en la demanda de cervezas importadas.

Diferencias de participación en mercados regionales

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

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

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

Estadísticas Demográficas Regionales de México

Al 31 de diciembre de 2008

Región	% de la Población		
	Total	% del PIB Total	PIB Per Cápita ⁽¹⁾
Norte	27.0%	33.5%	Ps. 127.4
Sur.....	22.9	15.3	68.4
Centro	50.1	51.2	104.7
Total del País	100.0%	100.0%	Ps. 102.5

⁽¹⁾ Miles de pesos

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

Regulaciones gubernamentales

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

Los impuestos federales para cerveza consisten de un 15% de impuestos al valor agregado y un Impuesto Especial ("IEPS"), que resulte mayor entre (1) 25% sobre el precio de venta o (2) Ps. 3.00 por litro para las presentaciones no-retornables y Ps. 1.74 para las presentaciones retornables, una iniciativa ambiental implementada por el gobierno en México para fomentar la venta de presentaciones retornables. El componente de impuestos del precio de venta al detallista en México es significativamente más alto en México que en Estados Unidos.

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

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

Datos demográficos de la población que bebe cerveza

Estimamos que el consumo per cápita de cerveza anual de la población mexicana total fue aproximadamente de 60 litros o 0.6 hectolitros en 2008, en comparación con aproximadamente 82 litros o 0.8 hectolitros en Estados Unidos. La edad legalmente autorizada en México para consumir bebidas alcohólicas es de 18 años. Consideramos que el principal mercado de FEMSA Cerveza es el segmento de la población masculina entre los 18 y los 45 años de edad. Por lo menos el 37% de la población mexicana es menor de 18 años y, por lo tanto, no se considera que forme parte de la población consumidora de cerveza.

Basándose en las tendencias históricas y en lo que la administración percibe como una continua aceptación social hacia el consumo de cerveza, FEMSA Cerveza considera que el crecimiento general de la población producirá un incremento en el número de consumidores de cerveza en México. En función de las tendencias históricas, según las mediciones del INEGI (*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática*), esperamos que la población mexicana crezca en una tasa anual promedio de aproximadamente el 0.7% por año durante el periodo del 2009 a 2013. Estimamos que, durante los próximos 10 años, aproximadamente 1.5 millones de personas adicionales por año se convertirán en consumidores potenciales de cerveza debido al envejecimiento natural de la población.

Influencias macroeconómicas que afectan el consumo de cerveza

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

Precios de la Cerveza

En 2006, FEMSA Cerveza incrementó los precios de sus productos en México; sin embargo, este incremento en precios fue por debajo del índice nacional de precios al consumidor. Durante el 2007, FEMSA Cerveza incrementó precios para compensar parcialmente el aumento de precios en materias primas. En 2008, FEMSA Cerveza incrementó precios dos veces durante el año, sin embargo, el efecto neto fue por debajo del índice nacional de precios al consumidor en México.

De acuerdo con el índice de precios de la cerveza emitido por el Banco de México, el efecto neto durante el año 2008 fue un aumento en los precios promedio de 6.8% en términos nominales, lo cual representa un incremento de 1.9% por arriba de la inflación anual promedio de México.

Descripción del Producto

Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 21 marcas de cerveza bajo 14 diferentes presentaciones, resultando en un portafolio de 109 ofertas distintas de producto. Las marcas más importantes en el portafolio nacional de FEMSA Cerveza incluyen: *Tecate, Sol, Carta Blanca e Indio*. Todas estas cuatro marcas son distribuidas a nivel nacional en México, representando aproximadamente el 87% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México durante el 2008.

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

Presentaciones de Cerveza

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

Presentaciones retornables

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

Presentaciones no-retornables

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

Precios Relativos

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

Estacionalidad

La demanda de cerveza de FEMSA Cerveza es mayor en la temporada de verano en México y, en consecuencia, el nivel de utilización de las cervecerías está en su pico más alto durante ese periodo. Asimismo, la demanda de productos de FEMSA Cerveza tiende a aumentar en el mes de diciembre, lo que refleja el consumo durante la temporada navideña. La demanda de productos de FEMSA Cerveza disminuye durante los meses de noviembre, enero y febrero principalmente a consecuencia del clima más frío en las regiones del norte de México.

Distribución Primaria

El sistema de distribución primaria de FEMSA Cerveza en México consiste en los envíos de sus plantas productoras a los almacenes de sus centros de distribución. FEMSA Cerveza utiliza una red combinada de distribuidores propios y de terceros. En un esfuerzo por mejorar la eficiencia y la alineación en su red de distribución, FEMSA Cerveza ha modificado su relación con distribuidores independientes al implementar con ellos acuerdos tipo franquicia. Como resultado, FEMSA Cerveza ha logrado importantes economías de escala al integrar a estos distribuidores dentro de sus propios sistemas operativos. Además, en años recientes FEMSA Cerveza ha logrado eficiencias en infraestructura y personal a través de la integración de centros de distribución propios. Los resultados de estas eficiencias han sido parcialmente compensados por la adquisición de centros de distribución de terceros. FEMSA Cerveza ha incrementado su volumen de ventas distribuido directamente del total de su volumen en México, representando el 91% de su volumen de ventas de cerveza en México; operando a través de 233 centros de distribución, propiedad de la Compañía. El 9% restante del volumen de ventas de cerveza fue vendido a través de 44 centros de distribución de terceros, los cuales en su mayoría operan bajo contratos de franquicia con FEMSA Cerveza. Se ofrece un contrato de franquicia solamente a aquellos distribuidores que cumplen con ciertos estándares de capacidad de operación, desempeño y alineación de objetivos. Históricamente FEMSA Cerveza ha adquirido y tiene la intención de continuar adquiriendo a aquellos distribuidores que no cumplan estos estándares. Mediante esta iniciativa, FEMSA Cerveza continuará buscando incrementar su volumen de ventas de cervezas en México a través de centros de distribución propios.

Además de distribuir sus propias marcas, el 22 de junio de 2004, la subsidiaria cervecera de FEMSA Cerveza firmó un acuerdo con Coors Brewing Company conforme al cual se designó a la subsidiaria de FEMSA Cerveza para importar, producir, distribuir, comercializar y vender en exclusiva la cerveza Coors Light en México.

Distribución a Detallistas

Los principales puntos de venta de cerveza en México son pequeños comercios independientes, depósitos de cerveza, licorerías y bares. Los supermercados representan solamente un pequeño porcentaje de las ventas de cerveza en México. Adicionalmente, FEMSA Comercio opera una cadena de 6,374 tiendas de conveniencia bajo el nombre comercial de OXXO que venden exclusivamente las marcas de FEMSA Cerveza.

El mercado detallista mexicano es un mercado fragmentado y se caracteriza por la preponderancia de pequeños puntos de venta que no pueden ni están dispuestos a mantener niveles de inventarios significativos, por consiguiente, FEMSA Cerveza debe realizar entregas frecuentes de productos a sus minoristas. A través del proceso de pre-venta FEMSA Cerveza ha mejorado sus prácticas de distribución, incrementando su eficiencia al separar los procesos de venta y distribución, mejorando así la efectividad de las rutas. Durante el 2008, FEMSA Cerveza implementó una nueva estrategia

para la forma de servir a sus clientes al cubrir las necesidades del cliente a través de procesos alternativos de pre-venta, a través de los cuales FEMSA Cerveza busca aumentar su eficiencia y al mismo tiempo mejorar las habilidades de su fuerza de venta para mejorar la implementación de su estrategia de venta en los puntos de venta y satisfacer así a los diferentes tipos de clientes. Al 31 de diciembre de 2008, aproximadamente el 23% de los clientes fueron atendidos a través de procesos alternativos de pre-venta, incluyendo pedidos electrónicos y ventas a través de un centro de atención telefónica. Véase “—Estrategia de Mercadotecnia”.

Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza atiende aproximadamente 340,000 detallistas en México y su red de distribución opera aproximadamente 2,307 rutas de distribución representando un incremento de 170 rutas debido principalmente a la adquisición de territorios de distribuidores terceros durante el 2008.

Sistema Integral de Negocio (Enterprise Resource Planning o ERP)

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

Estrategia de Mercadotecnia

FEMSA Cerveza se enfoca en el consumidor segmentando los mercados y posicionando sus marcas, por consiguiente, se esfuerza para desarrollar portafolios de marca y empaques que proveen las mejores alternativas para cualquier ocasión de consumo a precio apropiado. Con segmentación de mercados nos referimos a la técnica a través de la cual diseñamos y ejecutamos estrategias de posicionamiento y comunicación relevantes y distinguidas que nos permiten satisfacer las diferentes necesidades del consumidor. Investigación continua de mercado nos provee con información que utilizamos para desarrollar y adaptar nuestra oferta de productos para mejor satisfacer las necesidades de nuestros consumidores. Cada vez más nos enfocamos en micro segmentación, donde utilizamos nuestra investigación de mercado y los sistemas de tecnología de información para atacar segmentos de mercado más chicos, incluyendo en algunos casos los puntos de venta de manera individual.

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

Con el objeto de coordinar las estrategias de marca y canal de ventas, estamos desarrollando e implementando programas de mercadotecnia integrada que intentan mejorar el valor de las marcas mediante la utilización simultánea de comunicaciones por medios de difusión, intensos esfuerzos promocionales y patrocinios de eventos. Nuestros programas de mercadotecnia para marca en lo individual buscan enfatizar en una manera consistente los distintos atributos de dicha marca.

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

Plantas e Instalaciones

En la actualidad FEMSA Cerveza opera seis cervecerías en México con una capacidad total de producción mensual de 3.09 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad anual de aproximadamente 37.080 millones de hectolitros. Cada una de las cervecerías mexicanas de FEMSA Cerveza ha recibido la certificación ISO 9001 y 9002 y el Certificado de Industria Limpia otorgado por las autoridades ambientales mexicanas. Una consideración clave para seleccionar la ubicación de la cervecería, es su proximidad a los mercados potenciales; ya que el costo de transporte constituye un componente crítico en el costo total de la cerveza para el consumidor final. Las cervecerías de FEMSA Cerveza en México

se encuentran estratégicamente ubicadas en el país, como lo muestra la siguiente tabla, para abastecer de forma eficiente el sistema de distribución de FEMSA Cerveza.

**Plantas Cerveceras de FEMSA Cerveza en México
Al 31 de diciembre de 2008**



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

	Capacidad Promedio Anualizada
	(Miles de Hectolitros)
Orizaba	10,200
Monterrey.....	7,800
Toluca	5,400
Navojoa.....	5,400
Tecate.....	4,680
Guadalajara	3,600
Total.....	37,080
Capacidad promedio de utilización.....	80.9%

Entre el 2004 y 2008, FEMSA Cerveza aumentó la capacidad de producción mensual promedio en aproximadamente 282,000 hectolitros mediante inversiones adicionales en instalaciones existentes.

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

En noviembre del 2007, FEMSA Cerveza anunció una inversión de \$275 millones de dólares para la construcción de una planta en el municipio de Mecoqui, Chihuahua, y al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza ha invertido Ps. 221 millones (\$16 millones de dólares) en el proyecto. Debido a la desaceleración económica global y como consecuencia a los ajustes a nuestros planes de expansión de capacidad, hemos aplazado la construcción y esperamos comenzar operaciones en 2012 en lugar de 2010, como se había planeado originalmente.

Botellas de Vidrio y Latas

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

Operaciones de Botellas de Vidrio y Latas para Bebidas de FEMSA Cerveza en México Al 31 de diciembre de 2008

Producto	Ubicación	Capacidad de Producción Anual ⁽¹⁾	% de Utilización Promedio de la Capacidad
Latas de bebidas	Ensenada	1,700	85.2
	Toluca	3,000	90.8
		<u>4,700</u>	<u>88.8</u>
Tapas de latas	Monterrey	5,100	89.0
Hermetapas	Monterrey	18,000	85.1
Botellas de vidrio	Orizaba	1,300	79.7
Decoración de las botellas	Nogales	330	57.0
Arena sílica	Acayucan	720	98.9

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

Dos plantas producen los cuerpos de las latas de aluminio de bebidas en las instalaciones de producción ubicadas en Ensenada y Toluca, y otra planta, ubicada en Monterrey, produce tapas de latas. Durante el 2008, 64.0% del volumen de los cuerpos de latas que fueron producidas por dichas plantas fueron utilizadas por FEMSA Cerveza y el resto fue vendido a terceros.

Las botellas de vidrio se producen en la planta de producción de vidrio de Orizaba, Veracruz, y son decoradas en una planta ubicada en Nogales, Veracruz. Durante el 2008, 68.4% del volumen de botellas de vidrio producidas por dichas plantas fue utilizado por FEMSA Cerveza, 20.2% fue vendido a Coca-Cola FEMSA y 11.4% fue vendido a terceros.

Adicional a la construcción de la planta cervecera en Mecoqui, Chihuahua, FEMSA Cerveza anunció una inversión de \$117 millones de dólares para la construcción de una nueva fábrica de botellas de vidrio en Mecoqui, la cual también se ha aplazado y se espera entre en operación en el 2012.

Materias Primas

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

El aluminio y el acero son dos de las materias primas más importantes usadas en las operaciones de empaque de FEMSA Cerveza para elaborar latas de aluminio para bebidas y tapas de latas. FEMSA Cerveza compra el aluminio y el acero directamente a proveedores internacionales y locales calificados conforme a contratos. Empresas tales como Alcoa, Nittetsu-Shoji, Novelis, CSN, Rasselstein y AHMSA han sido seleccionadas como proveedores. Los precios de aluminio y acero, son cotizados generalmente en dólares y por lo tanto el costo para FEMSA Cerveza se ve afectado por las

fluctuaciones del tipo de cambio. Por ejemplo, una depreciación del peso mexicano respecto al dólar americano, incrementaría el costo de aluminio y acero, y en consecuencia los márgenes de FEMSA Cerveza disminuirían, ya que sus ventas están denominadas en general en pesos mexicanos. A la fecha la mina de arena sílica de FEMSA Cerveza ha podido satisfacer todas las necesidades de arena sílica de su planta de botella de vidrio.

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

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

Operaciones en Brasil

El Mercado Brasileño de Cerveza

El mercado de cerveza en Brasil fue el tercer mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2008 y se caracteriza por los siguientes factores: (1) producción concentrada nacional de cerveza, (2) elementos demográficos favorables en la población que consume cerveza, y (3) un canal de detallistas fragmentado.

Concentración de la producción de cerveza brasileña

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

Datos demográficos de la población que consume cerveza

Estimamos que el consumo per cápita de cerveza anual de la población brasileña total alcanzó aproximadamente 54 litros en el 2008. La edad legalmente autorizada en Brasil para consumir bebidas alcohólicas es de 18 años. Consideramos que el principal mercado de FEMSA Cerveza es el segmento de la población masculina entre los 18 y los 45 años de edad. Aproximadamente 32% de la población brasileña es menor de 18 años y, por lo tanto, no se considera que forme parte de la población consumidora de cerveza.

Basándose en las tendencias históricas y en lo que la administración percibe como una continua aceptación social hacia el consumo de cerveza, FEMSA Cerveza considera que el crecimiento general de la población producirá un incremento en el número de consumidores de cerveza en Brasil. En función de las tendencias históricas, según las mediciones del Instituto Brasileño de Estadística (*Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* “IBGE”), esperamos que la población brasileña crezca en una tasa anual promedio de aproximadamente el 0.9% por año durante el periodo del 2009 al 2013. Estimamos que, durante los próximos 10 años, aproximadamente más de 3 millones de personas adicionales por año se convertirán en consumidores potenciales de cerveza debido al crecimiento natural de la población en Brasil.

Descripción del Producto

Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 15 marcas de cerveza en Brasil en 8 diferentes presentaciones resultando en un portafolio de 40 ofertas distintas de producto. Las marcas más importantes en el portafolio de FEMSA Cerveza en Brasil incluyen: *Kaiser*, *Bavaria Clásica*, *Sol*, *Heineken* y *Xingu*. Estas cinco marcas son distribuidas a nivel nacional en Brasil, representando aproximadamente el 96% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en Brasil durante 2008.

Presentaciones de Cerveza

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

Distribución Primaria

El sistema de distribución primaria de FEMSA Cerveza en Brasil consiste en los envíos de sus plantas productoras a los almacenes de varios embotelladores, los cuales son franquicias de Coca-Cola en Brasil. En Brasil existen 19 embotelladores de Coca-Cola, incluyendo las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, cada uno responsable de cierto territorio geográfico.

Ventas y Distribución a Detallistas

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

Plantas e Instalaciones

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

**Plantas Cerveceras de FEMSA Cerveza en Brasil
Al 31 de diciembre de 2008**



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

	Capacidad Promedio Anualizada
	(Miles de Hectolitros)
Jacareí	7,864
Ponta Grossa	3,100
Araraquara.....	2,800
Feira de Santana.....	1,972
Pacatuba	1,800
Gravataí.....	1,752
Cuiabá.....	420
Manaus.....	480
Total.....	20,188
Utilización de capacidad promedio.....	50.7%

Exportaciones

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

Hasta el 1° de enero de 2005, Labatt USA era el importador de las marcas de FEMSA Cerveza a los Estados Unidos. El 21 de junio de 2004, FEMSA Cerveza y dos de sus subsidiarias celebraron acuerdos de distribución y sublicenciación con Heineken USA. Conforme a estos acuerdos, el 1° de enero de 2005, Heineken USA pasó a ser el importador, comercializador y vendedor exclusivo de las marcas de FEMSA Cerveza en Estados Unidos. En abril del 2007, FEMSA Cerveza y Heineken USA firmaron un nuevo acuerdo de importación en Estados Unidos por diez años, en el cual

Heineken USA continuará siendo el importador, comercializador y vendedor exclusivo en Estados Unidos de las marcas de cerveza de FEMSA Cerveza. Este acuerdo inició su vigencia el 1° de enero de 2008.

El volumen de ventas de exportación de cerveza de 3,479 millones de hectolitros en el 2008 representó el 8.5% del volumen total de ventas de cerveza de FEMSA Cerveza. Los ingresos por exportaciones de FEMSA Cerveza de Ps. 3,608, representaron el 8.5% de los ingresos totales en el 2008. La siguiente tabla muestra los volúmenes de ventas de exportación de cerveza de FEMSA Cerveza y el total de ventas de cerveza por exportación:

	Resumen de Exportaciones de FEMSA Cerveza				
	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2008	2007	2006	2005	2004
Volumen de exportación de cerveza ⁽¹⁾	3,479	3,183	2,811	2,438	2,240
Crecimiento del volumen ⁽²⁾	9.3%	13.2%	15.3%	8.8%	13.0%
Porcentaje del volumen total de ventas de cerveza ⁽³⁾ ...	8.5%	8.0%	7.4%	9.0%	8.7%
Ingresos por exportaciones					
Pesos mexicanos ⁽⁴⁾ (millones)	3,608	3,339	2,977	2,717	2,008
Dólares ⁽⁵⁾ (millones)	327	299	256	227	156
Crecimiento de los ingresos (Dólares) ⁽²⁾	9.4%	16.5%	13.0%	45.8%	16.7%
Porcentaje del total de Ingresos	8.5%	8.4%	8.1%	10.2%	8.1%

Fuente: FEMSA Cerveza.

⁽¹⁾ Miles de hectolitros.

⁽²⁾ Cambio porcentual contra el año anterior.

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

⁽⁴⁾ Pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2008.

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

Actualmente FEMSA Cerveza exporta sus productos a 52 países. El principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza es Norteamérica, el cual representó el 88% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza, en el 2008.

Las principales marcas de exportación de FEMSA Cerveza son *Tecate*, *XX Lager*, *Dos Equis (Ámbar)* y *Sol*. Estas marcas en forma conjunta representaron el 91.7% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza para el año terminado el 31 de diciembre de 2008.

FEMSA Comercio

Resumen y Antecedentes

FEMSA Comercio, opera bajo el nombre comercial de “OXXO”, la cadena de tiendas de conveniencia más grande en México, basada en número de tiendas al 31 de diciembre de 2008. A esa fecha, FEMSA Comercio operaba 6,374 tiendas OXXO, ubicadas a lo largo del país, con una presencia particularmente fuerte en el norte de México.

FEMSA Comercio, el cliente individual más grande de FEMSA Cerveza y del sistema Coca-Cola en México, fue creada por FEMSA en 1978, cuando se abrieron dos tiendas OXXO en Monterrey, una en México D.F. y otra tienda en Guadalajara. El elemento que motivó el ingreso de FEMSA a la industria del comercio minorista fue el deseo de mejorar las ventas de cerveza por medio de puntos de venta propiedad de la Compañía y de obtener información sobre las preferencias de los consumidores. En 2008, las ventas de cerveza a través de las tiendas OXXO representaron un 12.3% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México, así como aproximadamente 14.6% de los ingresos de FEMSA Comercio. En 2008, una tienda OXXO típica ofrecía aproximadamente 1,777 unidades de inventario (SKU, siglas en inglés) diferentes en 31 categorías principales.

En años recientes FEMSA Comercio ha ganado enorme importancia como un canal efectivo de distribución para nuestras bebidas, así como un creciente punto de contacto con nuestros consumidores. Basados en la creencia que la ubicación juega un importante rol para el éxito a largo plazo del punto de venta al detalle, como la tienda de conveniencia, así como el mejorar continuamente la habilidad para el proceso acelerado y eficiente para el desarrollo de nuevas tiendas, nos hemos enfocado en una estrategia de crecimiento rápido y rentable. FEMSA Comercio abrió 706, 716 y 811 nuevas tiendas OXXO en los años 2006, 2007 y 2008, respectivamente. En 2008, la expansión acelerada se tradujo en un crecimiento total en ingresos de 12.0% para alcanzar Ps. 47,146 millones. Las ventas mismas tiendas crecieron 0.4% reflejando el cambio de venta de tarjetas prepagadas para celulares a la venta de tiempo aire electrónico y para el cual sólo se registra el margen neto, en lugar del ingreso total de la venta de recarga de tiempo aire. FEMSA Comercio registró aproximadamente 1,695 millones de transacciones en 2008, comparado con 1,357 millones en 2007

Estrategia de Negocios

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

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

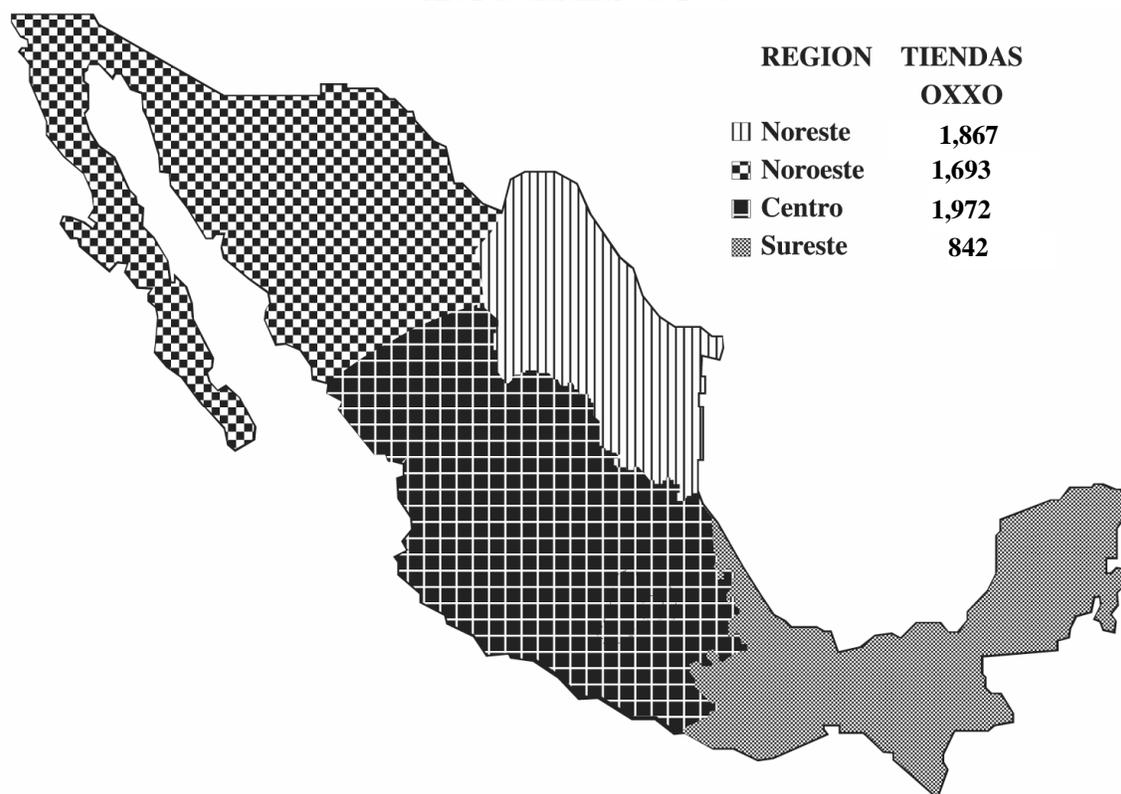
FEMSA Comercio ha realizado, y continuará realizando, sustanciales inversiones en tecnología de información para mejorar su capacidad para captar información sobre sus clientes y mejorar su desempeño operativo general. Todos los productos comercializados por las tiendas OXXO tienen códigos de barra y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

FEMSA Comercio ha adoptado estrategias promocionales innovadoras destinadas a incrementar el tráfico y las ventas de las tiendas de conveniencia. Particularmente, FEMSA Comercio vende artículos de alta rotación tales como bebidas, botanas y cigarrillos a precios competitivos. Su capacidad para implementar de manera rentable esta estrategia puede atribuirse en parte al tamaño de la cadena OXXO, así como a la habilidad de FEMSA Comercio para trabajar junto con sus proveedores para implementar sus estrategias de administración de ingresos a través de promociones diferenciadas. Las estrategias de comercialización y promoción nacionales y locales de OXXO son un generador eficaz de ventas y un medio para alcanzar a nuevos segmentos de la población al mismo tiempo que se fortalece la marca OXXO. Por ejemplo, la organización ha refinado su capacidad para ejecutar promociones mixtas (descuentos en multi-packs o la venta de productos complementarios a un precio especial) y promociones dirigidas a ciertos grupos para atraer nuevos segmentos de clientes, tales como amas de casa, ampliando las ofertas en la categoría de abarrotes en ciertas tiendas. Adicionalmente, FEMSA Comercio está fortaleciendo sus capacidades para ofrecer cada vez más servicios a sus consumidores, como el pago de servicios y otros tipos de transacciones básicas.

Ubicación de las Tiendas

Con 6,374 tiendas OXXO en México al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Comercio opera la mayor cadena de tiendas de conveniencia de Latinoamérica (en base al número de tiendas). Las tiendas OXXO están concentradas en el norte de México, pero también tienen una creciente presencia en el centro del país y en la costa del Golfo.

**FEMSA Comercio
Tiendas OXXO por Región
Al 31 de diciembre de 2008**



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

Crecimiento Total de Tiendas OXXO

	Al 31 de diciembre del:				
	2008	2007	2006	2005	2004
Total tiendas OXXO.....	6,374	5,563	4,847	4,141	3,466
% de crecimiento en tiendas (respecto al año anterior)	14.6%	14.8%	17.0%	19.5%	23.9%

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

La selección de la ubicación y la planificación previa a la apertura para optimizar los resultados de los nuevos locales son elementos importantes en el plan de crecimiento de FEMSA Comercio. La empresa revisa en forma permanente el desempeño de sus locales en comparación a ciertos estándares de operación y financieros para optimizar el desempeño general de la cadena. Las tiendas que no pueden mantener los niveles de desempeño de referencia por lo general se cierran. Entre el 31 de diciembre del 2004 y 2008, el número total de tiendas OXXO aumentó en 2,908, resultado de la inauguración de 3,018 nuevas tiendas y del cierre de 110 existentes.

Competencia

Los competidores principales de OXXO en el segmento de tiendas de conveniencia del mercado de comercio minorista se integran por 7-Eleven, Super Extra, Super City, Circle-K y AM/PM, así como otras cadenas regionales de

tiendas de conveniencia. El formato de estas tiendas es similar al de las tiendas OXXO. OXXO compete tanto por los consumidores como por locales comerciales así como por los gerentes que operan las tiendas. En base a un estudio de mercado realizado por FEMSA Comercio, creemos que al 31 de diciembre de 2008 existían aproximadamente 10,052 tiendas en México que podrían considerarse parte del segmento de tiendas de conveniencia dentro del mercado de comercio al detalle. OXXO es la cadena más grande de México, operando casi dos terceras partes de estas tiendas. Por otra parte, FEMSA Comercio, con su presencia en los 32 estados del país, tiene una cobertura geográfica mucho más amplia que cualquiera de sus competidores en México.

Características del Mercado y de las Tiendas

Características del mercado

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

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

Características de las tiendas

El promedio del tamaño de una tienda OXXO es de aproximadamente 109 metros cuadrados, sin incluir el espacio dedicado a refrigeración, almacenamiento y estacionamiento. El área construida promedio de la tienda tipo es de aproximadamente 186 metros cuadrados y, si se incluye el estacionamiento, la superficie total promedio llega a ser de 443 metros cuadrados.

FEMSA Comercio—Indicadores Operativos

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2008	2007	2006	2005	2004
	(cambio porcentual respecto al año anterior)				
Ingresos totales.....	12.0%	14.3%	18.7%	21.8%	24.8%
Ventas mismas tiendas OXXO ⁽¹⁾	0.4%	3.3%	8.2%	8.7%	8.9%
	(porcentaje del total)				
Datos categoría cerveza:					
Ventas de cerveza como % del total de ventas de las tiendas.....	14.6%	13.4%	13.5%	13.0%	13.4%
Ventas de cerveza en tiendas OXXO como % del volumen de FEMSA					
Cerveza	12.3%	11.0%	9.9%	8.6%	7.3%

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

Cerveza, tarjetas telefónicas, refrescos y cigarrillos, representan los principales productos de venta para las tiendas OXXO. FEMSA Comercio tiene un contrato de distribución con FEMSA Cerveza. Conforme a este acuerdo, las tiendas de conveniencia OXXO solamente comercializan las marcas de cerveza producidas y distribuidas por FEMSA Cerveza. Antes del 2001, las tiendas OXXO tenían acuerdos informales con los embotelladores de Coca-Cola, incluyendo los territorios en el centro de México de Coca-Cola FEMSA, para vender solamente sus productos. En 2001, una cantidad limitada de tiendas OXXO comenzó a vender productos Pepsi en algunas ciudades del norte de México, como parte de una estrategia competitiva defensiva.

Aproximadamente un 72% de las tiendas son operadas por gerentes independientes que son responsables de todos los aspectos relativos al funcionamiento de las tiendas. Los gerentes son agentes a comisión y no son empleados de FEMSA Comercio. Cada gerente de tienda es el patrón legal del personal de la misma, el cual típicamente se compone de seis personas. FEMSA Comercio invierte constantemente en personal operativo de cada local, con el objetivo de promover la lealtad, el servicio al cliente, así como para una rotación baja de su personal en las tiendas.

Publicidad y promoción

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

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

Inventario y Compras

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

Consideramos que la escala de operaciones de la cadena OXXO proporciona a FEMSA Comercio una ventaja competitiva para lograr establecer alianzas estratégicas con sus proveedores. Las ofertas de las categorías generales se determinan a nivel nacional, pero las decisiones de compra se implementan según la naturaleza de la categoría de producto a nivel local, regional o nacional. Dada la fragmentación de la industria de comercio minorista mexicana en general, los productores mexicanos de cerveza, refrescos, pan, productos lácteos, botanas, cigarrillos y otros productos con alta frecuencia de consumo han creado sistemas propios de distribución con amplia cobertura de distribución directa. Como resultado, aproximadamente un 53% de los productos vendidos por la cadena OXXO es entregado directamente a las tiendas por los proveedores. Otros productos de vida más prolongada son distribuidos a las tiendas por el sistema de distribución de FEMSA Comercio, que incluye diez bodegas regionales ubicadas en Monterrey, México D.F., Guadalajara, Mexicali, Mérida, León, Obregón, Puebla, Chihuahua y Reynosa. Los centros de distribución operan una flota de 317 camiones que efectúan entregas a cada tienda aproximadamente una vez por semana.

Estacionalidad

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

Otras Tiendas

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

Otros Negocios

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

- Nuestras subsidiarias de refrigeradores comerciales, etiquetas y empaques flexibles. El negocio de refrigeración produce refrigeradores comerciales horizontales y verticales para la industria de los refrescos, de la cerveza y alimenticia, con una capacidad anual de 192,480 unidades al 31 de diciembre de 2008. En 2008, vendió 180,320 unidades de refrigeración, 33.2% a Coca-Cola FEMSA, 19.1% de las cuales se vendieron a FEMSA Cerveza y los refrigeradores restantes fueron vendidos a terceros. El negocio de etiquetas y empaques flexibles ubicado en Monterrey tiene una capacidad de producción de 335,081 miles de metros de empaque flexible por año. En 2008, vendió el 43% de su producción de etiquetas a FEMSA Cerveza, 21% a Coca-Cola FEMSA y el 36% a terceros. Consideramos que el crecimiento de estos negocios continuará reflejando la estrategia de comercialización de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza.

- Nuestra subsidiaria de servicios de logística provee servicios de logística a Coca-Cola FEMSA, FEMSA Empaques, a las operaciones de empaque de FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y a ciertos clientes externos que abastecen o participan directamente en la industria mexicana de bebidas o bien en otras industrias. Este negocio provee apoyo logístico integrado a la cadena de abastecimiento de sus clientes, incluida la administración de los servicios de los transportistas y otros servicios de la cadena de abastecimiento.
- Una de nuestras subsidiarias es propietaria de la marca de refrescos *Mundet* y de ciertos equipos de producción de concentrado, los cuales están dados en licencia a, y son producidos y distribuidos por Coca-Cola FEMSA.
- Nuestra subsidiaria de servicios corporativos emplea a todo nuestro personal corporativo, incluyendo las áreas de finanzas, contabilidad corporativa, impuestos, legal, planeación financiera y estratégica, recursos humanos y auditoría interna. A través de esta subsidiaria, dirigimos, controlamos, supervisamos y evaluamos las operaciones de nuestras compañías subtenedoras. FEMSA Cerveza, FEMSA Comercio y nuestra subsidiaria de empaques pagan servicios administrativos como contraprestación por los servicios que se les presta. Además, tanto FEMSA Cerveza como Coca-Cola FEMSA han celebrado contratos de servicios, en virtud del cual pagan cierta cantidad por servicios específicos.

Descripción de Propiedad, Planta y Equipo

Al 31 de diciembre de 2008 éramos propietarios de todas nuestras instalaciones de producción y de prácticamente todas las bodegas y centros de distribución. Nuestras propiedades consisten principalmente en plantas de producción y centros de distribución de cerveza y refrescos así como espacio de oficinas. Además, FEMSA Comercio es propietaria de aproximadamente 12.6% de los locales comerciales de OXXO, mientras que las otras tiendas están ubicadas en propiedades arrendadas bajo contratos a largo plazo con terceros.

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

**Instalaciones productivas de FEMSA
Al 31 de diciembre de 2008**

<u>Compañía Subtenedora</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Uso principal</u>	<u>Área de Producción (miles de metros cuadrados)</u>
Coca-Cola FEMSA			
<i>México</i>	San Cristóbal de las Casas, Chiapas.....	Embotellado de refrescos	45
	Cuautitlán, Estado de México	Embotellado de refrescos	35
	Los Reyes la Paz, Estado de México	Embotellado de refrescos	50
	Toluca, Estado de México.....	Embotellado de refrescos	242
	Celaya, Guanajuato	Embotellado de refrescos	87
	León, Guanajuato	Embotellado de refrescos	38
	Morelia, Michoacán	Embotellado de refrescos	50
	Ixtacomitán, Tabasco	Embotellado de refrescos	117
	Apizaco, Tlaxcala	Embotellado de refrescos	80
	Coatepec, Veracruz.....	Embotellado de refrescos	142
<i>Guatemala</i>	Guatemala	Embotellado de refrescos	47
<i>Nicaragua</i>	Managua	Embotellado de refrescos	54
<i>Costa Rica</i>	Calle Blancos, San José	Embotellado de refrescos	52
	Coronado, San José.....	Embotellado de refrescos	14
<i>Panamá</i>	Panamá.....	Embotellado de refrescos	29
<i>Colombia</i>	Barranquilla	Embotellado de refrescos	37
	Bogotá.....	Embotellado de refrescos	105
	Bucaramanga	Embotellado de refrescos	26
	Cali.....	Embotellado de refrescos	76
	Manantial	Embotellado de refrescos	67
<i>Venezuela</i>	Medellín.....	Embotellado de refrescos	47
	Antimano	Embotellado de refrescos	15
	Barcelona	Embotellado de refrescos	141
	Maracaibo	Embotellado de refrescos	68
<i>Brasil</i>	Valencia	Embotellado de refrescos	100
	Campo Grande	Embotellado de refrescos	36
	Jundiaí.....	Embotellado de refrescos	191
	Mogi das Cruzes	Embotellado de refrescos	119
<i>Argentina</i>	Belo Horizonte.....	Embotellado de refrescos	73
	Alcorta	Embotellado de refrescos	73
	Montes Grande, Buenos Aires	Embotellado de refrescos	78

**Instalaciones productivas de FEMSA
Al 31 de diciembre de 2008**

<u>Compañía Subtenedora</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Uso principal</u>	<u>Área de Producción (miles de metros cuadrados)</u>	
FEMSA Cerveza				
<i>México</i>	Tecate, Baja California.....	Cervecería	586	
	Toluca, Estado de México	Cervecería	375	
	Guadalajara, Jalisco	Cervecería	117	
	Monterrey, Nuevo León	Cervecería	445	
	Navojoa, Sonora	Cervecería	548	
	Orizaba, Veracruz.....	Cervecería	281	
	Pachuca, Hidalgo.....	Maltera	31	
	San Marcos, Puebla	Maltera	110	
	Ensenada, Baja California	Latas de bebidas	33	
	Toluca, Estado de México	Latas de bebidas	22	
	Monterrey, Nuevo León	Hermetapas y tapas de latas	51	
	Acayucan, Veracruz	Mina de arena sílica	9	
	Nogales, Veracruz	Decoración de botellas	26	
	Orizaba, Veracruz.....	Botellas de vidrio	23	
	<i>Brasil</i>	Jacareí.....	Cervecería	72
		Ponta Grossa.....	Cervecería	44
Araraquara		Cervecería	38	
Feira de Santana		Cervecería	26	
Pacatuba		Cervecería	38	
Gravataí		Cervecería	23	
Cuiabá.....		Cervecería	20	
Manaus		Cervecería	11	

Seguros

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

Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo

Nuestras inversiones en activo fijo para los años terminados el 31 de diciembre del 2008, 2007 y 2006 fueron de Ps. 14,234 millones, Ps. 11,257 millones y Ps. 9,422 millones, respectivamente, y fueron en su mayor parte financiadas por efectivo generado por las operaciones de nuestras subsidiarias. Estas cantidades fueron invertidas de la siguiente manera:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2008	2007	2006
	(en millones de pesos mexicanos)		
Coca-Cola FEMSA.....	4,802	3,682	Ps. 2,863
FEMSA Cerveza.....	6,418	5,373	4,419
FEMSA Comercio	2,720	2,112	1,943
Otros.....	294	90	197
Total	14,234	11,257	Ps. 9,422

Coca-Cola FEMSA

Durante 2008, la inversión en activo fijo de Coca-Cola FEMSA fue principalmente en botellas retornables y cajas, incremento en la capacidad de producción, en la cobertura de refrigeradores con los detallistas y mejoras en la eficiencia del sistema de distribución. La inversión en activo fijo en México fue aproximadamente Ps. 1,926 millones, representando aproximadamente 40% del total invertido por Coca-Cola FEMSA.

FEMSA Cerveza

Producción

Durante 2008, FEMSA Cerveza invirtió aproximadamente Ps. 1,344 millones en la mejora y sustitución de equipo para sus plantas cerveceras. La capacidad instalada mensual de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2008 era de 4.78 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad instalada anual de 57.3 millones de hectolitros. Además, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 535 millones para mejoras de sus instalaciones y equipos en sus plantas de latas de bebidas y botellas de vidrio.

Distribución

En 2008, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 765 millones en su red de distribución. Aproximadamente Ps. 275 millones de este monto se invirtió en el reemplazo de camiones de la flota de distribución, Ps. 241 millones en terrenos, edificios y mejoras a propiedades arrendadas destinadas a distintas funciones de distribución, y los Ps. 249 millones restantes en otras inversiones relacionados con distribución.

Inversiones de mercado

Durante 2008, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 3,413 millones en actividades relacionadas con el mercado y el apoyo a las marcas en el mercado nacional. Aproximadamente 56% de estas inversiones se destinó a arreglos con clientes y apoyo comercial a distribuidores propios e independientes. Las inversiones en estos acuerdos con plazos superiores a un año se capitalizan y amortizan durante la vigencia del arreglo. En términos generales, los arreglos con los clientes de FEMSA Cerveza se celebran por un periodo de cuatro a cinco años. Otras inversiones de mercado incluyen la compra de equipos de refrigeración, hieleras, y anuncios publicitarios. Estos artículos se colocan en los comercios detallistas con el fin de facilitar la capacidad del detallista para servir al cliente y fomentar la imagen y perfil de las marcas de FEMSA Cerveza.

Inversiones en tecnología de información

Adicionalmente, durante el 2008, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 238 millones en proyectos de software.

FEMSA Comercio

La principal actividad de inversión de FEMSA Comercio es la construcción y apertura de tiendas nuevas. Durante el 2008, FEMSA Comercio abrió 811 tiendas nuevas netas. El monto invertido por FEMSA Comercio en el 2008, fue de Ps. 2,720 millones, los cuales se destinaron a la adición de nuevas tiendas, centros de distribución y a mejoras en las propiedades arrendadas.

Asuntos Regulatorios

Legislación sobre Competencia

La Ley Federal de Competencia Económica entró en vigencia el 22 de junio de 1993. La Ley Federal de Competencia Económica y el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, vigente desde el 9 de marzo de 1998, regulan a los monopolios y las prácticas monopólicas y exigen la aprobación del gobierno mexicano para ciertas fusiones y adquisiciones. La Ley Federal de Competencia Económica somete además las operaciones de ciertas compañías mexicanas, incluyendo la nuestra, a un control reglamentario. Además, el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica prohíbe a los miembros de cualquier asociación comercial el concertar acuerdos relativos al precio de sus productos. La administración estima que estamos actualmente en cumplimiento con todos los aspectos materiales respecto a la legislación de competencia mexicana.

En México y en algunos otros países en los cuales operamos, estamos involucrados en procedimientos en curso relacionados a la competencia económica. Creemos que el resultado de estos procedimientos no tendrá un efecto material adverso en nuestra situación financiera. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales—Coca-Cola FEMSA—Asuntos de competencia”.

Asuntos Ambientales

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

México

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

Adicionalmente, estamos sujetos a la Ley Federal de Derechos, también aplicada bajo la competencia de SEMARNAT. Adoptada en enero de 1993, la ley dispone que las plantas en México que utilicen pozos de agua como fuente en los requerimientos de agua deberá pagar derechos a la ciudad por la descarga aguas de residuales en el drenaje. En 1995, ciertas autoridades municipales comenzaron a hacer pruebas sobre la calidad de la descarga de aguas residuales, y a imponer una cuota adicional a las plantas por medidas que excedan ciertas normas publicadas por la SEMARNAT. Todas nuestras plantas localizadas en la ciudad de México y la planta de Toluca, cumplieron con estos nuevos estándares desde el 2001.

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

Además, cada una de las plantas cerveceras mexicanas de FEMSA Cerveza ha recibido la certificación ISO 9001 y 9002 y el “Certificado de Industria Limpia” otorgado por las autoridades ambientales mexicanas.

Centroamérica

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

Colombia

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Colombia están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales y estatales colombianas relacionadas con la protección del medio ambiente y el manejo de aguas residuales y desecho de

materiales tóxicos y peligrosos. Estas leyes incluyen el control de emisiones atmosféricas, emisiones de ruido, tratamiento de aguas residuales y estrictas limitaciones en el uso de clorofluorocarbonos. Coca-Cola FEMSA también está involucrada en campañas nacionales para la colección y reciclaje de botellas de vidrio y plástico Coca-Cola FEMSA cuenta con la “Certificación Ambiental Fase IV” para cada una de sus plantas en Colombia.

Venezuela

Las operaciones de Coca-Cola FEMSA en Venezuela están sujetas a diversas leyes y reglamentos federales, estatales y municipales relacionados con la protección al medio ambiente. Las leyes más relevantes sobre la materia son la Ley Orgánica del Ambiente, la Ley Sobre Sustancias, Materiales y Desechos Peligrosos, la Ley Penal del Ambiente y la Ley de Aguas. Desde la aplicación de la Ley Orgánica del Medio Ambiente en 1995, la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Venezuela ha presentado a las autoridades competentes planes para traer sus instalaciones de producción y centros de distribución a cumplimiento con la ley. Mientras las leyes proporcionan ciertos periodos de gracia para el cumplimiento con las nuevas normas ambientales, Coca-Cola FEMSA ha tenido que ajustar algunos de sus calendarios originalmente propuestos presentados a las autoridades, debido a retrasos en el cumplimiento de algunos de estos proyectos. Coca-Cola FEMSA se encuentra en el proceso de obtener la certificación ISO 14000 para todas sus plantas en Venezuela.

Brasil

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

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

En Brasil es necesario obtener concesión del gobierno para llevar a cabo actividades de drenaje. Todas las plantas de Coca-Cola FEMSA en Brasil cuentan con esta concesión, excepto Mogi das Cruzes, pero Coca-Cola FEMSA está en proceso de obtenerla.

Argentina

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

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

Hemos gastado y muy probablemente sigamos utilizando fondos para el cumplimiento y remediación según leyes y reglamentos locales en materia de medio ambiente. No creemos que dichos costos tengan un efecto adverso significativo en nuestro estado de resultados o condición financiera. Sin embargo, ya que las leyes y reglamentos en materia de medio ambiente y su ejecución se han vuelto cada vez más estrictos en nuestros territorios y que existe una conciencia creciente por parte de las autoridades locales respecto al cumplimiento de estándares medioambientales en los países en los que operamos, un aumento en costos reflejaría un efecto adverso en nuestros estados de resultados futuros o condición financiera. La administración no tiene conocimiento de cambios en reglamentos que requieran importantes inversiones.

Ley de Suministro de Agua

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

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

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

En Colombia, obtenemos el agua directamente de nuestros pozos y acueductos, y estamos obligados a tener una licencia específica para explotar el agua de pozos privados. El uso del agua se encuentra regulada por la resolución n°. 1154 de 1997 y el decreto n° 4742 de 2005. Las compañías que explotan agua son supervisadas por el Instituto Nacional de Recursos Naturales.

En Nicaragua y Costa Rica, somos propietarios y explotamos nuestros propios pozos de agua privados. En Costa Rica requerimos de un permiso otorgado por las autoridades ambientales para explotar pozos privados. En Venezuela también usamos nuestros propios pozos de agua privados, así como agua suministrada por la municipalidad correspondiente, y hemos tomado las acciones adecuadas para tener suministro de agua de estas fuentes. En el resto de nuestros territorios, obtenemos el agua de agencias gubernamentales o de municipalidades.

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

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

Ninguno

PUNTO 5. RESULTADOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS Y PERSPECTIVAS

El siguiente análisis debe leerse en conjunto y está completamente referenciado a nuestros estados financieros consolidados, incluyendo las notas de los mismos. Nuestros estados financieros consolidados fueron preparados de acuerdo a las Normas de Información Financiera, las cuales difieren en ciertos aspectos de las U.S. GAAP. Las Notas 26 y 27⁽¹⁾ de nuestros estados financieros consolidados incluyen una descripción de las principales diferencias entre las Normas de Información Financiera y los U.S. GAAP que afectan a la Compañía, una conciliación a U.S. GAAP de la utilidad neta y del capital contable, así como un estado de situación financiera, un estado de resultados y de la utilidad integral, un estado de cambios en el capital contable y un flujo de efectivo presentados bajo U.S. GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo Normas de Información Financiera, así como una conciliación bajo U.S. GAAP de la utilidad neta y del capital contable. Véase “—Conciliación U.S. GAAP.”

Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres

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

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

Los resultados de nuestras operaciones y nuestra situación financiera se ven afectados por las condiciones económicas y de mercado vigentes en los países donde nuestras subsidiarias conducen sus operaciones, particularmente en México. Una cantidad de factores influyen en los cambios en estas condiciones, incluyendo los analizados en el “Punto 3. Información General - Factores de Riesgo”.

Eventos Recientes

Cambios en las Normas de Información Financiera, Descontinuo el uso de Contabilidad Inflacionaria para Entornos Económicos No-inflacionarios y presentación requerida de los Estados de Flujo de Efectivo

De acuerdo a las Normas de Información Financiera NIF B-10, descontinuos la contabilidad ajustada por inflación a partir del 1 de enero de 2008 para nuestras subsidiarias que operan en entornos económicos no-inflacionarios, los cuales se definen como aquellas economías en donde las tasas de inflación acumulada durante los últimos tres años fueron en promedio menores al 26%. En 2008, nuestras subsidiarias en México, Guatemala, Colombia, Brasil y Panamá estuvieron operando en entornos económicos no inflacionarios. Continuamos reconociendo la contabilidad ajustada por inflación para nuestras subsidiarias que operan en países en donde las tasas de inflación acumulada de los últimos tres años fueron igual o mayor a 26% como Venezuela, Nicaragua, Costa Rica y Argentina. Este nuevo estándar se aplica de manera prospectiva a partir del 1° de enero de 2008 o “la fecha de implementación” de esta norma, debido a esto, nuestra información histórica no ha sido re-expresada. Ver Nota 2a de estados financieros consolidados.

En 2008, adoptamos la NIF B-2 “Estado de Flujo de Efectivo” que exige la presentación de nuestros flujos de efectivo como parte de los estados financieros consolidados. NIF B-2 clasifica los cobros y pagos en efectivo en función de actividades operacionales, de inversión o de financiamiento, además de proporcionar las definiciones para cada categoría. La adopción de la NIF B-2 es prospectiva, y como resultado, el estado de flujos de efectivo al 31 de diciembre de 2008 no

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

es comparable con los estados de cambios en la situación financiera para los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006. Ver “—Liquidez y Recursos de Capital—Liquidez”

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

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

Efectos por Cambios en Condiciones Económicas

Nuestros resultados de operación son afectados por cambios en condiciones económicas en México y en los otros países en los que operamos. Para los años terminados el 31 de diciembre del 2008, 2007 y 2006 el 66%, 69% y 73%, respectivamente, de nuestros ingresos totales fueron atribuibles a México. Después de la adquisición de Panamco y Kaiser, tenemos una exposición más grande en los países en los que no hemos tenido operaciones históricamente, particularmente en países de Centroamérica, Colombia, Venezuela y Brasil, aunque seguimos generando una porción sustancial de nuestras ventas totales de México. La participación de estos otros países como porcentaje total de nuestros ingresos ha incrementado durante los últimos 5 años y se espera que continúe haciéndolo en periodos futuros.

La economía mexicana está experimentando actualmente un descenso como resultado del impacto de la crisis financiera global en muchas de las economías emergentes durante la segunda mitad del año pasado. En el cuarto trimestre del 2008, el producto interno bruto mexicano o PIB se contrajo aproximadamente 1.7% versus el mismo periodo del 2007 y el Banco de Mexico espera que el PIB se contraiga 5% en 2009 de acuerdo con su última estimación. La economía mexicana continua estando influenciada de forma importante por la economía de Estados Unidos, por lo tanto, cualquier deterioro adicional en las condiciones económicas o retrasos en la recuperación de la economía de Estados Unidos puede dificultar la recuperación de México

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

El incremento en tasas de interés en México incrementa el costo de nuestra deuda en pesos mexicanos a tasa de interés variable, y tiene un efecto adverso en nuestra posición financiera y en los resultados de operación. Durante 2008, debido a las reducciones en el mercado internacional de crédito y a la limitada disponibilidad de créditos en los mercados internacionales y en Mexico, así como cambios en la mezcla de tipos de cambio en nuestra deuda, nuestra tasa de interés promedio ponderado creció 70 puntos base.

A partir del cuarto trimestre del 2008 y en lo que va del 2009, el valor del peso mexicano frente al dólar ha fluctuado significativamente, teniendo un precio mínimo en 2008 de 9.92 pesos por dólar hasta un máximo de 13.94 pesos por dólar. El 15 de junio de 2009, el tipo de cambio fue de 13.4305. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio”. Una devaluación del peso mexicano o de cualquier otra moneda en la que operamos contra el dólar americano incrementa nuestro costo de materias primas, tasado en dólares, incluyendo los precios de las materias primas que están determinados en referencia al dólar. Adicionalmente, una devaluación del peso mexicano o de cualquier otra moneda en la que operamos contra el dólar incrementará el costo de nuestra deuda determinada en dólares, lo que podría afectar negativamente nuestra posición financiera y resultados de operación, tal como sucedió en el cuarto trimestre del 2008.

Apalancamiento Operativo

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

Las subsidiarias operativas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza participan, en diferente grado, en actividades intensivas de capital. La alta utilización de la capacidad instalada de producción resulta en una mejor absorción de costos

fijos, así como en incrementos en producción sin costos fijos adicionales. Ante la ausencia de incrementos significativos en los costos variables, los márgenes de utilidad bruta se expandirán cuando las plantas de producción estén operando a altos niveles de utilización. Alternativamente, altos costos fijos resultarán en un menor margen bruto en periodos de baja producción.

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

Estimaciones y Políticas Contables Críticas

La preparación de los estados financieros consolidados auditados requiere que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones que afectan (1) los valores de los activos y pasivos reportados, (2) la revelación de nuestros pasivos contingentes a la fecha de los estados financieros y (3) los valores reportados de los ingresos y gastos durante el periodo reportado. Basamos los juicios y las estimaciones en nuestra experiencia histórica y en otros factores que consideramos son razonables y que en conjunto forman la base para emitir juicios sobre los valores contables de nuestros activos y pasivos. Los resultados actuales pudieran diferir de estos estimados bajo distintos supuestos o condiciones. Evaluamos nuestros juicios y estimaciones periódicamente. Nuestras principales políticas contables se presentan en la nota 4 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Consideramos que nuestros criterios contables más importantes que implican la aplicación de juicios o estimaciones son los siguientes:

Reserva de cuentas incobrables

Determinamos la reserva de cuentas incobrables en base a una evaluación de la antigüedad de nuestra cartera de cuentas por cobrar y el posicionamiento económico de nuestros clientes, así como nuestra proporción histórica de pérdidas en cuentas por cobrar y el ambiente económico en general bajo el cual operamos actualmente. Las operaciones de cerveza representan la parte más importante de la reserva consolidada de cuentas incobrables, debido al crédito que FEMSA Cerveza otorga a los minoristas, el cual se determina de acuerdo a ciertas prácticas de la industria. Las ventas de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio se realizan generalmente en efectivo.

Botellas y cajas y provisión para rotura de botellas

Hasta el 31 de diciembre del 2007, registramos las botellas y cajas retornables a su costo de adquisición y su valor se reexpresaba aplicando factores de inflación. Debido a nuestra adopción de la NIF B-10, en el 2008 comenzamos a registrar estos valores al costo de adquisición, y actualmente solo los actualizamos en caso de que tales botellas y cajas formen parte de nuestras operaciones en países con un ambiente económico inflacionario. Para FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, el gasto por rotura se registra como gasto en los resultados en el momento en que se incurre. Trimestralmente comparamos el monto de la rotura de botella contable contra el costo por depreciación calculado de nuestras botellas y cajas en planta y centros de distribución, estimando una vida útil de cinco años para botellas de vidrio retornables de cerveza, cuatro años para botellas retornables de refresco y cajas de plástico y 18 meses para botellas de plástico retornables. Estas vidas útiles han sido determinadas basándose en nuestra experiencia. El gasto determinado por depreciación anual ha sido similar al valor de diferimiento por rotura de botellas registrado en libros. Cada vez que decidimos discontinuar y retirar del mercado alguna presentación retornable, cancelamos la presentación discontinuada por medio de un incremento en el gasto por rotura.

Propiedades, planta y equipo

Las propiedades, planta y equipo se deprecian con base en su vida útil estimada. La vida útil estimada representa el tiempo que esperamos que los activos estarán en uso y que generen ingresos. Nuestras estimaciones de las vidas útiles se basan en la experiencia de nuestro personal técnico. La depreciación es calculada usando el método lineal de contabilidad.

Hasta el 2007, el equipo importado era reexpresado mediante la aplicación de factores de inflación y el tipo de cambio del país de origen de conformidad con las Normas de Información Financiera vigentes a la fecha. A partir del 2008,

el equipo importado es registrado tomando en cuenta el tipo de cambio a la fecha de adquisición y si éste operara en una economía inflacionaria, será reexpresado aplicando la tasa de inflación de la entidad que reporta.

Valuamos a valor razonable todos los activos a largo plazo para determinar su deterioro y comprobar la existencia de este, comparando el valor en libros de los activos con su valor razonable, el cual es calculado considerando sus condiciones operativas y el flujo de efectivo futuro que se espera genere en base a su vida útil determinada por la administración.

Durante el 2005, todas nuestras subsidiarias depreciaron el equipo de refrigeración sobre una vida útil estimada de 5 años. En 2006, se implemento un programa de revisión de la vida útil del equipo de refrigeración. Al 31 de diciembre de 2007, nuestras subsidiarias de México, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica y Guatemala modificaron su estimación contable de vida útil para su equipo de refrigeración de cinco a siete años, considerando principalmente el plan de mantenimiento y sustitución en el mercado de refrigeradores. Este cambio representó una disminución del gasto por depreciación de Ps. 115 millones y Ps. 132 millones, por los años terminados al 31 de diciembre del 2007 y 2006, respectivamente. La vida útil estimada de los equipos de refrigeración en Venezuela, Panamá y Nicaragua se mantuvo en 5 años.

Valuación de activos intangibles y crédito mercantil

Identificamos todos los activos intangibles con el fin de reducir al máximo el crédito mercantil asociado a la adquisición de negocios. Separamos activos intangibles en activos con vida definida y activos con vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el cual esperamos recibir los beneficios.

Determinamos el valor razonable de los activos adquiridos y pasivos asumidos a la fecha de adquisición y asignamos el exceso del precio de compra sobre el valor razonable de los activos netos. En ciertas circunstancias esto resultó en el reconocimiento de un activo intangible. Los activos intangibles de vida indefinida están sujetos a una evaluación anual de deterioro. Hemos registrado activos intangibles con vida indefinida que consisten en:

- derechos de Coca-Cola FEMSA de producir y distribuir productos de marca *Coca-Cola* por Ps. 46,892 millones como resultado de las adquisiciones de Panamco y REMIL;
- marcas registradas y derechos de distribución por Ps. 11,130 millones como resultado de la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y adquisición de derechos de distribución de distribuidores independientes;
- marcas y crédito mercantil como resultado de la adquisición de Kaiser por Ps. 4,537 millones; y
- otros activos intangibles con vida indefinida por la suma de Ps. 788 millones.

Bajo las Normas de Información Financiera, el crédito mercantil representa la diferencia entre el precio pagado y el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no fue asignado directamente a un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria en la que se hizo la inversión y se actualiza a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio al cierre de cada periodo. Cuando se trate de un país con economía inflacionaria, éste se actualiza aplicando los factores de inflación del país de origen y se convierte a pesos mexicanos aplicando el tipo de cambio de cierre del año. A partir de 2005 se emitió el Boletín B-7 "Adquisiciones de Negocios" el cual establece que el crédito mercantil ya no es amortizable, siendo ahora objeto de una prueba de deterioro anual.

Deterioro de crédito mercantil y activos intangibles de vida indefinida

Revisamos anualmente el valor en libros de nuestro crédito mercantil y activos de larga vida cuando las circunstancias indican que la cantidad en libros de la unidad de reporte puede exceder su valor razonable implicado. De igual forma, anualmente revisamos el valor por deterioro para los valores en libros de nuestros activos intangibles de vida indefinida de acuerdo técnicas reconocidas de valuación. Consideramos que nuestras estimaciones son razonables, sin embargo, supuestos distintos en la determinación de dichos estimados podrían afectar significativamente nuestras valuaciones.

Siguiendo nuestras evaluaciones durante el 2008 y a la fecha de este reporte anual, nos lleva a concluir que no existe deterioro importante del crédito mercantil o de los activos intangibles de vida indefinida. No podemos ofrecer garantía de que nuestras expectativas no cambiarán como resultado de nueva información o nuevos desarrollos. Sin embargo, los cambios futuros en condiciones económicas o políticas en todos los países en los que operamos o en las industrias en las que participamos, podrían causarnos un cambio en nuestras valoraciones actuales.

Financiamiento de Bonificación Anticipada

En el curso normal de operaciones, con frecuencia invertimos en el desarrollo de nuestros canales de distribución de cerveza a través de una variedad de acuerdos comerciales con distintos minoristas con el objeto de incrementar nuestro volumen de ventas. Estos acuerdos se consideran contratos ejecutorios, y de acuerdo a los costos incurridos en dichos contratos, se reconocieron en la medida en que se incurrieron.

Estos acuerdos requieren prepagos de efectivo a ciertos minoristas, para financiar actividades destinadas a generar volumen de venta, los cuales se amortizan en el futuro conforme se van facturando las ventas. Estos desembolsos se consideran como inversiones de mercado y se capitalizan como otros activos. La amortización de los montos capitalizados se presenta como una reducción de las ventas netas en función del volumen vendido a cada minorista. El periodo de amortización promedio es de tres a cuatro años, que es el periodo de duración normal de los acuerdos comerciales.

Periódicamente evaluamos el valor razonable de los cargos diferidos. Si el valor de estos muestra algún deterioro, los activos se ajustan a su valor apropiado. La precisión en el valor estimado se basa en nuestra habilidad para estimar adecuadamente ciertas variables importantes tales como el volumen de ventas, precios y otros factores de la industria y económicos. Las estimaciones de estas variables clave involucran incertidumbre sobre eventos futuros; sin embargo, los supuestos utilizados son consistentes con los utilizados en nuestras proyecciones internas.

Beneficios al Empleado

Nuestras obligaciones laborales, a las que sóliamos referirnos como pasivos laborales, comprenden planes de pensiones obligatorios, primas de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones por retiro. La determinación de nuestras obligaciones y del gasto por pensiones y otros beneficios de jubilación se determina por cálculos actuariales y dependen de la estimación de ciertos supuestos utilizados al calcular dichas obligaciones. Evaluamos estos supuestos por lo menos una vez al año. En 2006, aprobamos una modificación a nuestros planes de pensión y jubilación, efectiva a partir del 2007. Durante el 2006, nuestros planes de pensión y jubilación proporcionaban pagos mensuales de por vida como agregado al pago de pensiones recibido por el Instituto Mexicano del Seguro Social (“IMSS”). A partir del 1° de enero de 2007, nuestros planes de pensión y jubilación modificados, disponen de un pago único al personal disponible posterior a tal fecha.

En 2006 también modificamos los supuestos económicos de largo plazo utilizados en los cálculos actuariales para las subsidiarias mexicanas basado en cambios propuestos por la Compañía, sobre estimaciones de precios actuales para el acuerdo de obligaciones relacionadas. Estos supuestos se describen en la Nota 15 de nuestros estados financieros consolidados auditados e incluyen, entre otros, la tasa de descuento, la tasa de retorno de largo plazo de los activos del plan, y las tasas de crecimiento de los sueldos. Todos nuestros supuestos dependen de las circunstancias de cada país en el que operamos.

Estos cambios fueron contabilizados como pasivos laborales por servicios pasados y pérdida neta actuarial sin reconocer. Desde 2006, el efecto neto de los cambios mencionados fue un incremento en el plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad e indemnizaciones, alcanzando Ps. 797 millones, Ps. 19 millones y Ps. 23 millones, respectivamente.

En 2008, adoptamos NIF D-3 “Beneficios a los empleados”, el cual elimina el reconocimiento del pasivo adicional resultante de la diferencia entre las obligaciones por beneficios acumulados y el pasivo neto proyectado, además de la realización de otros cambios importantes. El 1 de enero del 2008, nuestro pasivo adicional cancelado fue de Ps. 1,510 millones de los cuales Ps. 948 millones corresponden a activos intangible y Ps. 354 millones a utilidad neta integral otros ingresos acumulados, neto de su impuesto diferido de Ps. 208 millones.

Durante el 2007, nuestros costos laborales relacionados con servicios pasados por indemnizaciones y planes al retiro y de pensiones fue amortizado tomando en cuenta la vida laboral remanente de los empleados. A partir del 2008, la NIF D-3 establece un periodo máximo de cinco años para amortizar el saldo inicial por el costo laboral de servicios pasados por planes al retiro y de pensiones, y el mismo periodo de amortización para el costo laboral de servicios pasados de indemnizaciones previamente definidas dentro del Boletín D-3, “Pasivo laboral” como pasivos en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, se registro en resultados de operación Ps. 221 millones, Ps. 146 millones y Ps. 97 millones correspondientes a la amortización del costo laboral por servicios financieros.

Durante el 2007, las pérdidas y ganancias actuariales relacionados con los beneficios por terminación se amortizaban a cuenta de la vida laboral promedio de nuestros empleados. A partir del 2008, las ganancias y pérdidas actuariales relacionadas con beneficios de terminación se registran en los resultados de operación del ejercicio en que fueron generadas. El saldo pendiente por amortizar al 1 de enero del 2008 se registró en otros gastos y fue de Ps. 198 millones.

En 2007, FEMSA Cerveza aprobó un programa de jubilación anticipada el cual permite a ciertos empleados calificados retirarse en el 2008. Este plan consiste en permitir a empleados, que tengan una edad mayor a 55 años de edad y una antigüedad superior a 20 años de servicio, el retiro temprano para obtener los mismos beneficios de pensión que ellos van a tener si se hubieran retirado a la edad regular de retiro. Adicionalmente, este plan autorizo a FEMSA Cerveza a realizar indemnizaciones a ciertos empleados que no cumplen con el criterio para la elegibilidad. Este plan intenta mejorar la eficiencia de la estructura operacional de FEMSA Cerveza. El costo total de este programa fue Ps. 236 millones, de los cuales Ps.125 millones fueron registrados en nuestro estado financiero consolidado para el 2007 como parte de otros gastos, (Ver Nota 18 de nuestros estados financieros consolidados auditados) y Ps. 111 millones fueron registrados en resultados consolidados para el 2008.

Hasta el 2007, el Boletín D-3 “Pasivo laboral”, requería la presentación de costo financiero por pasivos laborales como parte de la utilidad de operación. En 2008, NIF D-3 “Beneficios a los Empleados”, permite la presentación de estos gastos como parte del resultado integral de financiamiento. Al 31 de diciembre del 2008, 2007 y 2006, los gastos financieros relacionados con los pasivos laborales, los cuales son presentados como parte del resultado integral de financiamiento fueron Ps. 257 millones, Ps. 167 millones y 170 millones respectivamente.

Aun y cuando consideramos que nuestros supuestos son adecuados, cambios significativos respecto a nuestra experiencia o cambios significativos en nuestros supuestos podrían afectar materialmente las obligaciones laborales de pensiones y jubilaciones y los cargos a resultados en el futuro. La siguiente tabla es un resumen de los tres supuestos clave utilizados para determinar el gasto anual de pensión para el 2008, junto con un análisis de sensibilidad sobre el impacto en el gasto anual de pensiones por un cambio de 1% en cada tasa supuesta.

Supuesto 2009 ⁽¹⁾	Tasa Nominal ⁽³⁾	Tasa Real ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	Impacto por tipo de cambio ⁽²⁾	
			+1%	-1%
(en millones de pesos mexicanos)				
Subsidiarias Nacionales y Extranjeras:				
Tasa de descuento.....	8.2%	4.5%	(605)	Ps. 650
Tasa de incremento de la nómina	5.1%	1.5%	520	(512)
Retorno sobre activos a largo plazo.....	11.3%	4.5%	31	(26)

(1) Calculado usando datos a diciembre de 2008.

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

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

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

(5) Supuestos utilizados en los cálculos de 2007 y 2006.

Impuestos al ingreso

Como describimos en la Nota 23 de nuestros estados financieros consolidados auditados, el cambio más importante de la Reforma Fiscal Mexicana del 2007, es la introducción del Impuesto Empresarial de Tasa Única (IETU), el cual sus funciones son similares a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no podrán acreditarse a los pagos futuros del impuesto sobre la renta. El impuesto a pagar será el que sea más alto al comparar el IETU con el impuesto sobre la renta, calculado bajo las leyes del impuesto sobre la renta. Este nuevo impuesto es calculado en una base de flujos de efectivo y las tasas para los años 2009 y 2010 serán 17% y 17.5%, respectivamente.

Basados en nuestras proyecciones financieras, esperamos pagar impuesto sobre la renta y no esperamos pagar IETU. Por lo tanto, la entrada en vigor del IETU no tuvo efectos en la información financiera de la compañía por que reconoce únicamente impuestos sobre la renta diferidos.

Reconocemos los activos y pasivos de impuestos diferidos sobre la base de las diferencias entre las bases contables y fiscales de los activos y pasivos. Periódicamente revisamos la recuperación y/o pago de nuestros impuestos diferidos y

establecemos una reserva basada en la utilidad fiscal histórica, la utilidad fiscal proyectada futura y los tiempos esperados de las reversiones de las diferencias temporales existentes. Si estas estimaciones cambian en el futuro, se nos puede exigir registrar reservas adicionales contra los impuestos diferidos resultando en un impacto en el ingreso neto.

La tasa de impuestos aplicable en México por ingresos para los años 2008 y 2007 fue 28% y para 2006 fue 29%.

Contingencias impositivas y legales

Estamos sujetos a varias reclamaciones y contingencias relacionadas con procedimientos impositivos y legales según se describe en la Nota 24 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Debido a su naturaleza, dichos procedimientos legales incluyen incertidumbres inherentes, entre las que se incluyen disposiciones judiciales, negociaciones entre las partes afectadas y acciones gubernamentales. La administración evalúa periódicamente la probabilidad de pérdida de dichas contingencias y asigna un pasivo y/o revela las circunstancias pertinentes, según corresponda. Si se considera probable la pérdida potencial de cualquier reclamación o procedimiento legal y se puede estimar la cantidad en términos razonables, asignamos un pasivo por la pérdida estimada.

Instrumentos financieros derivados

Las Normas de Información Financiera mexicanas requieren valorar todos los instrumentos financieros derivados, a valor razonable y que se registren en el balance general como un activo o pasivo. Los cambios en el valor razonable de estos instrumentos financieros derivados se registran en el estado de resultados cada año en la utilidad neta o como un componente acumulativo de otro cambio en el ingreso, dependiendo del tipo de operación de cobertura o la ineffectividad del mismo. Los valores razonables de estos instrumentos financieros derivados se determinan considerando los precios emitidos por los mercados reconocidos. En caso de que dichos instrumentos no sean comercializados, el valor razonable será determinado aplicando una evaluación en base a modelos técnicos soportados de datos confiables y verificables, reconocidos en el ámbito financiero. Estas curvas de precio se determinan a precios de mercado.

Nuevos Pronunciamientos Contables

De acuerdo a Normas de Información Financiera (NIF):

Durante el 2008, las siguientes normas contables fueron emitidas bajo las Normas de Información Financiera Mexicanas las cuales estamos obligados a aplicar como se describe a continuación. A menos que se indique lo contrario adoptaremos estas normas a partir del 1° de enero del 2009. Estamos en el proceso de determinar el impacto de estas nuevas normas contables en nuestros reportes financieros y en los resultados de operación, pero no anticipamos ningún impacto significativo a menos de lo que se indique.

- **NIF B-7, “Adquisiciones de Negocios”**

NIF B-7 sustituye al Boletín B-7, y establece las reglas generales para el reconocimiento inicial a la fecha de adquisición, de los activos netos en un proceso de adquisición, así como de la participación no controladora y de otras partidas, en cada caso a la fecha de adquisición. De acuerdo a esta norma, los gastos de compra y de reestructura que resulten de una adquisición, no deben ser contabilizados como parte de la contraprestación por que los gastos no se consideran como un monto intercambiado por el negocio adquirido. Además, esta norma señala que la participación no controladora se deberá reconocer en la empresa adquirida a valor razonable a la fecha en que se realice la adquisición. Los cambios propuestos en la NIF B-7 son aplicables sólo para adquisiciones futuras.

- **NIF B-8, “Estados Financieros Consolidados o Combinados”**

NIF B-8 describe las reglas generales para la elaboración y presentación de los estados financieros consolidados o combinados. Esta norma: a) define a las Entidades con Propósito Específico (“EPE”) y establece los casos en que la entidad tiene control sobre una EPE y determina cuándo una entidad debería consolidar una EPE, b) ordena la consideración de los derechos de voto potenciales al determinar la existencia de control sobre una entidad, c) y sustituye los términos “*interés mayoritario*” por “*participación controladora*” e “*interés minoritario*” por el de “*participación no controladora*”. Adicionalmente, NIF B-8 indica que en ciertas circunstancias una participación mayoritaria no necesariamente es un determinante para asumir control, y es por esto que se requiere un análisis de los hechos y circunstancias relevantes. Aunque bajo NIF B-8 se presume existe el control cuando la entidad mayoritaria es dueña, directa o indirectamente a través de sus subsidiarias, de más de la mitad del poder de voto de una entidad controlada, en circunstancias excepcionales NIF B-8, establece que tal participación no constituye

control. NIF B-8 también describe algunas situaciones en el cual ciertas entidades minoritarias tienen derechos o poder que indica control, como: a) el poder sobre más del 50 por ciento de los derechos de voto de la entidad por medio de un acuerdo con otros inversionistas; b) el poder de gobernar las políticas financieras y de operación de la entidad ya sea bajo acuerdos o estatutos de la entidad controladora; c) poder de nombrar o remover a la mayoría de los miembros del consejo de administración u órgano equivalente, en donde el control recaiga en dicho consejo; o d) el poder de ejercer la mayoría de los votos en la junta del consejo de administración u órgano equivalente. Actualmente estamos en el proceso de determinar el impacto de la NIF B-8 en relación con la consolidación de Coca-Cola FEMSA.

- **NIF C-7, “Inversiones en Asociadas y Otras Inversiones Permanentes”**

NIF C-7 describe el tratamiento contable para las inversiones en afiliadas y otras inversiones permanentes que anteriormente eran regidas por el Boletín B-8, “Estados Financieros Consolidados”. Esta norma requiere reconocer a una EPE aplicando el método de participación, y establece que para definir la existencia de influencia significativa se deben considerar los derechos de voto potenciales. Además esta norma establece procedimientos y límites para el reconocimiento de pérdidas en una entidad afiliada.

- **NIF C-8, “Activos Intangibles”**

NIF C-8 define a los activos intangibles como “partidas no monetarias” y amplía los criterios para su identificación. De acuerdo a esta norma, para ser considerado como un activo intangible, éste debe ser separable, es decir, que el dueño debe tener la capacidad de vender, transferir o usar dicho activo. Por otra parte, esta norma establece que los costos preoperativos capitalizados antes del 2003 deberán ser reconocidos en las utilidades retenidas sin reexpresar estados financieros de años anteriores. Dichos movimientos deberán ser presentados como un cambio contable en los estados financieros consolidados.

- **NIF D-8, “Pagos Basados en Acciones”**

Esta norma establece el reconocimiento de los pagos en acciones. Cuando una entidad compra bienes o paga servicios con acciones, la entidad es requerida a reconocer esos bienes o servicios a valor razonable y el aumento en el capital correspondiente. De acuerdo a esta norma, si los pagos basados en acciones no pueden realizarse con instrumentos de capital, deberán ser realizados utilizando un método indirecto considerando los parámetros de la NIF D-8.

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

Durante el 2008, fueron emitidas las siguientes normas bajo U.S. GAAP, las cuales estamos requeridos a implementar como se describe a continuación. A menos que se indique lo contrario, nosotros adoptaremos estas normas a partir del 1 de enero de 2009. Estamos en el proceso de determinar el impacto de estas normas en nuestros estándares de información financiera y resultado de operaciones, pero no anticipamos ningún impacto significativo a menos de lo que se indique.

- **SFAS No. 141(R) “Combinaciones de Negocio – una Modificación al SFAS No. 141”, (Business Combinations – an amendment of SFAS No. 141)**

SFAS No. 141 requiere (a) que la compañía reconozca a valor razonable en la fecha de adquisición, los activos adquiridos, los pasivos asumidos, y el interés minoritario de la empresa adquirida; y (b) requiere a la entidad adquirente registrar en gastos todos los costos durante el periodo anterior a la adquisición. SFAS No. 141(R) requiere que cualquier ajuste a los saldos de impuestos diferidos de la empresa adquirida, que ocurra después del periodo de medición, sea registrado como parte del gasto por impuesto a la utilidad. Este tratamiento contable es requerido para combinaciones de negocio que se llevaron a cabo antes de la fecha efectiva del SFAS No. 141(R) (no prospectiva), de lo contrario SFAS 141(R) deberá ser aplicado de forma prospectiva. Se prohíbe la adopción anticipada. SFAS No. 141 (R) es efectivo para periodos fiscales y periodos interinos dentro de tales años fiscales empezando a partir del 15 de diciembre del 2008.

- **SFAS No. 141 (R)-1 “Contabilidad para Activos Adquiridos y Pasivos Asumidos en una Combinación de Negocios que Surgieron de una Contingencia”, una modificación al SFAS No. 141. (Accounting for Assets Acquired and Liabilities Assumed in a Business Combination that Arise from Contingencies)**

Este FSP hace una modificación y clarifica el SFAS No. 141 (Revisado 2007), “Combinación de Negocios”, Para enfocarse en las dudas que surgen por los preparadores, auditores y miembros de la profesión de legal, sobre el reconocimiento inicial y medición, medición subsecuente, contabilidad y revelaciones para los activos y pasivos que surgen de una contingencia en una combinación de negocio. Este FSP aplica a todos los activos adquiridos y pasivos asumidos en una combinación de negocios y que surgen a su vez de contingencias que están sujetas a una guía o seguimiento específico dentro de la norma 141 (R). Este FSP es efectivo para activos o pasivos que surgen de una contingencia en una combinación de negocios para los cuales la fecha de adquisición es a partir del primer periodo de reporte anual que se lleve a cabo después del 15 de diciembre de 2008. Estamos en el proceso de determinar el impacto que tendrá la empresa por la adopción de este nuevo principio contable en nuestra posición financiera consolidada y en nuestros resultados de operación

- **SFAS No. 160, “Interés Minoritario en Estados Financieros Consolidados” (Non-controlling Interest in Consolidated Financial Statements)**

SFAS No. 160 tiene los siguientes efectos sobre los estados financieros de la entidad: (a) modifica el ARB No. 51 para establecer normas de contabilidad y de reporte para el interés minoritario en una subsidiaria y la desconsolidación de la subsidiaria; (b) cambia la forma en que se presenta el estado consolidado de resultados; (c) establece un único método de contabilidad para cambios en el interés participativo de la controladora sobre una subsidiaria que no resulte en desconsolidación; (d) requiere que la controladora reconozca una ganancia o pérdida en la utilidad neta cuando una subsidiaria sea desconsolidada; (e) requiere revelaciones más amplias en la compañía controladora y los intereses de los minoritarios de una subsidiaria. SFAS No. 160 deberá ser aplicado de forma prospectiva. Se prohíbe la adopción anticipada. Esta norma es aplicable para los años fiscales, y los periodos interinos dentro de los años fiscales, empezando a partir del 15 de diciembre del 2008. La compañía está en proceso de determinar el impacto que tendría el adoptar esta nueva norma en la posición financiera consolidada de la compañía y en sus resultados de operación.

- **SFAS No. 161, “Revelaciones sobre Instrumentos Derivados y Actividades de Cobertura – una Modificación al SFAS No. 133” (Disclosures about Derivative Instruments and Hedging Activities – an Amendment of SFAS No. 133)**

Esta norma cambia los requisitos de revelación respecto a los instrumentos derivados y las actividades de cobertura de las empresas. Las compañías están requeridas a proporcionar revelaciones sobre (a) cómo y por qué la compañía utiliza instrumentos derivados, (b) cómo los instrumentos derivados e instrumentos similares de cobertura son contabilizados bajo el SFAS No. 133 y sus interpretaciones relacionadas, y (c) cómo los instrumentos derivados y los instrumentos similares de cobertura afectan la posición financiera, desempeño financiero y los flujos de efectivo de la compañía. SFAS No. 161 es aplicable para los estados financieros elaborados para años fiscales o periodos interinos empezando a partir del 15 de diciembre del 2008, aunque se recomienda su aplicación anticipada recomendada.

- **SFAS 162 “La jerarquía de los principios de contabilidad generalmente aceptados” (Hierarchy of Generally Accepted Accounting Principles)**

SFAS No. 162 Esta norma identifica los orígenes de los principios de contabilidad y el marco conceptual para la selección de los principios utilizados en la preparación de los estados financieros de empresas no gubernamentales que se presentan en conformidad con U.S. GAAP. SFAS No. 162 es aplicable a los 60 días de la aprobación de la SEC.

- **SFAS No. 166, “Contabilidad para Transferencias de Activos Financieros” (Accounting for Transfers of Financial Assets) una modificación al SFAS No. 140**

SFAS No. 166 pretende remover el concepto de una entidad que califica como una entidad de propósito específico del SFAS 140 y remueve la excepción de aplicar FIN 46R “Consolidación de Entidades de Interés Variable” a las entidades de propósito específico. También clarifica que un objetivo del SFAS 140 es determinar si la empresa que transfiere y todas las demás empresas incluidas en los estados financieros que se presentan de la empresa que esta transfiriendo, han cedido por completo el control del activo financiero que se está transfiriendo. SFAS 166

modifica el método o enfoque de componentes-financieros usado en el SFAS 140 y limita las circunstancias en las cuales un activo financiero, o porción de un activo financiero, deberá dejarse de reconocer cuando la empresa que transfiere no ha transferido por completo el activo financiero original a una entidad que no está siendo consolidada con la entidad transferente en los estados financieros que se están presentando y/o cuando el que transfiere tiene involucramiento continuo con el activo financiero transferido. SFAS 166 también define el término de interés participativo para establecer condiciones específicas al reportar una porción de un activo financiero como una venta. SFAS 166 requiere que la entidad que transfiere reconozca y calcule inicialmente a valor razonable todos los activos obtenidos (incluyendo el interés beneficiario del que transfiere) y pasivos asumidos como resultado de una transferencia de activos financieros contabilizada como venta. Revelaciones adicionales también son requeridas por el SFAS 166. SFAS 166 deberá ser aplicado al principio del primer periodo de reporte anual de cada entidad que empieza a partir del 15 de noviembre de 2009.

- **SFAS 167, “Modificaciones a la Interpretación del FASB sobre FIN 46R”**

SFAS 167 busca mejorar el reporte financiero de las empresas que estén involucradas con entidades de interés variable. El FASB tomó este proyecto para enfocarse en (1) los efectos de ciertas provisiones del FIN 46R, “Consolidación de Entidades de Interés Variable”, como resultado de la eliminación del concepto de una entidad calificada como entidad de propósito específico en el SFAS 166, “Contabilidad para Transferencias de Activos Financieros”, y (2) preocupaciones sobre la aplicación de ciertas provisiones clave del FIN 46R, incluyendo tales en las cuales la contabilidad y revelación bajo la norma FIN 46R no siempre provee información útil y necesaria sobre el involucramiento de una entidad en una entidad de interés variable. Esta norma retiene el mismo alcance del FIN 46R con la adición de entidades previamente consideradas que calificaban como entidades de propósito específico, ya que el concepto de tales entidades fue eliminado en el SFAS 166. SFAS 167 será efectivo al principio del primer periodo del reporte anual de cada entidad que comience a partir del 15 de noviembre de 2009. Aplicación temprana o anticipada de esta norma está prohibida.

- **FSP SFAS 142-3, “Determinación de la vida útil de los activos intangibles” (Determination of the Useful Life of Intangible Assets)**

FSP SFAS 142-3 modifica los factores que deberán ser considerados por la empresa en el desarrollo de supuestos de renovación o extensión utilizados para determinar la vida útil de un activo intangible reconocido bajo SFAS 142, “Crédito mercantil y otros activos intangibles”. Esta norma tiene la intención de lograr una consistencia entre la vida útil de un activo intangible reconocido bajo el SFAS 142 y el periodo del flujo de efectivo esperado bajo el SFAS 141, “Combinación de Negocios”. Esta norma deberá ser aplicada prospectivamente para los activos intangibles adquiridos después de la fecha de vigencia. Esta FSP SFAS 142-3 es efectiva para periodos fiscales empezando a partir del 15 de diciembre del 2008.

- **EITF 08-7, “Contabilidad para activos intangibles defensivos” (Accounting for Defensive Intangible Assets)**

EITF 08-7 establece que un activo intangible de protección deberá ser contabilizado como una unidad contable independiente; no deberá ser incluida en el costo de los activos intangibles existentes del adquirente ya que es identificado de forma individual. Además, se le deberá asignar una vida útil a los activos intangibles de protección que refleje el consumo de la entidad sobre los beneficios esperados relacionados con el activo. Esta EITF 08-7 es efectiva para periodos fiscales empezando a partir del 15 de diciembre del 2008.

- **EITF 08-6, “Consideraciones sobre la contabilidad de la inversión según el método de patrimonio” (Equity Investment Accounting Considerations)**

EITF 08-6 establece que una inversión por método de patrimonio deberá ser basada en el modelo sobre la acumulación del costo que viene descrito en el SFAS 141(R) para adquisición de activos. Por otra parte, la inversión el método de patrimonio no deberá realizar pruebas de deterioro por separado en activos intangibles de vida indefinida, y está requerida a reconocer contablemente los deterioros distintos a los deterioros temporales de una inversión por método de patrimonio de acuerdo con el Opinión 18. Esta EITF 08-6 es aplicable para periodos fiscales empezando después del 15 de diciembre del 2008.

Resultados de Operación

La siguiente tabla muestra nuestro estado de resultados consolidado por los años terminados el 31 de diciembre del 2008, 2007 y 2006:

	Por los años terminados el 31 de diciembre de:			
	2008	2008	2007	2006
	(en millones de dólares (“\$”) y pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre de 2008)			
Ventas netas	\$ 12,086	Ps. 167,171	Ps. 147,069	Ps. 135,647
Otros ingresos de operación	61	851	487	473
Ingresos totales	12,147	168,022	147,556	136,120
Costo de ventas ⁽¹⁾	6,535	90,399	79,739	73,338
Utilidad bruta	5,612	77,623	67,817	62,782
Gastos de operación:				
De administración	689	9,531	9,121	8,873
De ventas	3,283	45,408	38,960	35,272
Total de gastos de operación ⁽¹⁾	3,972	54,939	48,081	44,145
Utilidad de operación ⁽¹⁾	1,640	22,684	19,736	18,637
Otros gastos, neto	(172)	(2,374)	(1,297)	(1,650)
Gasto financiero ⁽¹⁾	(356)	(4,930)	(4,721)	(4,469)
Producto financiero	43	598	769	792
Gasto financiero, neto	(313)	(4,332)	(3,952)	(3,677)
Ganancia por fluctuación cambiaria, neta	(122)	(1,694)	691	(217)
Ganancia por posición monetaria, neta	47	657	1,639	1,488
Ganancia de valor de mercado en parte proporcional derivada del instrumento financiero ⁽¹⁾	(105)	(1,456)	69	(113)
Costo integral de financiamiento	(493)	(6,825)	(1,553)	(2,519)
Utilidad antes de impuestos sobre la renta	975	13,485	16,886	14,468
Impuestos sobre la renta	304	4,207	4,950	4,608
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Utilidad neta mayoritaria	485	6,708	8,511	7,127
Utilidad neta minoritaria	186	2,570	3,425	2,733
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860

⁽¹⁾ En 2008, las NIF mexicanas NIF D-3 (“Beneficios a los empleados”) exigen presentar los gastos financieros por beneficios a los empleados como parte del costo integral de financiamiento antes registrado dentro de la utilidad de operación. En consecuencia a esto, la información para años anteriores se reclasificó para efectos comparativos.

La siguiente tabla muestra información financiera por segmento reportado conforme a las Normas de Información Financiera para los años 2008, 2007 y 2006:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2008	2007	2006	Porcentaje de Crecimiento	
				2008 vs. 2007	2007 vs. 2006
(en millones de pesos mexicanos al 31 de diciembre de 2008, excepto por los porcentajes)					
Ventas Netas					
Coca-Cola FEMSA	82,468	68,969	Ps. 63,820	19.6%	8.1%
FEMSA Cerveza	41,966	39,284	37,680	6.8%	4.2%
FEMSA Comercio	47,146	42,103	36,835	12.0%	14.3%
Ingresos Totales					
Coca-Cola FEMSA	82,976	69,251	64,046	19.8%	8.1%
FEMSA Cerveza	42,385	39,566	37,919	7.1%	4.3%
FEMSA Comercio	47,146	42,103	36,835	12.0%	14.3%
Costo de Ventas⁽¹⁾					
Coca-Cola FEMSA	43,895	35,876	33,740	22.4%	6.3%
FEMSA Cerveza	19,540	17,833	16,473	9.6%	8.3%
FEMSA Comercio	32,565	30,301	26,839	7.5%	12.9%
Utilidad Bruta⁽¹⁾					
Coca-Cola FEMSA	39,081	33,375	30,306	17.1%	10.1%
FEMSA Cerveza	22,845	21,733	21,446	5.1%	1.3%
FEMSA Comercio	14,581	11,802	9,996	23.5%	18.1%
Utilidad de Operaciones⁽¹⁾					
Coca-Cola FEMSA	13,695	11,486	10,293	19.2%	11.6%
FEMSA Cerveza	5,394	5,497	6,210	(1.9)%	(11.5)%
FEMSA Comercio	3,077	2,320	1,667	32.6%	39.2%
Depreciación⁽²⁾					
Coca-Cola FEMSA	3,036	2,637	2,595	15.1%	1.6%
FEMSA Cerveza	1,748	1,637	1,818	6.8%	(10.0)%
FEMSA Comercio	663	543	431	22.1%	26.0%
Margen Bruto⁽³⁾					
Coca-Cola FEMSA	47.1%	48.2%	47.3%	(1.1) p.p. ⁽⁴⁾	0.9 p.p.
FEMSA Cerveza	53.9%	54.9%	56.6%	(1.0) p.p.	(1.7) p.p.
FEMSA Comercio	30.9%	28.0%	27.1%	2.9 p.p.	0.9 p.p.
Margen de Operación⁽⁵⁾					
Coca-Cola FEMSA	16.5%	16.6%	16.1%	(0.1) p.p.	0.5 p.p.
FEMSA Cerveza	12.7%	13.9%	16.4%	(1.2) p.p.	(2.5) p.p.
FEMSA Comercio	6.5%	5.5%	4.5%	1.0 p.p.	1.0 p.p.

⁽¹⁾ Incluye la reclasificación de gastos financieros por pasivos laborales. Véase "Punto 3. Información Clave- Información Financiera Seleccionada".

⁽²⁾ Incluye rotura de botellas.

⁽³⁾ El margen bruto es calculado en relación a los ingresos totales.

⁽⁴⁾ En el presente documento, p.p. se refiere al aumento (o decremento) de un punto porcentual, en contraste con un aumento (o decremento) directo porcentual.

⁽⁵⁾ El margen de operación es calculado en relación a los ingresos totales.

Resultados financieros auditados para el año terminado el 31 de diciembre de 2008, comparados con los del año terminado el 31 de diciembre del 2007

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

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

Utilidad Bruta

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

La utilidad bruta consolidada aumentó 14.5% a Ps. 77,623 millones en 2008 en comparación con Ps. 67,817 millones en 2007, debido a incrementos en todas nuestras operaciones. El margen bruto aumentó 0.2 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2007, de 46.0% en 2007 a 46.2% en 2008. La mejora en el margen bruto de FEMSA Comercio compensó la presión de materias primas en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, y ayudó a compensar la depreciación de las monedas locales aplicada a nuestros costos denominados en dólares, resultando en un incremento neto del margen bruto consolidado.

Utilidad de Operación

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

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

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

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

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

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

Coca-Cola FEMSA

Ingresos Totales

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

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

El volumen total de ventas alcanzó los 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008 comparado con 2,120.8 millones de cajas unidad en 2007, incrementó 5.8%. Excluyendo REMIL, el volumen total de ventas se incrementó 2.6% para alcanzar 2,176.7 millones de cajas unidad. El negocio de agua de Coca-Cola FEMSA, impulsado principalmente por el negocio de agua de garrafón en México, así como las bebidas no carbonatadas, debido principalmente a la introducción de Jugos Del Valle y los productos innovadores derivados de esta línea de negocio, aportaron aproximadamente el 80% del crecimiento en volúmenes de ventas. Las ventas de bebidas carbonatadas, principalmente impulsadas por la marca Coca-Cola y el fuerte desempeño de Coca-Cola Zero fuera de México, representaron el balance.

Utilidad Bruta

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

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

Utilidad de Operación

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

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

FEMSA Cerveza

Ingresos Totales

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

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

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

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

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

FEMSA Comercio

Ingresos Totales

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

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

FEMSA Consolidado—Utilidad Neta

Resultado Integral de Financiamiento

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

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

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

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

Otros Gastos

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

Impuestos

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

Utilidad Neta

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

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

Resultados financieros auditados para el año terminado el 31 de diciembre de 2007, comparados con los del año terminado el 31 de diciembre del 2006

FEMSA Consolidado

Ingresos Totales

Los ingresos totales consolidados aumentaron 8.4% alcanzando Ps. 147,556 millones en 2007 en comparación con Ps. 136,120 millones en 2006. Todas las operaciones de FEMSA —refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia— contribuyeron positivamente para lograr dicho incremento en los ingresos. Los ingresos totales de FEMSA Comercio incrementaron 14.3% en comparación al 2006, a Ps. 42,103 millones, debido principalmente a la apertura de 716 nuevas tiendas durante el año y al 3.3% de crecimiento ventas mismas-tiendas. Coca-Cola FEMSA aumento 8.1% comparado con 2006, a Ps. 69,251 millones, debido principalmente al 6.1% de crecimiento en el volumen de ventas comparado con el 2006, de 2,120.8 millones de cajas unidad en 2007 a 1,998.1 millones de cajas unidad en 2006 y al incremento en el precio promedio por caja unidad de 1.2%. Los ingresos totales de FEMSA Cerveza incrementaron 4.3% con respecto al 2006 a Ps. 39,566 millones, impulsados por el incremento en el volumen de ventas de cerveza, el cual compensó el ligero decremento en el precio promedio por hectolitro en términos reales y una menor venta de empaques a terceros, resultado del incremento en el consumo interno de empaques, a diferencia de las ventas a terceros.

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado aumento 8.7% a Ps. 79,739 millones en 2007 comparado con Ps. 73,338 millones en 2006. Aproximadamente 53.8% de este incremento se atribuye a FEMSA Comercio, debido en gran medida al rápido ritmo de apertura de tiendas OXXO, 33.4% a Coca-Cola FEMSA y 21.3% a FEMSA Cerveza.

La utilidad bruta consolidada aumentó 8.0% a Ps. 67,817 millones en 2007 en comparación con Ps. 62,782 millones en 2006, debido a incrementos en todas nuestras operaciones. El margen bruto disminuyó 0.2 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2006, de 46.1% de los ingresos totales consolidados en 2006 a 45.9% en 2007. Las mejoras en el margen bruto de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio compensaron parcialmente la presión de materias primas en FEMSA Cerveza, resultando en una ligera disminución del margen bruto.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 8.9% a Ps. 48,081 millones en 2007 comparados con Ps. 44,145 millones en 2006. Aproximadamente 48% de este incremento se debió a gastos de operación adicionales en las operaciones de Coca-Cola FEMSA, principalmente en Venezuela, Brasil y México, las cuales en conjunto representaron el 75.6% de sus gastos incrementales. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados permanecieron estables en 32.6% en 2007 comparado con 32.5% en 2006.

Los gastos de administración consolidados aumentaron 2.8% a Ps. 9,121 millones en 2007 comparado con Ps. 8,873 millones en 2006. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de administración consolidados disminuyeron 0.3 puntos porcentuales a 6.2% en 2007, comparado con 6.5% en 2006 debido al apalancamiento operativo logrado por mayores ingresos en todas las operaciones de FEMSA.

El gasto de ventas consolidado aumentó 10.4% a Ps. 38,960 millones en 2007 comparado con Ps. 35,272 millones en 2006. Aproximadamente 45.2% de este incremento se debió a Coca-Cola FEMSA y 31.5% al rápido ritmo de crecimiento de FEMSA Comercio. Como porcentaje de los ingresos totales, el gasto de ventas incrementó 0.5 puntos porcentuales en 2007 a 26.4%, comparado con 25.9% en 2006.

Incurrimos en diversos gastos relacionados con la distribución de nuestros productos los cuales son registrados como gasto de ventas. Durante 2007 y 2006, estos costos de distribución ascendieron a Ps. 10,601 millones y Ps. 9,921 millones, respectivamente. El excluir estos gastos de nuestro costo de ventas puede resultar en que los montos que reportamos como utilidad bruta, no sean comparables con los de otras compañías que incluyen la totalidad de su costo de distribución dentro de su costo de ventas, al calcular la utilidad bruta o una medida equivalente.

La utilidad de operación consolidada aumentó 5.9% a Ps. 19,736 millones en 2007 comparada con Ps. 18,637 millones en 2006, impulsada por los resultados de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio, los cuales compensaron la disminución en FEMSA Cerveza.

El margen de operación consolidado en 2007 fue de 13.4% representando una disminución de 0.3 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2006. La disminución del margen de operación se debió principalmente a la contracción en el margen de FEMSA Cerveza, resultado de la presión en el costo de insumos e incremento en los gastos de operación, así como a un incremento en la participación de FEMSA Comercio, el cual tiene menor margen comparado con nuestras operaciones principales.

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

Coca-Cola FEMSA

Ingresos Totales

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

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

El precio promedio consolidado por caja unidad en 2007 fue Ps. 31.95, un incremento de 1.2% en términos reales en comparación a Ps. 31.56 en 2006. Incrementos en los precios promedio en la mayoría de nuestros territorios, compensaron parcialmente el menor precio promedio de México.

Utilidad Bruta

El costo de ventas en términos absolutos aumentó 6.3% a Ps. 35,876 millones en 2007 en comparación con Ps. 33,740 millones en 2006. La utilidad bruta aumentó 10.1% a Ps. 33,375 millones en 2007 comparado con el año anterior, debido a mayores ingresos en todos nuestros territorios, combinada con una mayor absorción de costos fijos. El margen bruto aumentó a 48.2% en 2007 de 47.3% en 2006, como resultado de un incremento en los ingresos, el cual compensó por completo el incremento en el costo de edulcorante en México.

Los componentes del costo de ventas incluyen materias primas (principalmente concentrado para refrescos y endulzantes), materiales de empaque, gastos por depreciación atribuibles a nuestras plantas productivas, sueldos y otros gastos laborales asociados con la fuerza laboral de nuestras plantas productivas y gastos de fabricación. Los precios del concentrado se determinan como un porcentaje neto de impuestos del precio al público de nuestros productos.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 9.3% a Ps. 21,889 millones en 2007 principalmente como resultado de (1) incrementos salariales por encima de la inflación en algunos países en los cuales operamos, (2) gastos de operación mayores debido a incrementos en gastos de mantenimiento y costos de fletes en algunos territorios y (3) mayor inversión en mercadotecnia en nuestras operaciones principales relacionado con diversas iniciativas implementadas para fortalecer nuestra presencia en el mercado y construir valor de marca. Los gastos de operación, como porcentaje de los ingresos totales incrementaron de 31.3% en 2006 a 31.6% en 2007.

La utilidad de operación incrementó 11.6% a Ps. 11,486 millones en 2007 en comparación con Ps. 10,293 millones en 2006. Brasil, Colombia y Venezuela contribuyeron a la mayoría de la utilidad incremental, y compensaron la ligera disminución de México. El margen de operación incrementó 0.5 puntos porcentuales a 16.6% en 2007 debido principalmente al apalancamiento operativo resultado de mayores ingresos.

FEMSA Cerveza

Ingresos Totales

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

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

El volumen de ventas de cerveza en Brasil aumentó 9.6% a 9.795 millones de hectolitros en 2007 comparado con 8.935 millones de hectolitros en 2006, crecimiento por arriba de la industria de cerveza en Brasil. Este crecimiento refleja la

tendencia positiva de los resultados de nuestro portafolio de productos, el cual continúa desarrollándose de acuerdo al plan de FEMSA Cerveza para este territorio. El precio por hectolitro en Brasil decreció 0.2% en 2006 en términos reales a Ps. 602.7 en 2007.

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

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 8.3% en 2007 a Ps. 17,883 millones comparado a Ps. 16,473 millones en 2006 principalmente impulsado por un crecimiento en el volumen de ventas total de 5.9%, mayores costos en materias primas, particularmente aluminio y granos, así como al volumen incremental de presentaciones no-retornables. La utilidad bruta alcanzó Ps. 21,733 millones en 2007 comparado con Ps. 21,446 millones en 2006. A pesar del incremento de 1.3% en la utilidad bruta en 2007, el margen bruto decreció 1.7 puntos porcentuales, de 56.6% en 2006 a 54.9% en 2007.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 6.6% a Ps. 16,236 millones en 2007 en comparación con Ps. 15,236 millones en 2006. Los gastos administrativos incrementaron 1.3% a Ps. 4,295 millones en 2007 comparado con Ps. 4,238 millones en 2006. El gasto de ventas aumentó 8.6% a Ps. 11,941 millones en 2007 en comparación con Ps. 10,998 millones en 2006. La mayor parte del incremento resultó de la continua inversión en el desarrollo de canales de distribución propios y en actividades para el fortalecimiento de nuestras marcas *Sol* y *Tecate* en México; *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos; y al incremento en actividades de mercadotecnia en Brasil para nuestras marcas *Sol* y *Kaiser*. La utilidad de operación decreció 11.5% a Ps. 5,497 millones en 2007, resultando en un margen de 13.9% debido a los factores descritos previamente.

FEMSA Comercio

Ingresos Totales

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 13.9% a Ps. 9,482 millones en 2007 en comparación con Ps. 8,329 millones en 2006. Los gastos administrativos disminuyeron 0.4% a Ps. 751 millones en 2007 en comparación con Ps. 754 millones en 2006, principalmente debido a que se completó la amortización de la inversión en el sistema ERP Oracle, y en menor medida a iniciativas para el control de gastos. Los gastos de venta como porcentaje de los ingresos totales permanecieron estables en 20.7% durante 2007, en términos absolutos tuvieron un incremento de 15.3% en comparación con Ps. 7,575

millones en 2006. La utilidad de operación incrementó 39.2% a Ps. 2,320 millones en 2007 en comparación con Ps. 1,667 millones en 2006. El margen de operación incrementó 1.0 puntos porcentuales, alcanzando 5.5% como porcentaje de los ingresos totales en 2007 comparado a 4.5% en 2006, debido a la expansión del margen bruto y a una mayor absorción de gastos resultado de la palanca operativa.

FEMSA Consolidado- Utilidad Neta

Resultado Integral de Financiamiento

El gasto financiero neto fue de Ps. 3,952 millones en 2007 comparado con Ps. 3,677 millones en 2006, principalmente debido a un mayor gasto financiero derivado de un incremento en la deuda promedio durante el año. El resultado de la fluctuación cambiaria fue una ganancia de Ps. 691 millones en 2007 comparada con una pérdida de Ps. 217 millones en 2006. Esta ganancia resultó de la apreciación del peso mexicano y del real brasileño, inaplicada a nuestra deuda denominada en dólares en 2007

La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 1,639 millones en 2007 comparada con una ganancia de Ps. 1,488 millones en 2006. La ganancia en 2007 refleja los efectos positivos de la inflación en las partidas monetarias sobre nuestros pasivos en 2007.

Otros Gastos

A partir del 2007 y de conformidad con las Normas de Información Financiera para México, la participación de los trabajadores en las utilidades (“PTU”) son registrados en “Otros Gastos”, en lugar de registrarlos en la partida de impuestos. Para efectos comparativos, reflejamos dichos cambios en la información presentada para periodos previos. Nuestros gastos por la participación de los trabajadores en las utilidades ascendieron a Ps. 553 millones en 2007 en comparación con Ps. 530 millones en 2006. Excluyendo la participación de los trabajadores en las utilidades, la cuenta de otros gastos neto disminuyó 33.6% a Ps. 744 millones en 2007 en comparación con Ps. 1,120 millones en 2006, debido a registros extraordinarios en 2006 por proyectos estratégicos principalmente en Coca-Cola FEMSA.

Impuestos

El impuesto efectivo sobre la renta fue de Ps. 4,950 millones en 2007 comparado con Ps. 4,608 millones en 2006, resultando en una tasa efectiva de impuestos de 29.3% comparada con una tasa de 31.8% en 2006. La disminución resultó principalmente de la disminución en la tasa de Impuesto Sobre la Renta (“ISR”) en México de 29% en 2006 a 28% en 2007 y a menores gastos no deducibles.

Utilidad Neta

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

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

Liquidez y Recursos de Capital

Liquidez

Cada una de nuestras compañías subtenedoras, generalmente, financia sus propios requerimientos de operación y de capital de forma independiente. Al 31 de diciembre de 2008, el 71.3% de nuestro endeudamiento consolidado está registrado al nivel de las compañías subtenedoras. Esta estructura es atribuible, en parte, a la participación de terceros en la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA. Actualmente esperamos continuar financiando nuestras operaciones y requerimientos de capital principalmente al nivel de nuestras compañías subtenedoras. No obstante, podríamos incurrir en deuda a través de nuestra compañía tenedora en el futuro, para financiar las operaciones y requerimientos de capital de nuestras subsidiarias, adquisiciones significativas o inversiones en activo fijo. Como una compañía tenedora, dependemos de los dividendos y otros ingresos de nuestras subsidiarias, para cubrir nuestro endeudamiento.

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

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

En 2008, adoptamos la NIF B-2 “Estado de Flujo de Efectivo” en la cual presentamos las entradas y salidas de efectivo en moneda nominal para el año terminado el 31 de diciembre de 2008. La NIF B-2 sustituye al estado de cambios en la situación financiera que todavía presentamos para los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006 y que incluye la inflación acumulada y efectos de tipos de cambio no realizados. La aplicación de la NIF B-2 es prospectiva, por lo tanto, el estado de flujo de efectivo para el año terminado el 31 de diciembre de 2008 no es comparable con los estados de cambio en la situación financiera para los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006.

El siguiente es un resumen de los principales usos de efectivo para el año terminado el 31 de diciembre de 2008 de nuestro estado de flujo de efectivo consolidado:

Fuentes y usos principales de los recursos
Por el año terminado el 31 de diciembre de 2008

(en millones de pesos mexicanos)

	2008
Flujo de efectivo neto generado en actividades de operación	Ps. 23,064
Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de inversión ⁽¹⁾	(18,060)
Flujo de efectivo neto utilizado en actividades de financiamiento ⁽²⁾	(6,160)
Pago de dividendos	(2,065)

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

⁽²⁾ Incluye dividendos declarados y pagados.

La siguiente tabla resume las fuentes y usos de los recursos en efectivo para los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006 de nuestros estados consolidados de cambios en la situación financiera.

Principales Usos de los Recursos
Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006⁽¹⁾

(en millones de pesos mexicanos)

	2007	2006
Recursos netos generados en actividades de operación	Ps. 18,022	Ps. 16,934
Recursos netos utilizados en actividades de inversión ⁽²⁾	(12,437)	(15,809)
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento ⁽³⁾	(3,901)	(1,679)
Dividendos declarados y pagados	(1,909)	(1,459)

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

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

⁽³⁾ Incluye dividendos declarados y pagados.

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

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

Nuestro endeudamiento total consolidado al 31 de diciembre de 2008 fue de Ps. 43,858 millones comparada con Ps. 40,029 millones al 31 de diciembre de 2007. Nuestro endeudamiento a corto plazo (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo) y deuda a largo plazo fueron de Ps. 11,648 millones y Ps. 32,210 millones, respectivamente al 31 de diciembre de 2008, comparada con Ps. 9,364 millones y Ps. 30,665 millones, respectivamente al 31 de diciembre de 2007. Efectivo y valores de realización inmediata ascendieron a Ps. 9,110 millones al 31 de diciembre de 2008, comparado con Ps. 10,456 millones al 31 de diciembre de 2007.

Creemos que nuestras fuentes de liquidez al 31 de diciembre de 2008, fueron adecuadas para la conducción de los negocios de nuestras compañías subtenedoras y que tendremos suficientes fondos disponibles para enfrentar nuestra demanda y necesidades de financiamiento para el 2009 y los años subsiguientes.

Acuerdos fuera del Balance General

No tenemos ningún acuerdo fuera del balance general.

Obligaciones Contractuales

La siguiente tabla muestra nuestras obligaciones contractuales al 31 de diciembre de 2008:

	Vencimiento				Total
	Menor a 1 año	1 – 3 Años	3 - 5 años	Más de 5 años	
	(en millones de pesos mexicanos)				
Deuda a Largo Plazo					
Pesos mexicanos ⁽¹⁾	Ps. 1,909	Ps. 7,325	Ps. 13,232	Ps. 6,909	Ps. 29,375
Dólares americanos	3,808	96	3,031	–	6,395
Reales brasileños ⁽²⁾	72	–	–	–	72
Pesos colombianos	–	905	–	–	905
Arrendamiento Financiero					
Dólares americanos	11	15	–	–	26
Pagos de Intereses⁽³⁾					
Pesos mexicanos	2,332	4,012	2,486	1,084	9,914
Dólares americanos	417	287	208	–	912
Pesos colombianos	140	140	–	–	280
Reales brasileños	3	–	–	–	3
Swap de Tasa de Interés y de tipos de cambio⁽⁴⁾					
Pesos mexicanos	420	782	536	611	2,349
Reales brasileños ⁽²⁾	14	–	–	–	14
Arrendamientos Operativos					
Pesos mexicanos	1,458	2,673	2,336	6,403	12,870
Dólares americanos	1,140	161	99	206	1,606
Reales brasileños	74	98	–	–	172
Contratos de Precio de Materias Primas					
Dólares americanos	4,185	4,145	425	–	8,755
Obligaciones por Compras	464				464
Contribuciones que se espera sean aportadas al plan de pensiones, primas de antigüedad, servicios médicos para jubilados e indemnizaciones	712	1,014	963	2,694	5,383
Otras Deudas a Largo Plazo⁽⁵⁾	203	406	203	5,743	6,555

⁽¹⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio con lo cual \$230.8 millones de deuda a largo plazo denominada en dólares se convierte a pesos mexicanos por un monto de Ps. 2,429 millones.

⁽²⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio con lo cual ¥777 millones de deuda a largo plazo denominada en yenes japoneses se convierte a reales brasileños por un monto de Ps. 120 millones

⁽³⁾ Los intereses se calcularon usando la deuda a largo plazo y las tasas de interés al 31 de diciembre de 2008 excluyendo el efecto de swap de tasa de interés. La deuda y las tasas de interés aplicables vigentes se especifican en la Nota 17 de nuestros estados financieros consolidados auditados. Los pasivos denominados en dólares se convirtieron a pesos mexicanos a un tipo de cambio de Ps. 13.5383 por dólar, el tipo de cambio que nos fue cotizado para la liquidación de obligaciones en moneda extranjera el 31 de diciembre de 2008.

⁽⁴⁾ Reflejan la cantidad de los pagos futuros que tendríamos que realizar. Se calcularon los montos aplicando la diferencia entre los swaps de tipos de cambio, swaps de tasas de interés y tasas de interés nominales contratadas para las deudas a largo plazo al 31 de diciembre de 2008.

⁽⁵⁾ Otros pasivos de largo plazo incluyen contingencias, instrumentos financieros derivados y otros. Adicionalmente, otros pasivos de largo plazo reflejan aquellos pasivos cuya fecha de vencimiento es indefinida y depende de una serie de circunstancias fuera de nuestro control, por lo que estos pasivos están considerados como pasivos cuya fecha de vencimiento es mayor a cinco años.

Al 31 de diciembre de 2008, Ps.11,648 millones de nuestra deuda total consolidada era deuda a corto plazo, (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo).

Al 31 de diciembre de 2008, nuestro costo promedio de deuda consolidada incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés era de aproximadamente el 9.4%, un incremento de 0.7 puntos porcentuales comparado con 8.7% en 2007. Al 31 de diciembre de 2008, incluyendo el efecto de swap de tipo de cambio, el 77.0% de nuestra deuda total consolidada estaba denominada y era pagadera en pesos mexicanos, 16.1% era en dólares, 3.9% en pesos colombianos, 1.9% en pesos argentinos, 0.9% en bolívares fuertes venezolanos y el 0.2% restante en reales brasileños.

Resumen de Instrumentos de Deuda

La siguiente tabla muestra el perfil de la deuda total de nuestra Compañía al 31 de diciembre de 2008:

Perfil de la Deuda Total de la Compañía					
	FEMSA y Otras⁽¹⁾	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Deuda Total
(en millones de pesos mexicanos constantes)					
Deuda a Corto Plazo					
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Préstamos bancarios	1,925	–	1,895	–	3,820
<i>Pesos argentinos:</i>					
Préstamos bancarios	–	816	–	–	816
<i>Pesos colombianos:</i>					
Préstamos bancarios	–	798	–	–	798
<i>Bolívares fuertes venezolanos:</i>					
Préstamos bancarios	–	365	–	–	365
Deuda a Largo Plazo⁽¹⁾					
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Certificados bursátiles ⁽²⁾	6,250	4,500	–	–	10,750
Préstamos bancarios ⁽³⁾	1,712	4,550	7,242	–	13,504
Unidades de Inversión (UDIs)⁽³⁾	2,692	–	–	–	2,692
<i>Dólares americanos:</i>					
Bono Yankee	–	3,606	–	–	3,606
Préstamos bancarios	–	2,977	3,478	–	6,455
Arrendamiento financiero	–	26	–	–	26
<i>Pesos colombianos:</i>					
Préstamos bancarios	–	905	–	–	905
<i>Reales brasileños⁽⁴⁾:</i>					
Préstamos bancarios	–	–	121	–	121
Total	Ps. 12,579	Ps. 18,543	Ps. 12,736	–	Ps. 43,858
Costo Promedio⁽⁵⁾					
Pesos mexicanos	10.0%	9.0%	9.4%	–	9.5%
Dólares americanos	–	5.5%	4.2%	–	5.4%
Pesos argentinos	–	19.6%	–	–	19.6%
Bolívares fuertes venezolanos	–	22.2%	–	–	22.2%
Reales brasileños	–	–	14.4%	–	14.3%
Pesos colombianos	–	15.2%	–	–	15.2%
Total	10.0%	9.1%	9.3%	–	9.4%

⁽¹⁾ Incluye la porción circulante de deuda a largo plazo por Ps. 5,849 millones.

⁽²⁾ Incluye Ps. 1,250 millones de “FEMSA y Otras” garantizado por FEMSA Cerveza.

⁽³⁾ Monto de “FEMSA y Otras” garantizado por FEMSA Comercio.

⁽⁴⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio de yenes japoneses a reales brasileños por un monto de Ps. 120 millones.

⁽⁵⁾ Incluye el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés.

Restricciones Impuestas por Instrumentos de Deuda

En términos generales, las obligaciones de los acuerdos crediticios y otros instrumentos que controlan nuestra deuda contraídos por nosotros y nuestras subtenedoras, incluyen limitaciones respecto a la contratación de deuda adicional, que operan según ciertas razones de cobertura de intereses y/o índices de apalancamiento. Los acuerdos crediticios contraídos por nosotros y nuestras subtenedoras o sus subsidiarias, generalmente incluyen cláusulas restrictivas aplicables a nosotros y a nuestras subtenedoras y sus subsidiarias. No existen garantías recíprocas entre compañías subtenedoras, así como nosotros no hemos otorgado garantía respecto a algún compromiso de deuda de nuestras subtenedoras. La obligación de FEMSA por Ps. 1,250 millones contraída en sus certificados bursátiles esta garantizada por FEMSA Cerveza. Adicionalmente, la obligación de FEMSA por Ps. 1,712 millones está garantizada por FEMSA Comercio. Ciertos de nuestros instrumentos financieros mencionados anteriormente están sujetos a ser acelerados o a pactos de recompra con los acreedores o tenedores a su opción si, en el caso de FEMSA, las personas que ejercen el control de FEMSA dejan de ejercer dicho control, y en el caso de FEMSA Cerveza, FEMSA deja de controlar FEMSA Cerveza.

Al 31 de diciembre de 2008, nos encontramos en cumplimiento de todas nuestras cláusulas restrictivas. Un deterioro significativo y prolongado de nuestros resultados de operación consolidados, podría causar que dejemos de estar en cumplimiento de ciertos adeudos en el futuro. No podemos asegurar que tendremos la capacidad de contratar deuda o refinanciar la deuda existente, en términos similares en el futuro.

Resumen de Deuda

A continuación se presenta un detalle del endeudamiento a nivel compañía subtenedora y para FEMSA al 31 de diciembre de 2008:

- *Coca-Cola FEMSA*: La deuda total de Coca-Cola FEMSA ascendió a Ps. 18,543 millones al 31 de diciembre de 2008, comparada con Ps. 18,904 millones al 31 de diciembre de 2007. La deuda a corto plazo (incluyendo la porción circulante de la deuda a largo plazo) y largo plazo fue de Ps. 6,095 millones y Ps. 12,448 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2008, comparada con Ps. 4,809 millones y Ps. 14,095 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2007. El efectivo y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos principalmente de dólares americanos, pesos mexicanos, bolívares fuertes venezolanos, reales brasileños, pesos argentinos y pesos colombianos representando 46%, 21%, 14%, 8%, 6% y 5%, respectivamente. Al 31 de diciembre de 2008, el efectivo y los valores de realización inmediata fue de Ps. 6,192 millones, en comparación con Ps. 7,542 millones al 31 de diciembre de 2007. Aproximadamente Ps. 391 millones en efectivo se consideran efectivo restringido, porque se ha depositado para pagar cuentas por pagar en Venezuela y Brasil. Al 31 de diciembre de 2008, Coca-Cola FEMSA tuvo un déficit de capital de trabajo (definido como el exceso de pasivo actual sobre activos actuales) de Ps. 3,341 millones, reflejando el decremento de efectivo y valores de realización inmediata, cuentas por cobrar y otros activos.

Como parte de nuestra política de financiamiento, esperamos seguir financiando nuestras necesidades de liquidez a través de efectivo generado en operaciones. Sin embargo, como resultado de regulaciones en ciertos países en los que operamos, podrían resultar no benéficos o, como el caso de control de tipos de cambio en Venezuela, práctico para nosotros remitir efectivo generado en operaciones locales para fondar requerimientos de efectivo en otros países. Controles de cambio como los vistos en Venezuela pueden incrementar el precio real de remitir efectivo para cumplir con los requerimientos de financiamiento de deuda en otros países. Adicionalmente, en caso de que el flujo de operación en estos países no sea suficiente para fondar futuros requerimientos de capital de trabajo e inversiones de activo fijo, nosotros podríamos decidir, o requerir fondar necesidades de efectivo en estos países, a través de préstamos locales en lugar de remitir fondos de otro país. Adicionalmente, en el futuro podríamos requerir el financiamiento de nuestro capital de trabajo e inversiones con deuda a corto plazo u otros préstamos.

El costo promedio de deuda de Coca-Cola FEMSA, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés era de 5.5% en dólares americanos, 9.0% en pesos mexicanos, 15.2% en pesos colombianos, 22.2% en bolívares fuertes venezolanos y 19.6% en pesos argentinos al 31 de diciembre de 2008, en comparación con 6.4% en dólares americanos, 8.9% en pesos mexicanos, 15.7% en bolívares fuertes venezolanos y 11.0% en pesos argentinos al 31 de diciembre de 2007.

- *FEMSA Cerveza*: Al 31 de diciembre de 2008, la deuda total de FEMSA Cerveza, ascendía a Ps. 12,736 millones, la cual incluía Ps. 1,895 millones en préstamos de contratación a corto plazo y capital de trabajo. Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Cerveza tenía Ps. 10,841 millones de deuda total a largo plazo consistente en préstamos bancarios bilaterales y préstamos para el financiamiento de equipos. El efectivo y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos de pesos mexicanos, reales brasileños, euros y dólares

americanos, representando 64%, 18%, 12% y 6%, respectivamente. El efectivo y los valores de realización inmediata fue de Ps. 936 millones al 31 de diciembre de 2008, en comparación con Ps. 1,435 millones al 31 de diciembre de 2007. El costo de deuda promedio de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2008, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 9.4% en pesos mexicanos, 4.2% en dólares americanos y 14.4% en reales brasileños.

- *FEMSA Comercio*: Al 31 de diciembre de 2008, FEMSA Comercio no tenía deuda.
- *FEMSA y Otros Negocios*: Al 31 de diciembre de 2008, la deuda total de FEMSA y de las compañías que conforman nuestros otros negocios fue de Ps. 12,579 millones, compuesta por Ps. 1,925 millones de deuda total a corto plazo. Al 31 de diciembre de 2008 la deuda total a largo plazo fue de 10,654, la cual consistía de Ps. 1,250 millones de certificados bursátiles, los cuales vencen en julio del 2009; Ps. 5,000 millones de certificados bursátiles, los cuales vencen en mayo del 2011 y abril del 2013 y Ps. 2,692 millones de *unidades de inversión* (UDI's) que vencen en diciembre del 2017 y Ps. 1,712 millones con vencimiento en agosto de 2010, garantizado por FEMSA Comercio. Al 31 de diciembre de 2008, el costo de deuda promedio de FEMSA, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 10.0% en pesos mexicanos.

Contingencias

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

La siguiente tabla presenta la naturaleza y monto de las contingencias al 31 de diciembre de 2008:

Contingencias	
Al 31 de diciembre de 2008	
(en millones de pesos mexicanos)	
Fiscales	Ps. 1,479
Laborales	1,010
Legales	256
Total.....	Ps. 2,745

Como es común en Brasil, las Autoridades de Impuestos nos han solicitado saldar las contingencias fiscales actualmente en disputa por Ps. 2,594 millones; por lo que estamos garantizando activos fijos y utilizando líneas de crédito disponible.

Tenemos otras contingencias por las que no hemos registrado reservas. Estas contingencias o nuestra evaluación de las mismas, pueden cambiar en el futuro y podríamos registrar reservas o ser solicitados para realizar pagos en relación con estas contingencias. Al 31 de diciembre de 2008, la suma de las contingencias por las cuales no hemos registrado una reserva fue de \$465 millones de dólares. Estas contingencias han sido clasificadas como menos que probable por parte de nuestros abogados.

Inversiones en Activo Fijo

En los últimos cinco años, hemos realizado importantes inversiones en activo fijo que han sido en gran parte financiados con el efectivo proveniente de las operaciones. Las inversiones de activo fijo alcanzaron Ps. 14,234 millones en 2008 comparado con Ps. 11,257 millones en el 2007, un aumento de 26.4%. El incremento se debió principalmente a incrementos en las unidades de negocio de bebidas relacionados con inversiones en activos de distribución, y capacidad incremental, inversiones de mercado, y a la acelerada apertura de tiendas en FEMSA Comercio. Los principales componentes de nuestros programas de inversión son: equipo, inversiones en el mercado y expansión de la capacidad productiva y de la red de distribución en Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo”.

Presupuesto de Inversiones en Activo Fijo para el 2009

Nuestro presupuesto de inversión para el 2009 se espera que sea de aproximadamente a \$931 millones de dólares. El siguiente análisis se basa en los presupuestos internos del año 2009 preparados por cada una de nuestras compañías subtenedoras. El presupuesto de inversión para el 2009 está sujeto a cambios en las condiciones del mercado, los resultados de las operaciones y los recursos financieros de las subsidiarias.

En 2009, se espera que las inversiones en activo fijo de Coca-Cola FEMSA sean aproximadamente hasta \$320 millones de dólares, principalmente para:

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

Coca-Cola FEMSA estima que su inversión proyectada para el 2009 estará asignada 40% para su operación en México y 60% para los territorios fuera de México. Coca-Cola FEMSA considera que la generación interna de efectivo será suficiente para cubrir su presupuesto de inversión en activo fijo durante 2009. El plan de inversión de Coca-Cola FEMSA para 2009 puede cambiar en base al mercado, otras condiciones y basado en los resultados financieros y de operación.

En 2009, se espera que el presupuesto de inversiones en activo fijo de FEMSA Cerveza será aproximadamente \$430 millones de dólares. FEMSA Cerveza espera destinar parte de este presupuesto a inversiones en expansiones de capacidad marginales de sus cervecerías y modernización de equipos en México y Brasil. FEMSA Cerveza también pretende aplicar una porción de este presupuesto a la mejora de sus activos de distribución, incluyendo vehículos nuevos y reemplazos, mantenimiento de una flota de distribución secundaria y al desarrollo de los sistemas de información. Adicionalmente, FEMSA Cerveza planea invertir en actividades comerciales y relacionadas con el mercado, tales como el desarrollo de su cobertura comercial, el desarrollo de patrocinios de largo plazo y la colocación de equipo de refrigeración a nivel nacional.

En 2009, se espera que el presupuesto de inversiones en activo fijo de FEMSA Comercio será aproximadamente \$181 millones de dólares y se destinará a la apertura de nuevas tiendas OXXO, a la inversión en dos nuevos centros de distribución, y en menor medida la remodelación de algunas tiendas OXXO existentes. Adicionalmente, FEMSA Comercio tiene inversiones planeadas para los sistemas de información, la actualización del sistema ERP y el equipo de transportación.

Coberturas

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

La siguiente tabla presenta un resumen del valor razonable de los contratos sobre instrumentos financieros derivados al 31 de diciembre de 2008. En el caso de que dichos instrumentos financieros derivados no tengan un mercado formal, el valor razonable se determina a través de modelos soportados que creemos cuentan con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero.

	Valor Razonable				
	Al 31 de diciembre de 2008				
	Vence menos de 1 año	Vence 1 - 3 años	Vence 3 - 5 años	Vence en más de 5 años	Valor Razonable Activo (Pasivo)
		(en millones de pesos mexicanos)			
Precios cotizados por fuentes externas	(960)	(1,625)	(175)	890	(1,870)

Plan para la Disposición de Ciertos Activos Fijos

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

	Al 31 de diciembre del:	
	2008	2007
	(en millones de pesos mexicanos)	
Coca-Cola FEMSA	Ps. 394	Ps. 94
FEMSA Cerveza.....	291	311
FEMSA y otras	45	250
Total	Ps. 730	Ps. 655

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

Conciliación U.S. GAAP

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

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

Una descripción más detallada de las diferencias entre las NIF mexicanas y los U.S. GAAP que afectan a la compañía, así como un estado de situación financiera, un estado de resultados y de la utilidad integral, un estado de cambios en el capital contable y un flujo de efectivo presentados bajo U.S. GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo Normas de Información Financiera, así como una conciliación de la utilidad neta y el capital contable bajo NIF mexicanas a la utilidad neta y capital contable bajo U.S. GAAP, ver Notas 26 y 27 de nuestros estados financieros consolidados auditados.⁽¹⁾

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

Bajo U.S. GAAP tuvimos una utilidad neta de Ps. 6,852 y Ps. 8,557 millones en 2008 y 2007, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas tuvimos una utilidad neta mayoritaria de Ps. 6,708 millones y Ps. 8,511 millones en 2008 y 2007, respectivamente. En 2008, la utilidad neta bajo U.S. GAAP fue mayor que la reportada bajo NIF mexicanas, principalmente debido al efecto de los impuestos diferidos y la participación de los trabajadores en las utilidades.

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

El capital contable bajo U.S. GAAP al 31 de diciembre de 2008 y 2007, fue de Ps. 85,537 millones y Ps. 82,606 millones, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas el capital contable al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue Ps. 68,821 millones y Ps. 64,578 millones, respectivamente. La principal razón de la diferencia entre el capital contable bajo U.S. GAAP y el capital contable mayoritario bajo NIF mexicanas se debió al efecto del crédito mercantil generado por la adquisición de interés minoritarios, impuestos diferidos, pasivos laborales, la participación de los trabajadores en las utilidades diferidas y los gastos de inicio de operaciones.

PUNTO 6. CONSEJEROS, EJECUTIVOS Y EMPLEADOS

Consejeros

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

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

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

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

Consejeros de la Serie “B”

<p>José Antonio Fernández Carbajal <i>Consejero y Presidente del Consejo de Administración</i></p>	<p>Fecha de Nacimiento: Febrero de 1954 Designado por primera vez (Presidente del consejo): 2001 Designado por primera vez (Consejero): 1984 Duración en el cargo hasta: 2010 Ocupación principal: Director General de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. Otros cargos como Consejero: Presidente del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA, Vicepresidente del consejo del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. (ITESM) y miembro de los consejos de administración de BBVA Bancomer, Bancomer, Industrias Peñoles, S.A.B. de C.V. (Peñoles), Grupo Industrial Bimbo, S.A.B. de C.V. (Bimbo), Grupo Televisa, S.A.B. (Televisa), Controladora Vuela Compañía de Aviación, S.A. de C.V. (“Volaris”) y Cemex S.A.B. de C.V. (Cemex) Experiencia profesional: Se incorporó al Departamento de Planeación Estratégica de FEMSA en 1987. Ocupó posiciones gerenciales en la división comercial de FEMSA Cerveza y en OXXO. Fue nombrado nuestro Director General en 1995 Educación: El Sr. Fernández tiene un título en Ingeniería Industrial y una maestría en Administración de Empresas del ITESM Consejero suplente: Federico Reyes García</p>
--	--

<p>Eva Garza Lagüera Gonda⁽¹⁾ <i>Consejera</i></p>	<p>Fecha de Nacimiento: Abril de 1958 Designada por primera vez: 1999 Duración en el cargo hasta: 2010 Ocupación principal: Inversionista Privada Otros cargos como Consejera: Miembro de los consejos de Coca-Cola FEMSA, ITESM y Premio Eugenio Garza Sada. Educación: La Sra. Garza tiene un título en Ciencias de la Comuniación del ITESM Consejera suplente: Paulina Garza Lagüera Gonda⁽²⁾</p>
<p>Bárbara Garza Lagüera Gonda⁽²⁾ <i>Consejera</i></p>	<p>Fecha de Nacimiento: Diciembre 1959 Designada por primera vez: 2002 Duración en el cargo hasta: 2010 Ocupación principal: Inversionista Privada Experiencia Profesional: Ex-Presidenta/Directora General de Alternativas Pacíficas, A.C. (una organización sin fines de lucro) Educación: La Sra. Garza tiene un título en Administración de Empresas del ITESM Consejera suplente: Enrique F. Senior Hernández</p>
<p>José Fernando Calderón Rojas <i>Consejero</i></p>	<p>Fecha de Nacimiento: Julio de 1954 Designado por primera vez: 2005 Duración en el cargo hasta: 2010 Ocupación principal: Presidente de los consejos de administración y Director General de Franca Servicios, S.A. de C.V., Servicios Administrativos de Monterrey, S.A. de C.V., Regio Franca, S.A. de C.V., y Franca Industrias, S.A. de C.V. Otros cargos como Consejero: Miembro de los consejos de administración de Bancomer y Alfa, S.A.B. de C.V. (Alfa) Educación: Se graduó en Derecho de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y completó estudios de especialización en Impuestos en la UANL Consejero suplente: Francisco José Calderón Rojas⁽³⁾</p>
<p>Consuelo Garza de Garza <i>Consejera</i></p>	<p>Fecha de Nacimiento: Octubre de 1930 Designada por primera vez: 1995 Duración en el cargo hasta: 2010 Experiencia profesional: Fundadora y Ex Presidente de la Asociación Nacional Pro-Superación Personal, A.C. (una organización sin fines de lucro) Consejero suplente: Alfonso Garza Garza⁽⁴⁾</p>

Max Michel Suberville <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1932
	Designado por primera vez:	1985
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Inversionista Privado
Consejero:	Co-presidente del comité de accionistas de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. (Liverpool), Miembro de los consejos de administración, Peñoles, Grupo Nacional Provincial, S.A. (GNP), Grupo Profuturo, S.A. de C.V. (Profuturo), Grupo GNP Pensiones S.A. de C.V. y Afianzadora Sofimex S.A.	
	Educación:	El Sr. Michel es graduado del Massachussets Institute of Technology y completó estudios de postgrado en la Universidad de Harvard
	Consejero suplente:	Max Michel González ⁽⁵⁾
Alberto Bailleres <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Agosto de 1931
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Presidente de los consejos de administración de Grupo BAL, S.A. de C.V., Peñoles, GNP, Fresnillo plc, Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., Profuturo, Instituto Tecnológico Autónomo de México y consejero de Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V.
Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de BBVA Bancomer, Bancomer BBVA Bancomer Servicios, S.A., Dine, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Dine), Televisa y Grupo Kuo, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Kuo)	
	Educación:	El Sr. Bailleres es egresado en Economía del Instituto Tecnológico Autónomo de México
Consejero suplente:	Arturo Fernández Pérez	
Francisco Javier Fernández Carbajal ⁽⁶⁾ <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Abril de 1955
	Designado por primera vez:	2005
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Consultor empresarial privado e Inversionista Privado
Otros cargos como Consejero:	Presidente de los consejos de administración de Primero Fianzas, S.A. (Primero Finanzas), Primero Seguros, S.A. y Primero Seguros Vida, S.A. Miembro de los consejos de administración de Visa, Inc., Grupo Aeroportuario del Pacífico, S.A.B. de C.V. y Fresnillo, Ltd.	
	Educación:	El Sr. Fernández es graduado en Ingeniería Mecánica y Eléctrica del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en la Universidad de Harvard
Consejero suplente:	Javier Astaburuaga Sanjines	
Ricardo Guajardo Touché <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Mayo de 1948
	Designado por primera vez:	1988
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Ex-Presidente del consejo de administración, BBVA Bancomer
Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Liverpool,	

Carlos Salguero <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Octubre de 1929
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Experiencia profesional:	Presidente del consejo de administración de Salguero Holdings BVI y Salguero Hotels Chile; y socio de Salguero Hotels AR
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Hotel Esencia en México, City Net, S.A., Retail Media, S.L., Mazarron Beach en España y Stratek Plastic Ltd en Irlanda
	Educación:	El Sr. Salguero es graduado de la Facultad de Ciencias Económicas de Columbia, posee un título de postgrado en Economía y Administración de Albany Business College y de la University College (Syracuse). Fue distinguido con el Mérito Civil por su Majestad el Rey de España en 1995
	Consejero suplente:	Alfonso González Migoya
	Experiencia profesional:	Alfa, BBVA Bancomer, Grupo Aeroportuario del Sureste, S.A. de C.V. (ASUR), Bimbo y Coca-Cola FEMSA
	Experiencia profesional:	Se ha desempeñado en distintas direcciones ejecutivas en nuestra Compañía, Grupo AXA, S.A. de C.V. y Valores de Monterrey, S.A. de C.V.
	Educación:	El Sr. Guajardo es graduado en Ingeniería Electrónica del ITESM y de la Universidad de Wisconsin y posee una maestría en administración de la Universidad de California en Berkeley
	Consejero suplente:	Othón Páez Garza ⁽⁶⁾
Alfredo Livas Cantú <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1951
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Presidente de Praxis Financiera, S.C.
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Grupo Industrial Saltillo, S.A.B. de C.V., British American Tobacco (consejo mexicano), Nacional Monte de Piedad, I.A.P., Primero Fianzas, Grupo Christus Mugerza, y Grupo Financiero Banorte, S.A.B. de C.V. (suplente)
	Experiencia profesional:	Se incorporó a FEMSA en 1978 y ha desempeñado cargos en las áreas de Planeación Financiera y Tesorería. Se desempeñó como Director de Finanzas de 1989 a 1999
	Educación:	El Sr. Livas es graduado en Economía de la UANL y posee maestrías en Administración de Empresas y en Economía de la Universidad de Texas
	Consejero Suplente:	Sergio Deschamps Ebergenyi
Roberto Servitje Sendra <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Enero de 1928
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Presidente del consejo de administración de Bimbo
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Chrysler México S.A. de C.V., Grupo Altex, S.A. de C.V. y ASUR
	Experiencia profesional:	Miembro fundador y presidente activo del consejo de administración de Bimbo
	Educación:	El Sr. Servitje tiene un título de Administración de Empresas (PMD) de la Universidad de Harvard
	Consejero suplente:	Juan Guichard Michel ⁽⁷⁾

Mariana Garza Lagüera Gonda ⁽²⁾ <i>Consejera</i>	Fecha de Nacimiento	Abril de 1970
	Designada por primera vez:	2005
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Experiencia profesional:	Inversionista Privada
	Otros cargos como Consejera:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA, Hospital San José Tec de Monterrey y Museo de Historia Mexicana
	Educación:	La Sra. Garza tiene un título en Administración de Empresas del ITESM y una maestría en Administración Internacional de Thunderbird American Graduate School of International Management
José Manuel Canal Hernando <i>Consejero</i>	Consejero suplente:	Carlos Salazar Lomelín
	Fecha de Nacimiento	Febrero de 1940
	Designado por primera vez:	2003
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal	Consultor Privado
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA, Banco Compartamos, S.A., ALSEA, S.A.B. de C.V., Kuo, Dine, Consorcio Comex y Grupo Proa
	Experiencia profesional:	exsocio director de Ruiz, Urquiza y Cía, S.C., de 1981 a 1999. Se desempeño como comisario de la Compañía de 1984 al 2002. Presidió el Comité de Vigilancia del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas y ha participado en varias comisiones del Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Cuenta con amplia experiencia en auditoría financiera para compañías controladoras, bancos e intermediarios financieros
	Educación:	El Sr. Canal posee un título de Contador Público de la Universidad Nacional Autónoma de México
	Consejero suplente:	Ricardo Saldívar Escajadillo

Consejeros de la Serie “D”

Armando Garza Sada <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Junio de 1957
	Designado por primera vez:	2006
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Vicepresidente del Consejo de Administración y Vicepresidente ejecutivo de Desarrollo Corporativo de Alfa
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los Consejos de Administración de Alfa, Grupo Gigante, S.A. de C.V., Liverpool, Grupo Lamosa, S.A.B. de C.V., Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., MVS Comunicaciones, S.A de C.V., ITESM, Frisa Forjados, S.A. de C.V. y CYDSA, S.A.B. de C.V.
	Experiencia profesional:	Tiene una larga carrera en Alfa
	Educación:	El Sr. Garza Sada es Ingeniero Industrial por el ITESM, y tiene una maestría en administración de empresas de la Universidad de Stanford
	Consejero suplente:	Eduardo Padilla Silva

Alexis E. Rovzar de la Torre <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Julio de 1951
	Designado por primera vez:	1989
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Socio Ejecutivo de White & Case, S.C., despacho de abogados
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA (presidente de su Comité de Auditoría), Bimbo, Bank of Nova Scotia y Grupo ACIR, S.A. de C.V.
	Experiencia profesional:	El Sr. Rovzar es experto en fusiones y adquisiciones privadas y públicas, así como en aspectos de la legislación financiera. Ha sido consultor para diversas compañías en transacciones comerciales internacionales y alianzas estratégicas
	Educación:	El Sr. Rovzar es graduado en Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México
Consejero suplente:	Francisco Zambrano Rodríguez	
Helmut Paul <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Marzo de 1940
	Designado por primera vez:	1988
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal:	Propietario de H. Paul & Company LLC (una empresa de consultoría en finanzas corporativas)
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Zurich Emerging Markets Solutions y Coca-Cola FEMSA
	Experiencia profesional:	Consejero senior de Darby Overseas Investment, Ltd.
	Educación:	El Sr. Paul posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Hamburgo
Consejero suplente:	Antonio Elosúa Muguerza	
Lorenzo H. Zambrano <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Marzo de 1944
	Designado por primera vez:	1995
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal	Presidente y Director General de Cemex
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de IBM Corporation, Grupo Financiero Banamex, S.A., y miembro de la Junta Asesora de Citigroup International
	Educación:	El Sr. Zambrano se graduó en Ingeniería Mecánica y de Administración de Empresas del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad de Stanford
	Consejero suplente:	Francisco Garza Zambrano

Robert E. Denham <i>Consejero</i>	Fecha de Nacimiento	Agosto de 1945
	Designado por primera vez:	2001
	Duración en el cargo hasta:	2010
	Ocupación principal	Socio de Munger, Tolles & Olson LLP, despacho de abogados
	Otros cargos como Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Wesco Financial Corporation, New York Times Co. y Chevron Corp.
	Experiencia profesional:	Fue Director General de Salomon, Inc., representante del Consejo Asesor del APEC Business Advisory Council, miembro del Grupo Asesor del Sector Comercial OECD para el Gobierno Corporativo
	Educación:	El Sr. Denham es graduado <i>Magna Cum Laude</i> de la Universidad de Texas, es abogado egresado de la Facultad de Derecho de Harvard y posee una maestría en Gobierno de la Universidad de Harvard
	Consejero suplente:	José González Ornelas

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

Ejecutivos

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

FEMSA

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

Alfonso Garza Garza <i>Director de Recursos Humanos, Insumos Estratégicos y Tecnologías de la Información</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA	Julio de 1962 1985
	Nombrado para el cargo actual:	2005
	Otros cargos de Consejero:	Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA y Hospital San José Tec de Monterrey
	Experiencia profesional en FEMSA:	Tiene experiencia en varias unidades y departamentos de negocios de FEMSA, incluyendo Ventas Domésticas, Ventas Internacionales, Abastecimiento y Mercadotecnia, principalmente en Cervecería Cuauhtémoc, S.A. de C.V. y como Director General de FEMSA Empaques Es graduado en Ingeniería Industrial del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en el IPADE
Educación:		
Genaro Borrego Estrada <i>Director de Asuntos Corporativos</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA	Febrero de 1949 2007
	Nombrado para el cargo actual:	2007
	Experiencia profesional:	Gobernador Constitucional del Estado de Zacatecas de 1986 a 1992, Director General del Instituto Mexicano del Seguro Social de 1993 a 2000 y Senador de la República por el Estado de Zacatecas de 2000 a 2006 Egresado de la carrera de Relaciones Internacionales de la Universidad Iberoamericana
	Educación:	
Carlos Aldrete Ancira <i>Director Jurídico y Secretario del Consejo</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA en:	Agosto de 1956 1979
	Nombrado para el cargo actual:	1996
	Otros cargos de Consejero:	Secretario del consejo de administración de FEMSA, Secretario del consejo de administración de todas las subsidiarias de FEMSA
	Experiencia profesional en FEMSA:	Amplia experiencia en transacciones internacionales comerciales y financieras, emisión de deuda y reestructuraciones corporativas, fusiones y adquisiciones y derecho bursátil
Educación:	El Sr. Aldrete se graduó en Derecho de la UANL y posee una maestría en Derecho Comparado de la Facultad de Derecho de la Universidad de Illinois	

FEMSA Cerveza

Jorge Luis Ramos Santos <i>Director General</i>	Fecha de Nacimiento:Se incorporó a FEMSA en:	Diciembre de 1952 1996
	Nombrado para el cargo actual:	2006
	Experiencia profesional FEMSA:	Director de Recursos Humanos de FEMSA Cerveza desde 1996 hasta 2000; Director de Ventas de la Zona Sur desde el 2000 hasta 2003. De 2003 hasta su actual nombramiento, se desempeñó como Co-director General Comercial de FEMSA Cerveza
	Educación:	El Sr. Ramos posee un título de Licenciado en Administración de Empresas del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en Wharton Business School

Coca-Cola FEMSA

Carlos Salazar Lomelín <i>Director General</i>	Fecha de Nacimiento:	Abril de 1951
	Se incorporó a FEMSA en:	1973
	Nombrado para el cargo actual:	2000
	Experiencia profesional en FEMSA:	Desempeñó posiciones gerenciales en varias unidades comerciales de FEMSA, incluidas Grafo Regia, S.A. de C.V., Plásticos Técnicos Mexicanos, S.A. de C.V. Se desempeñó como Director General de FEMSA Cerveza donde también ocupó diversos puestos gerenciales en las divisiones de Planeación Comercial y Exportación
	Educación:	El Sr. Salazar posee una licenciatura en Economía del ITESM, además de haber realizado estudios de postgrado en Administración y Desarrollo Económico en Italia
Héctor Treviño Gutiérrez <i>Director de Finanzas y Administración</i>	Fecha de Nacimiento:	Agosto de 1956
	Se incorporó a FEMSA en:	1981
	Nombrado para el cargo actual:	1993
	Experiencia profesional en FEMSA:	Desempeñó posiciones gerenciales en las áreas de finanzas internacional, planeación financiera, planeación estratégica y desarrollo corporativo de FEMSA
	Educación:	El Sr. Treviño se graduó de Ingeniero Químico del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas en Wharton Business School

FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva <i>Director General</i>	Fecha de Nacimiento:	Enero de 1955
	Se incorporó a FEMSA en:	1997
	Nombrado para el cargo actual:	2003
	Experiencia profesional en FEMSA:	Director de Planeación y Control de FEMSA de 1997 a 2000. Director General de Empresas Estratégicas del 2000 a 2003
	Otra experiencia profesional:	Ha desarrollado una carrera de veinte años en Alfa, culminando con diez años como Director General de Terza, S.A. de C.V. Sus áreas principales de experiencia son control operativo, planificación estratégica y reestructuración financiera
	Educación:	El Sr. Padilla es Ingeniero Mecánico graduado del ITESM y posee una maestría en Administración de Empresas de la Universidad Cornell

Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos

La remuneración de los Consejeros es aprobada por la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas. Para el año terminado el 31 de diciembre de 2008, la remuneración total pagada a nuestros Consejeros fue de aproximadamente Ps. 6.8 millones.

Para el año terminado el 31 de diciembre de 2008, la remuneración total pagada a los directores de FEMSA y subsidiarias fue de aproximadamente Ps. 1,348 millones. La remuneración total incluye bonos que pagamos a ciertos ejecutivos y los pagos relacionados con el Plan de Incentivos de Acciones que se describe a continuación. Nuestra gerencia

y directores ejecutivos participan en nuestro plan de pensiones y plan de servicios médicos post-retiro en la misma base en la que participan nuestros demás empleados. Los miembros de nuestro consejo de administración no participan en nuestros planes de pensiones y de servicios médicos post-retiro, al menos que sean empleados retirados de nuestra Compañía. Al 31 de diciembre de 2008, los montos en reserva y acumulados para todos los empleados bajo estos planes de retiro fueron de Ps.7,463 millones, de los cuales Ps. 2,752 millones se encuentran ya aportados.

Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA

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

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

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

Al 29 de mayo de 2009, el fideicomiso que administra el Plan de Incentivos de Acciones VEA, tiene un total de 12,069,929 Unidades BD de FEMSA y 3,093,624 Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, cada una representando el 0.06% y 0.16% de la totalidad de las acciones circulantes de FEMSA y de Coca-Cola FEMSA, respectivamente.

Pólizas de Seguro

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

Acciones Propiedad de la Administración

Varios de nuestros consejeros son participantes de un fideicomiso de voto. Cada uno de los participantes en el fideicomiso de voto se considera que tiene propiedad beneficiaria con voto compartido sobre las acciones depositadas en dicho fideicomiso de voto. Al 29 de mayo de 2009, 6,922,159,485 Acciones Serie B representando el 74.86% de las Acciones Serie B en circulación, fueron depositadas en el fideicomiso de voto. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas”.

El cuadro a continuación muestra las Acciones Serie B, las Acciones Serie D-B y las Acciones Serie D-L, al 29 de mayo de 2009, que son propiedad o de las cuales son beneficiarios nuestros consejeros que participan en el Fideicomiso de Voto, distintas de las acciones depositadas en el Fideicomiso de Voto:

Beneficiarios	Serie B		Serie D-B		Serie D-L	
	Acciones	Porcentaje de la clase	Acciones	Porcentaje de la clase	Acciones	Porcentaje de la clase
Eva Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Mariana Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Barbara Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Paulina Garza Lagüera Gonda	2,665,480	0.03%	5,330,960	0.12%	5,330,960	0.12%
Consuelo Garza de Garza	69,401,775	0.75%	12,574,950	0.29%	12,574,950	0.29%
Alberto Bailleres	8,658,381	0.09%	11,129,112	0.26	11,129,112	0.26
Juan Guichard Michel	366,430	–	0	0.00	0	0.00
Alfonso Garza Garza	181,353	–	324,306	0.01	324,306	0.01

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

Prácticas del Consejo de Administración

Nuestros estatutos establecen que el consejo de administración se reunirá por lo menos una vez cada tres meses, para discutir nuestros resultados operativos y el progreso en el desarrollo de los objetivos estratégicos. Además, nuestro consejo de administración también puede celebrar reuniones extraordinarias. Véase “Punto 4. Información Adicional—Estatutos”.

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

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

- *Comité de Auditoría.* El Comité de Auditoría es responsable de (1) revisar la exactitud e integridad de los reportes financieros trimestrales y anuales con base en requisitos contables, de control interno y de auditoría, (2) nombramiento, contratación, contraprestación y vigilancia del auditor externo, que le reporta directamente a este comité, (3) revisar y opinar sobre las transacciones entre partes relacionadas fuera del curso ordinario de nuestros negocios y (4) identificar y darle seguimiento a contingencias y procedimientos legales. El Comité de Auditoría ha establecido procedimientos para recibir, conservar y resolver las quejas sobre la contabilidad, asuntos de control interno y auditoría, incluyendo, la presentación de quejas confidenciales o anónimas de los empleados respecto de prácticas contables o de auditoría dudosas. Para el cumplimiento de sus tareas, el Comité de Auditoría puede contratar un abogado externo independiente y otros consultores. En la medida de lo necesario, la Compañía compensa al auditor externo y a cualquier otro asesor contratado por el Comité de Auditoría y provee los fondos para los gastos administrativos normales incurridos por el Comité de Auditoría en el desarrollo de sus actividades. Alexis Rovzar es el presidente del Comité de Auditoría. Los demás miembros del comité son: José Manuel Canal Hernando (experto financiero), Francisco Zambrano Rodríguez y Alfonso González Migoya. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente, de conformidad con la Ley del Mercado de Valores y las disposiciones aplicables en NYSE. José González Ornelas, director del departamento de auditoría interna de FEMSA, es el Secretario del Comité de Auditoría.
- *Comité de Planeación y Finanzas.* Las responsabilidades del comité incluyen: (1) evaluar las políticas de inversión y financiamiento propuestas por el Director General y (2) evaluar los factores de riesgo a los que está expuesta la empresa, así como evaluar sus políticas administrativas. Los integrantes actuales del comité de

Planeación y Finanzas son: Ricardo Guajardo Touché (presidente), Federico Reyes García, Robert E. Denham, Francisco Javier Fernández Carbajal y Alfredo Livas Cantú. Javier Astaburuaga Sanjines es el secretario designado de este comité.

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

Empleados

Al 31 de diciembre de 2008, nuestra cuenta de empleados por región geográfica era la siguiente: 82,350 en México, 5,352 en Centroamérica, 8,001 en Colombia, 8,074 en Venezuela, 15,655 en Brasil y 3,549 en Argentina. En este número incluimos empleados de distribuidores independientes, a los cuales no consideramos nuestros empleados. El cuadro a continuación presenta el número de nuestros empleados por los años terminados al 31 de diciembre del 2008, 2007 y 2006:

Empleados de FEMSA por los años terminados el 31 de diciembre del:

	2008			2007		2006	
	No Sindicalizados	Sindicalizados	Total	No Sindicalizados	Sindicalizados	No Sindicalizados	Sindicalizados
Compañía subtenedora							
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	34,773	30,248	65,021	32,657	25,465	31,695	24,987
FEMSA Cerveza.....	15,181	10,844	26,025	13,751	10,708	13,426	10,570
FEMSA Comercio ⁽²⁾	4,919	16,342	21,261	4,488	11,336	4,072	7,380
Otras	6,186	4,488	10,674	2,661	3,954	1,978	3,662
Total	61,059	61,922	122,981	53,557	51,463	51,171	46,599

⁽¹⁾ Incluye empleados de distribuidores independientes que no consideramos como nuestros empleados de 18,068, 16,089 y 16,104 en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

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

Al 31 de diciembre de 2008, nuestras subsidiarias habían celebrado 445 contratos colectivos de trabajo o convenios similares con el personal empleado en nuestras operaciones. Cada uno de los sindicatos en México está asociado con una de ocho organizaciones sindicales nacionales. En general, tenemos una buena relación con los sindicatos en nuestras operaciones, excepto en Colombia y Venezuela, que están sujetos a litigios laborales importantes. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales—Coca-Cola FEMSA”. Los acuerdos aplicables a nuestras operaciones mexicanas, generalmente tienen un término indefinido y disponen que se lleve a cabo una revisión salarial anual y se revisen también otros términos y condiciones, tales como prestaciones suplementarias, cada dos años.

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

Contratos Colectivos de Trabajo entre Compañías Subtenedoras y los Sindicatos Al 31 de diciembre de 2008

Compañía subtenedora	Contratos Colectivos	
	de Trabajo	Sindicatos
Coca-Cola FEMSA	106	48
FEMSA Cerveza	177	18
FEMSA Comercio ⁽¹⁾	79	4
Otras	83	8
Total	445	78

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

PUNTO 7. PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

Principales Accionistas

El siguiente cuadro identifica a cada propietario de más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones al 29 de mayo de 2009. A excepción de lo que se describe a continuación, no tenemos conocimiento de que ningún titular posea más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones. En virtud de nuestros estatutos, solamente las acciones Clase B tienen derecho de voto pleno.

Titularidad del Capital Accionario al 29 de mayo de 2009

Accionista	Acciones Serie B ⁽¹⁾		Acciones Serie D-B ⁽²⁾		Acciones Serie D-L ⁽³⁾		Total de Acciones comunes de FEMSA
	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	Cantidad de acciones en propiedad	Porcentaje de la clase	
Comité Técnico y Participantes del Fideicomiso de Voto ⁽⁴⁾	6,922,159,485	74.86%	0	0.00%	0	0.00%	38.69%
William H. Gates III ⁽⁵⁾	233,195,100	2.5%	466,390,200	10.8%	466,390,200	10.8%	6.5%

⁽¹⁾ Al 29 de mayo del 2009, había 9,246,420,270 Acciones Serie B en circulación.

⁽²⁾ Al 29 de mayo del 2009, había 4,322,355,540 Acciones Serie D-B en circulación.

⁽³⁾ Al 29 de mayo del 2009, había 4,322,355,540 Acciones Serie D-L en circulación.

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

⁽⁵⁾ De acuerdo a lo reportado en el suplemento 13G presentado el 13 de febrero de 2009, se incluye el total de acciones que son propiedad de Cascade Investments, LLC. sobre la cual William H. Gates III tiene voto pleno y poder de disposición; y las acciones propiedad de Bill y Melinda Gates Foundation Trust, del cual William H. Gates III y Melinda French Gates tienen voto compartido y poder de disposición.⁽¹⁾

Al 29 de mayo de 2009, había 266 tenedores registrados de ADSs en los Estados Unidos, los cuales representaban aproximadamente 68% de nuestras Unidades B-D en circulación. Dado que una cantidad sustancial de ADSs es mantenida a nombre de las personas asignadas por los beneficiarios, incluyendo la persona nombrada por *The Depository Trust Corporation*, la cantidad de beneficiarios de ADSs es sustancialmente mayor a la cantidad de tenedores registrados de estos valores.

Operaciones con Partes Relacionadas

Fideicomiso de Voto

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

⁽¹⁾ La Compañía de conformidad con las Disposiciones Generales para Emisoras presentó el 25 de junio de 2009 la información respecto a la tenencia accionaria de William H. Gates III al 25 de marzo de 2009, fecha en que fue celebrada la asamblea general ordinaria de acciones de La Compañía.

Los participantes del fideicomiso aceptaron ciertas restricciones a la transferencia de Activos del Fideicomiso. El fideicomiso de voto es irrevocable, por un término que finalizará el 31 de mayo del 2013 (sujeto a renovaciones adicionales de cinco años), y durante dicho término, los participantes del fideicomiso pueden transferir los Activos del Fideicomiso a sus cónyuges y familiares directos y, sujeto a ciertas condiciones, a compañías que pertenezcan en su totalidad a los participantes del fideicomiso (“Cesionario Permitido”), siempre que en todos los casos el Cesionario Permitido acepte adherirse a los términos del fideicomiso de voto. En el caso que un participante del fideicomiso desee vender parte de sus Activos del Fideicomiso a alguien que no sea un Cesionario Permitido, los otros participantes del fideicomiso tendrán derecho de preferencia sobre los Activos del Fideicomiso que el participante del fideicomiso desee vender. Si ninguno de los participantes del fideicomiso opta por comprar los Activos del Fideicomiso al participante del Fideicomiso que los vende, el comité técnico tendrá el derecho de designar (previa aprobación de los miembros del comité técnico que representen el 75% de los Activos del Fideicomiso, excluidos aquellos Activos del Fideicomiso objeto de la venta) un comprador para dichos Activos del Fideicomiso. En el caso que ninguno de los participantes del fideicomiso ni el comprador designado quieran adquirir Activos del Fideicomiso, el participante del fideicomiso vendedor tendrá el derecho de vender los Activos del Fideicomiso a un tercero, bajo los mismos términos y condiciones ofrecidos a los participantes del fideicomiso. A los adquirentes de los Activos del Fideicomiso sólo se les permitirá ser parte del fideicomiso de voto mediante el voto afirmativo del comité técnico que represente por lo menos el 75% de los Activos del Fideicomiso, y siempre y cuando dichos Activos del Fideicomiso representen por lo menos a tres grupos de participantes del fideicomiso. En el caso que un participante del fideicomiso que posea la mayoría de los Activos del Fideicomiso decida vender dichos Activos del Fideicomiso, los otros participantes del fideicomiso poseen “derechos de inscripción y participación en el caso de una venta de acciones por parte del otro accionista” que les permitirán vender sus Activos del Fideicomiso al adquirente de los Activos del Fideicomiso del participante del fideicomiso.

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

Interés de Miembros de la Administración en Ciertas Transacciones

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

Nosotros, junto con algunas de nuestras subsidiarias, nos involucramos regularmente en transacciones de financiamiento y cobertura de seguros, incluyendo celebración de contratos de crédito, oferta de obligaciones en los mercados de capitales locales y líneas de crédito, con subsidiarias de BBVA Bancomer, una compañía tenedora de acciones de servicios financieros de la cual son consejeros José Antonio Fernández Carbajal, nuestro Presidente de consejo y Director General, Alberto Bailleres y Ricardo Guajardo Touché, quienes también son Consejeros de FEMSA. Llevamos a cabo pago de intereses a favor de BBVA Bancomer respecto de estas transacciones de Ps. 780 millones, Ps. 305 millones y Ps. 257 millones al 31 de diciembre de los años 2008, 2007 y 2006, respectivamente. El monto total adeudado a BBVA Bancomer al 31 de diciembre del 2008 y 2007 fue de Ps. 3,046 millones y Ps. 1,712 millones, respectivamente.

Mantenemos pólizas de seguro de automóviles y de gastos médicos para ejecutivos, emitidas por Grupo Nacional Provincial, S.A., una compañía de seguros de la cual el presidente del consejo de administración y Director General es Alberto Bailleres, uno de nuestros consejeros. La prima total pagada por estas pólizas en pesos mexicanos fue de aproximadamente Ps. 83 millones, Ps. 31 millones y Ps. 41 millones en los años 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Nosotros, en conjunto con algunas de nuestras subsidiarias, hemos gastado Ps. 253 millones, Ps. 178 millones y Ps. 165 millones en el curso ordinario de operaciones durante 2008, 2007 y 2006, respectivamente, en publicidad y anuncios comprados a Televisa, una compañía de medios de comunicación de la cual nuestro Presidente y Director General, José Antonio Fernández Carbajal, y dos de nuestros consejeros, Alberto Bailleres y Lorenzo Zambrano, son Consejeros.

Regularmente en nuestro giro ordinario de negocios celebramos transacciones de cobertura entrando en contratos de crédito en términos de mercado y líneas de crédito con subsidiarias de Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. (Banamex), una compañía tenedora de acciones de servicios financieros de la cual Lorenzo Zambrano, uno de nuestros consejeros, es consejero. Los intereses pagados a Banamex al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 fueron de Ps. 113

millones y Ps. 164 millones y Ps. 201 millones respectivamente. En 2006, Banamex no se consideraba como parte relacionada.

En 2008, Coca-Cola FEMSA, en su giro ordinario de negocios, compró Ps. 863 millones en jugos de las subsidiarias de Jugos del Valle.

FEMSA Comercio, en el curso ordinario de sus operaciones, compró Ps. 1,578 millones, Ps. 1,324 millones y Ps. 1,034 millones en los años 2008, 2007 y 2006, respectivamente en productos horneados y golosinas para sus tiendas de subsidiarias de Bimbo, de la cual Roberto Servitje, consejero de FEMSA, es el Presidente de su consejo de administración. Adicionalmente, FEMSA Comercio compró Ps. 1,439, Ps. 1,064 millones y Ps. 775 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente, en cigarrillos a British American Tobacco México (BAT México), de donde Alfredo Livas Cantú, quien es miembro del Consejo de Administración, es también miembro del consejo. Estas compras fueron celebradas en el curso ordinario del negocio y creemos que fueron realizadas en términos comparables a aquellos que pudieron haber sido obtenidas en negociaciones con terceras partes no afiliadas.

José Antonio Fernández Carbajal, Eva Garza de Fernández, Ricardo Guajardo Touché y Lorenzo H. Zambrano, quienes son consejeros de FEMSA; también son miembros del consejo directivo del ITESM, una prestigiosa universidad en Monterrey, México que cotidianamente recibe donaciones por parte de FEMSA y sus subsidiarias. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, los donativos al ITESM ascendieron a Ps. 79 millones, Ps. 108 millones y Ps. 92 millones, respectivamente.

Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company

Coca-Cola FEMSA realiza periódicamente transacciones con The Coca-Cola Company y sus afiliadas. Coca-Cola FEMSA compra todos sus requerimientos de concentrado para refrescos de la marca *Coca-Cola* a The Coca-Cola Company. El total pagado a The Coca-Cola Company por el concentrado fue de aproximadamente Ps. 13,518 millones, Ps. 12,239 millones y Ps. 10,322 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company se pagan y reembolsan entre sí por gastos de mercadotecnia. The Coca-Cola Company también contribuye al programa de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA recibió contribuciones para sus gastos de mercadotecnia, que incluyen el programa de inversión en refrigeradores, por Ps. 1,995 millones, Ps. 1,582 millones y Ps. 1,261 millones en 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

En diciembre del 2007 y mayo del 2008, Coca-Cola FEMSA vendió la mayoría de marcas de su propiedad a The Coca-Cola Company. Estas marcas están siendo actualmente licenciadas a Coca-Cola FEMSA por The Coca-Cola Company de acuerdo con los contratos de embotellador existentes. La transacción de diciembre de 2007 estuvo valuada en \$48 millones de dólares y la transacción de mayo de 2008 tuvo un valor de \$16 millones. Ambas transacciones se llevaron a cabo en condiciones de mercado. Los ingresos por la venta de marcas propias registradas en años pasados y en los que Coca-Cola FEMSA sigue participando significativamente (por ejemplo, seguirá produciendo y vendiendo), son diferidos y amortizados contra los costos relacionados de ventas futuras sobre el periodo estimado de ventas. El balance a ser amortizado es de Ps. 571 millones y Ps. 603 millones al 31 de diciembre de 2008 y 2007, respectivamente. Los balances a ser amortizados a corto plazo vienen se encuentran dentro de otros pasivos. Las proporciones a largo plazo se encuentran dentro de otros pasivos circulantes y en conjunto alcanzarán los Ps. 139 millones y Ps. 113 millones al 31 de diciembre de 2008 y 2007, respectivamente.

En Argentina, Coca-Cola FEMSA adquiere parte de sus requerimientos de preformas para producir botellas de plástico, y todos sus requerimientos de botellas retornables de Embotelladora del Atlántico, S.A., una subsidiaria local de Embotelladora Andina, S.A., un embotellador de *Coca-Cola* con operaciones en Argentina, Chile y Brasil, de la cual The Coca-Cola Company tiene una participación sustancial.

En conexión con la adquisición de Panamco, subsidiarias de The Coca-Cola Company realizaron compromisos específicos para apoyar y facilitar la adquisición de Panamco en beneficio de Coca-Cola FEMSA. En consideración de estos compromisos, Coca-Cola FEMSA realizó ciertos compromisos para beneficio de The Coca-Cola Company y sus subsidiarias, incluyendo la indemnización de obligaciones respecto a ciertos asuntos específicos relacionados con la precisión de información divulgada y con el cumplimiento de la ley aplicable por parte del consejo de administración de Coca-Cola FEMSA y el consejo de administración de Panamco, y compromisos para realizar acciones específicas y abstenerse de otras para facilitar la capacidad de The Coca-Cola Company para recibir un tratamiento fiscal favorable relacionado con sus participación en la adquisición. En conexión con la celebración del contrato de adquisición de Panamco, The Coca-Cola Company y FEMSA formalizaron sus compromisos relacionados con asuntos operativos y de negocios

específicos que pueden afectar a Coca-Cola FEMSA después de terminada la adquisición. Se incluye un resumen de estos compromisos en el “Punto 10. Información Adicional—Contratos Principales”.

El 8 de noviembre de 2007, Administración, una compañía mexicana directa o indirectamente propiedad de Coca-Cola FEMSA y de The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones, representando el 100% de las acciones del capital social de Jugos del Valle por \$370 millones de dólares, pagados en efectivo, asumiendo pasivos de \$86 millones de dólares. El 30 de junio de 2008, Administración y Jugos del Valle (compañía fusionante) se fusionaron. Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por Administración, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de su participación en Administración a otros embotelladores de Coca-Cola en México. Al 31 de diciembre de 2008, Coca-Cola FEMSA cuenta con una participación aproximadamente del 20% del capital social de Jugos del Valle. En diciembre de 2008, Jugos del Valle vendió sus operaciones a The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y otros embotelladores de las marcas de Coca-Cola en Brasil. Estas bebidas no carbonatadas fueron integradas dentro de una alianza estratégica con The Coca-Cola Company en Brasil, en donde Coca-Cola FEMSA es tenedora de aproximadamente el 32.47%. A través de una alianza estratégica entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA distribuye la línea de jugos de Jugos del Valle, y hemos desarrollado y distribuido algunos nuevos productos.

El 30 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA celebró contrato de compraventa con The Coca-Cola Company para adquirir su franquicia embotelladora ubicada en el estado de Minas Gerais (REMIL) en Brasil, pagando un precio de compraventa equivalente a \$ 364.1 millones de dólares en Junio de 2008

PUNTO 8. INFORMACIÓN FINANCIERA

Información Financiera Consolidada

Ver páginas F-1 a F-49, incorporadas al presente por referencia.

Política de Dividendos

Para el análisis de nuestra política de dividendos, Véase “Punto 3. Información Clave- Dividendos” y “Punto 10. Información Adicional.”

Procedimientos Legales

Nosotros somos parte en diversos procedimientos legales surgidos en el curso normal de los negocios. Fuera de los casos señalados en el presente documento, actualmente no somos parte en ningún litigio o procedimiento de arbitraje, incluyendo los que están en trámite o que pudieran presentarse y que son de nuestro conocimiento que consideramos tendrán o han tenido, un efecto material adverso sobre nuestra Compañía. Otros procedimientos legales que están pendientes en contra o que nos involucre a nosotros y a nuestras subsidiarias son incidentales a nuestro y sus negocios. Consideramos que la resolución de esos otros procedimientos, de manera individual o conjunta, no tendrá un efecto adverso significativo sobre nuestra situación financiera o resultados de operación.

Coca-Cola FEMSA

México

Procedimientos ante la Comisión Federal de Competencia.

Durante el año 2000, la Comisión Federal de Competencia (CFC), como resultado de denuncias presentadas por PepsiCo y algunos de sus embotelladores en México, inició una investigación en contra de The Coca-Cola Company Export Corporation (TCCEC) por presuntas prácticas monopólicas a través de acuerdos de exclusividad con detallistas.

Posterior a los procedimientos legales correspondientes en mayo 2008 ante los tribunales mexicanos, se emitió una resolución en contra de dos de las seis subsidiarias involucradas de Coca-Cola FEMSA, imponiendo una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones para cada una de ambas subsidiarias y ordenando la suspensión inmediata de dichas prácticas de presuntos acuerdos de exclusividad. La Suprema Corte de Justicia de México decidió determinar los procedimientos respecto a las denuncias en contra de las otras cuatro subsidiarias restantes; para la cual se espera que se emita resolución final este año. Aun y cuando no podemos predecir el resultado, si llegasen a imponerse cualquiera de las multas, creemos que no tendrán un efecto materialmente adverso en nuestra situación financiera o resultados de operación.

En marzo del 2003, en un proceso distinto, la CFC inició una investigación en virtud de denuncias presentadas por detallistas y Ajemex, S.A. de C.V. (Big Cola) involucrando a TCCEC, Coca-Cola FEMSA y seis de sus subsidiarias, así como otros embotelladores basándose en denuncias relacionadas con prácticas monopólicas a través de acuerdos de exclusividad con ciertos detallistas. La CFC emitió una resolución, en donde determinaba que ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA incurrieron en prácticas monopólicas y (1) ordenó la suspensión inmediata de tales prácticas de presuntos acuerdos de exclusividad y acuerdos condicionados (2) impuso una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones a cada una de las seis compañías subsidiarias investigadas.

Coca-Cola FEMSA apeló esta resolución de la CFC. En agosto del 2008, el Tribunal Colegiado de Circuito emitió la resolución final confirmando la multa de Ps. 10.5 millones sobre cada una de las seis subsidiarias, las cuales Coca-Cola FEMSA ha pagado.

Centroamérica

Asuntos de competencia en Costa Rica.

Durante agosto del 2001, la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica, a la cual nos referiremos como Comisión de Competencia de Costa Rica, de conformidad con una denuncia presentada por PepsiCo y su embotellador en Costa Rica inició una investigación sobre las prácticas comerciales de The Coca-Cola Company y la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica por presuntas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas, incluyendo ventas obtenidas por medio de contratos de exclusividad. En julio del 2004 la Comisión de Competencia de Costa Rica emitió una resolución que determinó que Coca-Cola FEMSA incurrió en prácticas monopólicas respecto de acuerdos de exclusividad, de precio y el compartir los refrigeradores bajo ciertas circunstancias e impuso una multa de \$130,000 dólares. El recurso de apelación de Coca-Cola FEMSA a la resolución de la Comisión de Competencia de Costa Rica fue rechazado. Coca-Cola FEMSA apeló esta resolución de la Comisión de Competencia y el procedimiento judicial está pendiente de resolución en procesos judiciales adicionales. No consideramos que este asunto tendrá un efecto material adverso en su condición financiera o en los resultados de operación.

En noviembre 2004, Ajecen del Sur S.A., el embotellador de Big Cola en Costa Rica, entabló una demanda ante la Comisión de Competencia de Costa Rica con base en supuestas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas por medio y por la implementación de contratos de exclusividad contra The Coca-Cola Company y la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica. La Comisión de Competencia de Costa Rica ha decidido iniciar una investigación al respecto. El periodo para reunir evidencias concluyó en agosto del 2006, y los argumentos finales han sido presentados. Coca-Cola FEMSA espera que el monto máximo de la multa impuesta sea de US\$ 300,000. Coca-Cola FEMSA se encuentra a la espera de la resolución final de la Comisión de Competencia de Costa Rica.

Colombia

Asuntos laborales.

Durante julio del 2001, un sindicato y varios individuos de la República de Colombia presentaron una demanda ante el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos correspondiente al Distrito Sur de Florida en contra de ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA. En la demanda, los demandantes alegaron que las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA adquiridas por la transacción de compra de Panamco, participaron en acciones ilícitas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, incluyendo secuestro, tortura, amenazas de muerte e intimidación. La denuncia alega demandas bajo las leyes denominadas *U.S. Alien Tort Claims Act*, *Torture Victim Protection Act*, *Racketeer Influenced and Corrupt Organizations Act* y la ley estatal sobre agravios. La demanda solicita el pago de daños y perjuicios por más de \$500 millones de dólares, incluyendo el pago de daños punitivos y por triplicado y gastos relacionados con la demanda, incluyendo el pago de los honorarios de los abogados. Coca-Cola FEMSA presentó una moción para desestimar la demanda basándose en cuestiones jurisdiccionales. La corte negó el incidente promovido y la demanda por motivos jurisdiccionales. La corte también desechó todas las demandas interpuestas. Los demandantes, inicialmente promovieron una solicitud para apelar y posteriormente se detuvieron los procedimientos de apelación. Consideramos que estos requerimientos carecen de bases legales y tenemos la intención de defender el asunto.

Venezuela

Asuntos fiscales.

En 1999, ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA en Venezuela recibieron una notificación de ciertas reclamaciones fiscales determinadas por las autoridades fiscales de Venezuela. Estas subsidiarias han presentado los recursos apropiados en contra de estos requerimientos tanto a nivel administrativo como judicial en Venezuela. Estas reclamaciones actualmente ascienden a la cantidad aproximada de \$21.1 millones de dólares. Coca-Cola FEMSA tiene ciertos derechos a ser indemnizado por parte de Venbottling Holding, Inc., empresa que fuera accionista de Panamco, así como por The Coca-Cola Company, en una parte sustancial de dichas reclamaciones. Coca-Cola FEMSA no considera que la decisión final en relación con estos casos tendrá un efecto sustancial adverso en su condición financiera o resultados de operación.

Asuntos laborales y de distribución.

Desde 2001, las subsidiarias de Coca-Cola FEMSA en Venezuela han sido objeto de más de 400 demandas por parte de ex-distribuidores independientes, que reclaman supuestos derechos laborales y de separación que se adeudan desde el momento en que terminaron su relación con Coca-Cola FEMSA. En agosto del 2007, la subsidiaria venezolana de Coca-Cola FEMSA fue capaz de resolver la mayoría de los reclamos a través de un proceso especial de mediación desarrollado por la Suprema Corte de Venezuela. Después de del convenio de transacción, la Suprema Corte invitó a nuestra subsidiaria de Venezuela para participar en un nuevo proceso de mediación y negociación para discutir reclamos para los cuales el estatuto de limitaciones había expirado. Posteriormente, la Superma Corte en junio de 2008, confirmó que la subsidiaria venezolana de Coca-Cola FEMSA no era responsable, llegando a un acuerdo final y constituyendo un fideicomiso de US\$ 11.6 millones como parte del compromiso social de promover la construcción, transportación y venta de bienes bajo la supervisión de la Oficina de Empleo de Venezuela.

Brasil

Asuntos de competencia.

Varias denuncias han sido presentadas en contra de Coca-Cola FEMSA por entidades privadas, que argumentan prácticas anticompetitivas en las operaciones brasileñas de Coca-Cola FEMSA. Los demandantes son Ragi (Dolly), un productor brasileño de bebidas de “marcas B”, y PepsiCo, argumentando practicas anticompetitivas por Spal Indústria Brasileira de Bebidas, S.A. y Racofarma Indústria do Amazonas, Ltda. De las cuatro denuncias presentadas por Dolly en contra de Coca-Cola FEMSA, la única que prevalece concierne a la negación al acceso a proveedores comunes. De las dos denuncias hechas por PepsiCo, la primera concierne a acuerdos de exclusividad en el punto de venta, y la segunda es respecto a un presunto espionaje corporativo contra el embotellador de Pepsi, BAESA, la cual el Ministerio de Economía recomendó que se desechara por falta de evidencia. Bajo las leyes brasileñas, cada una de estas denuncias pudiera generar multas sustanciales, así como otras penalidades. Consideramos que estas demandas son infundadas.

PUNTO 9. LA OFERTA Y LISTADO

Descripción de Valores

Tenemos tres series de capital accionario, cada una sin valor nominal:

- Acciones Serie B;
- Acciones Serie D-B; y
- Acciones Serie D-L.

Las Acciones de la Serie B tienen derechos de voto plenos, y las Acciones de las Series D-B y D-L tienen derechos de voto limitados. Las acciones de nuestra Compañía son vinculadas y sólo pueden transferirse bajo las siguientes formas:

- Unidades B, consistentes en cinco Acciones Serie B; y
- Unidades BD, consistentes en una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L.

En nuestra Asamblea General Ordinaria Anual celebrada el 29 de marzo de 2007, nuestros accionistas aprobaron la subdivisión (split) en razón de tres a uno en todas las acciones en circulación de FEMSA. Al realizarse la subdivisión, el

total de capital social consiste de 2,161,177,770 Unidades BD y 1,417,048,500 Unidades B. La subdivisión de acciones, en razón de tres a uno, también aplicó en nuestras Acciones Depositarias Americanas. La subdivisión de acciones se realizó proporcionalmente para todos nuestros accionistas de las Unidades y ADSs registrados al 25 de mayo de 2007; y las proporciones actuales de acciones con y sin derecho a voto se mantienen, conservando el mismo capital accionario en circulación previo a la subdivisión de acciones.

El 22 de abril de 2008, nuestros accionistas aprobaron la propuesta de modificación de nuestros estatutos para preservar, la estructura de unidades vinculadas para nuestras acciones que ha existido desde mayo de 1998 y mantener nuestra estructura accionaria actual posterior al 11 de mayo de 2008.

Anteriormente, nuestros estatutos establecían que el 11 de mayo de 2008, cada Acción Serie D-B se convertiría automáticamente en Acciones Serie B con derechos de voto pleno, y que cada Acción Serie D-L se convertiría automáticamente en Acción Serie L con derechos de voto limitado. En ese momento:

- las Unidades BD y las Unidades B dejarían de existir, y las Acciones subyacentes de las Series B y L se desvincularían; y
- las Acciones de las Series B y L tendrían igual derecho a la distribución de dividendos, y se extinguirían las preferencias para la distribución de dividendos de las Acciones Serie D-B y de las Acciones Serie D-L de un 125% sobre cualquier monto distribuido con respecto a cada una de las Acciones Serie B existentes antes del 11 de mayo de 2008.

Sin embargo, posterior a la aprobación de nuestros accionistas el 22 de abril de 2008, estos cambios no ocurrirán y en su lugar nuestras acciones y estructura de unidades vinculadas permanecerán sin cambio, de no existir ninguna acción futura por parte de nuestros accionistas, de la siguiente forma:

- las unidades BD y las unidades B continuarán existiendo; y
- el dividendo preferencial de las Acciones de las Series D-B y D-L del 125% de cualquier cantidad distribuida respecto a las Acciones Serie B continuará existiendo.

En el siguiente cuadro se incluye información sobre nuestro capital accionario al 29 de mayo de 2009:

Clase	Número	Porcentaje del capital	Porcentaje de voto
Acciones Serie B (sin valor nominal).....	9,246,420,270	51.7%	100.0%
Acciones Series D-B (sin valor nominal)	4,322,355,540	24.2	0.0
Acciones Series D-L (sin valor nominal)	4,322,355,540	24.2	0.0
Total de Acciones	<u>17,891,131,350</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>
Unidades			
Unidades BD	2,161,177,770	60.4	23.4
Unidades B	<u>1,417,048,500</u>	<u>39.6</u>	<u>76.6</u>
Total de Unidades	<u>3,578,226,270</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

Mercados de Cotización

A partir del 11 de mayo de 1998, los ADSs que representen Unidades BD cotizan en NYSE y las Unidades BD y las Unidades B cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores. Cada ADS representa diez Unidades BD depositadas conforme al acuerdo de depósito celebrado con el depositario de los ADSs.

La clave de pizarra en la Bolsa de Valores de Nueva York para los ADSs es “FMX”. Las claves de pizarra en la Bolsa Mexicana de Valores para las Unidades BD y Unidades B son “FEMSA UBD” y “FEMSA UB”, respectivamente.

Las fluctuaciones en el tipo de cambio entre el peso mexicano y el dólar americano han afectado el valor equivalente en dólares del valor de nuestras acciones en pesos mexicanos en la Bolsa Mexicana de Valores y, consecuentemente, también han afectado el precio de nuestros ADSs. Véase “Punto 3. Información Clave—Información sobre Tipo de Cambio”.

Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores

La Bolsa Mexicana de Valores, situada en la Ciudad de México, es el único mercado de valores en México. Fundada en 1907, está organizada como una *sociedad anónima bursátil*. Las operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores tienen lugar principalmente a través de sistemas automáticos de cotización y el mercado funciona todos los días hábiles de las 8:30 a.m. hasta las 3:00 p.m., hora de la Ciudad de México. La negociación de los títulos que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores también puede efectuarse fuera del mercado. La Bolsa Mexicana de Valores opera un sistema para la suspensión automática de la negociación de acciones de un emisor en particular como medio para controlar la excesiva volatilidad de los precios. Sin embargo, bajo las reglas actuales, este sistema no se aplica a las operaciones de títulos, tales como las Unidades BD que cotizan, directa o indirectamente (por ejemplo, mediante ADSs), en un mercado accionario (incluido para estos fines la Bolsa de Valores de Nueva York) fuera de México.

La conciliación se efectúa tres días hábiles después de la transacción de las acciones en la Bolsa Mexicana de Valores. No se permite la conciliación diferida, aun cuando fuera de mutuo acuerdo, sin la aprobación de la CNBV. La mayoría de los valores negociados en la Bolsa Mexicana de Valores, incluidos los nuestros, se encuentran depositados en la *S.D. Indeval, Instituto para el Depósito de Valores, S.A. de C.V.*, una institución de depósito de valores privada que actúa como cámara de compensación para las transacciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

Precios Históricos

La siguiente tabla establece, para los periodos indicados, los precios de venta altos, bajos y de cierre, y el promedio de los volúmenes negociados diariamente de las Unidades B y Unidades BD en la Bolsa Mexicana de Valores, y los precios de venta altos, bajos y de cierre, y los volúmenes negociados promedio diarios para los ADSs de la Bolsa de Valores de Nueva York.

	Unidades B ⁽¹⁾					
	Pesos Nominales					Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo ⁽²⁾	Mínimo ⁽²⁾	Cierre ⁽³⁾	Tipo de Cambio	Cierre U.S.\$ ⁽⁴⁾	
2004	17.33	13.17	17.33	11.15	1.55	12,835
2005	24.17	15.60	21.67	10.63	2.04	674,773
2006	34.03	23.00	33.33	10.84	3.07	197,478
2007						
Primer Trimestre	42.33	33.33	40.67	11.04	3.68	4,133
Segundo Trimestre	42.00	40.33	41.68	10.79	3.86	875
Tercer Trimestre	41.68	36.70	37.80	10.93	3.46	1,559
Cuarto Trimestre	37.80	31.79	37.00	10.92	3.39	2,096
2008						
Primer Trimestre	41.95	32.00	41.94	10.63	3.95	692
Segundo Trimestre	46.00	40.00	40.00	10.30	3.88	34,993
Tercer Trimestre	44.00	40.00	42.00	10.97	3.83	481
Cuarto Trimestre	42.00	34.99	34.99	13.83	2.53	7
Octubre	42.00	42.00	42.00	12.71	3.30	100
Noviembre	34.99	34.99	34.99	13.39	2.61	100
Diciembre ⁽⁵⁾	-	-	-	-	-	-
2009						
Primer Trimestre	34.00	30.50	30.50	14.21	2.15	18
Enero ⁽⁵⁾	-	-	-	-	-	-
Febrero	34.00	34.00	34.00	15.09	2.25	200
Marzo	30.50	30.50	30.50	14.21	2.15	100
Abril ⁽⁵⁾	-	-	-	-	-	-
Mayo	38.79	31.00	32.00	13.18	2.43	706
Junio ⁽⁶⁾	35.60	34.70	35.60	13.43	2.65	2,167

⁽¹⁾ Los precios y el promedio de volumen diario de las Unidades B fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Representa la conversión de pesos mexicanos a dólares (U.S.\$) del precio de cierre de las Unidades B en el último día de los periodos presentados en base a la tasa de cotización de mediodía para la compra de dólares, según el informe del *Federal Reserve Bank of New York*, utilizando el tipo de cambio al fin del periodo.

⁽⁵⁾ En este periodo no se registró ninguna operación de intercambio por parte de las unidades B.

⁽⁶⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2009.

Unidades BD⁽¹⁾

	Pesos Nominales				Cierre U.S.\$⁽⁴⁾	Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo⁽²⁾	Mínimo⁽²⁾	Cierre⁽³⁾	Tipo de Cambio		
2004	19.87	13.67	19.50	11.15	1.75	3,314,115
2005	26.46	18.63	25.69	10.63	2.42	2,088,995
2006	42.25	25.69	41.72	10.80	3.86	2,368,706
2007						
Primer Trimestre	48.58	39.10	40.68	11.04	3.68	4,257,029
Segundo Trimestre	43.52	38.75	42.41	10.79	3.93	5,279,190
Tercer Trimestre	43.13	36.17	40.76	10.93	3.73	3,281,171
Cuarto Trimestre	42.42	32.73	41.70	10.92	3.82	2,771,261
2008						
Primer Trimestre	46.53	36.13	44.77	10.63	4.21	3,197,835
Segundo Trimestre	49.19	42.77	46.96	10.30	4.56	3,037,459
Tercer Trimestre	49.16	38.50	41.58	10.97	3.79	2,743,194
Cuarto Trimestre	42.03	26.10	41.37	13.83	2.99	3,394,665
Octubre	42.03	26.10	32.97	12.71	2.60	4,924,570
Noviembre	37.23	32.45	36.97	13.39	2.76	2,851,647
Diciembre	41.37	36.22	41.37	13.83	2.99	2,210,357
2009						
Primer Trimestre	44.24	30.49	35.86	14.21	2.52	3,032,889
Enero	44.24	38.49	40.17	14.33	2.80	2,079,910
Febrero	41.55	34.81	35.19	15.09	2.33	3,263,263
Marzo	37.77	30.49	35.86	14.21	2.52	3,777,433
Abril	40.69	35.32	39.00	13.80	2.83	3,234,600
Mayo	44.13	38.39	42.88	13.18	3.25	3,155,310
Junio ⁽⁵⁾	45.99	43.03	43.03	13.43	3.2	1,881,473

⁽¹⁾ Los precios y el promedio diario de volumen negociado de las Unidades BD fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Representa la conversión de pesos mexicanos a dólares (U.S.\$) del precio de cierre de las Unidades BD en el último día de los periodos presentados, en base a la tasa de cotización de mediodía para la compra de dólares, según el informe del *Federal Reserve Bank of New York*, utilizando el tipo de cambio al fin del periodo

⁽⁵⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2009.

	ADSs ⁽¹⁾			Promedio de Volumen Diario (ADSs)
	Dólares			
	Máximo ⁽²⁾	Mínimo ⁽²⁾	Cierre ⁽³⁾	
2004	17.64	12.34	17.54	846,888
2005	24.58	16.97	24.17	986,032
2006	39.17	24.41	38.59	1,159,232
2007				
Primer Trimestre	44.42	34.85	36.80	1,620,178
Segundo Trimestre	40.51	35.41	39.32	1,264,422
Tercer Trimestre	40.04	32.50	37.40	1,252,859
Cuarto Trimestre	39.27	29.96	38.17	1,231,342
2008				
Primer Trimestre	43.35	33.37	41.78	1,173,074
Segundo Trimestre	47.48	41.58	45.51	1,156,991
Tercer Trimestre	49.39	35.07	38.14	1,408,044
Cuarto Trimestre	38.17	19.25	30.13	1,539,345
Octubre	38.17	19.25	25.29	2,129,380
Noviembre	29.30	23.08	27.51	1,471,524
Diciembre	30.64	26.16	30.13	981,062
2009				
Primer Trimestre	32.06	19.91	25.21	1,168,072
Enero	32.06	27.35	28.15	1,005,971
Febrero	28.52	23.04	23.04	1,243,493
Marzo	26.51	19.91	25.21	1,250,300
Abril	30.26	25.27	28.31	989,092
Mayo	33.36	28.16	32.69	884,745
Junio ⁽⁴⁾	34.96	32.06	32.06	575,545

⁽¹⁾ Cada ADS está compuesta de 10 Unidades BD. Los precios y el promedio del volumen diario fueron tomados del servicio de información Bloomberg y refleja nuestra subdivisión (split) en razón de tres a uno en las acciones, la cual fue efectiva a partir del 25 de mayo de 2007.

⁽²⁾ Precios de cierre máximos y mínimos de los periodos presentados.

⁽³⁾ Precios de cierre en el último día de los periodos presentados.

⁽⁴⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2009.

PUNTO 10. INFORMACIÓN ADICIONAL

Estatutos

A continuación se incluye un resumen de ciertas disposiciones de importancia contenidas en nuestros estatutos sociales y en las leyes mexicanas aplicables. Para una descripción de las disposiciones de nuestros estatutos sociales en relación con nuestro consejo de administración y directores ejecutivos. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados”.

La Ley del Mercado de Valores que entró en vigor en el 2006, incluye disposiciones, entre otras, que pretende mejorar la regulación en cuanto a la revelación de información, los derechos de accionistas minoritarios y las prácticas societarias. Asimismo, la Ley del Mercado de Valores impone mayores obligaciones y responsabilidades a los miembros del consejo de administración así como a funcionarios relevantes (tal como el deber de diligencia y el deber de lealtad). De igual manera, conforme la Ley del Mercado de Valores estuvimos obligados a adoptar reformas específicas a nuestros estatutos, las cuales llevamos a cabo en el 2006. Las modificaciones más significativas de estas reformas, son las siguientes:

- cambio en nuestra denominación social para reflejar que hemos adoptado una nueva forma corporativa llamada sociedad anónima bursátil, o sus iniciales S.A.B.;
- redefinición de las funciones y la estructura del consejo de administración, donde, entre otros, la administración de la Compañía está encomendada al consejo de administración y al director general, quien tiene la obligación de seguir las estrategias, políticas y directrices aprobadas por el consejo de administración así como autorizadas facultades, obligaciones y responsabilidades establecidas en la Ley del Mercado de Valores;

- el Comité de Prácticas Societarias y el Comité de Auditoría están integrados exclusivamente por consejeros independientes, cada Comité está integrado de por lo menos tres miembros del consejo designados por los accionistas o por el consejo de administración, a propuesta del presidente del consejo de administración;
- los presidentes del Comité de Prácticas Societarias y del Comité de Auditoría son designados (tomando en consideración su experiencia, capacidad, y prestigio profesional) y removidos exclusivamente por la asamblea de accionistas, en el entendido que, los presidentes no deberán fungir como presidente del consejo de administración;
- eliminación del rol y responsabilidades del comisario, cuyas responsabilidades de vigilancia han sido asumidas por el consejo de administración mediante el Comité de Prácticas Societarias y el Comité de Auditoría, así como por nuestro auditor externo;
- posibilidad del auditor externo para asistir a las sesiones del consejo de administración, fungiendo como observador con voz pero sin derecho a voto;
- la facultad para convocar una sesión del consejo de administración y solicitar la inclusión de temas en el orden del día ahora es extendida a el presidente del consejo de administración, a los presidentes del Comité de Prácticas Societarias y del Comité de Auditoría, o por lo menos al 25% de los miembros del consejo de administración;
- la independencia de los miembros del consejo de administración ahora es calificada por la asamblea de accionistas, sujeta a la facultad de la CNBV de objetar dicha determinación;
- los consejeros podrán continuar en sus funciones aunque el término por el cual fueron seleccionados haya concluido, hasta por un periodo máximo de 30 días hábiles; el consejo de administración cuenta con la facultad de asignar consejeros interinos, sin la necesidad de convocar una asamblea de accionistas, en caso de ausencia de algún miembro del consejo de administración, si el consejero designado no acepte o tome posesión de su cargo y no se haya nombrado un consejero suplente o dicho consejero suplente no tome posesión de su cargo.
- los tenedores de las acciones de las Series D y L tienen derecho a voto en los asuntos establecidos de conformidad con la Ley del Mercado de Valores; y
- cualquier aumento de capital por medio de una emisión de acciones no suscritas a depositarse en la tesorería de la Compañía, requiere la aprobación en la asamblea extraordinaria de accionistas.

Constitución y Registro

La Compañía es una sociedad anónima bursátil de capital variable, constituida en México de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles. La Compañía fue constituida el 12 de mayo de 1936, como sociedad anónima bajo la denominación, Valores Industriales, S.A., actualmente denominada, Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. La Compañía fue inscrita en el registro público de comercio de Monterrey, N. L. el 30 de mayo de 1936 bajo el número 69, Página 168, Volumen 79, Libro Tercero, Segundo Auxiliar, Constitutivas de Sociedades Mercantiles, Sección de Comercio.

Derechos de Voto y Ciertos Derechos de las Minorías

Cada Acción Serie B otorga a su tenedor un voto en cualquier Asamblea General de Accionistas de FEMSA, ya sea ordinaria o extraordinaria. Los estatutos sociales establecen que el consejo de administración debe estar compuesto máximo por 21 miembros. Los tenedores de las Acciones Serie B tienen derecho a elegir por lo menos 11 miembros del consejo de administración de la Compañía. Los tenedores de las Acciones de las Series D tienen derecho a elegir 5 miembros de nuestro consejo de administración. Nuestros estatutos también contemplan que en caso de que ocurra una conversión de las Acciones de la Subserie D-L a Acciones Serie L de conformidad con el voto de nuestros accionistas de las Series D-B y D-L en asambleas especiales y extraordinaria de accionistas, los tenedores de las Acciones Serie D-L (quienes se convertirían en tenedores de la nueva emisión de Acciones Serie L) tendrán derecho a elegir 2 miembros del consejo de administración. Ninguna de las acciones de la Compañía tiene derechos de votos acumulativos, lo cual es un derecho no regulado bajo la ley mexicana.

De conformidad con nuestros estatutos sociales, los tenedores de las Acciones de las Series D tienen derecho a asistir y votar en las asambleas extraordinarias de accionistas para resolver cualquiera de los siguientes asuntos: (1) transformación la naturaleza societaria de la Compañía, distinta a la transformación de sociedad anónima de capital variable a sociedad anónima y viceversa; (2) fusión con otra sociedad, si la Compañía es la entidad fusionada, y fusiones con otras sociedades en carácter de fusionante, si el objeto social de la sociedad fusionada es diferente al de la FEMSA o sus Subsidiarias; (3) cambio de nacionalidad; (4) disolución y liquidación y (5) la cancelación de la inscripción de las Acciones

de las Series D y L en la Bolsa Mexicana de Valores o en cualquier otro mercado de valores extranjero en el cual se encuentren inscritas, excepto en el caso de conversión de estas acciones de conformidad con nuestros estatutos.

Los tenedores de las Acciones Serie D también tienen derecho de voto en las asambleas extraordinarias convocadas para tratar los siguientes temas:

- Aprobación de la conversión de la totalidad de las Acciones Serie D-B y Acciones Serie D-L en circulación a Acciones Serie B con plenos derechos de voto y Acciones Serie L con derechos de voto limitado, respectivamente.
- Acordar la desvinculación de las acciones que se encuentren en unidades vinculadas.

Esta conversión y/o desvinculación de las acciones sería efectiva en dos (2) años contados a partir de la fecha en la que los accionistas hayan pactado dicha conversión y/o desvinculación.

De conformidad con la ley mexicana, los tenedores de acciones de cualquier serie tienen derecho a votar como clase en una asamblea especial regida por las mismas reglas que se aplican a las asambleas extraordinarias de accionistas sobre cualquier asunto que afecte los derechos de los tenedores de acciones de dicha serie. No existen procedimientos para determinar si la acción propuesta y particular de un accionista requiere del voto por clase, y la ley mexicana no dispone de lineamientos al respecto, que se puedan aplicar para tomar dicha determinación.

De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Sociedades Mercantiles, nuestros estatutos sociales contienen una serie de disposiciones para proteger los derechos de los accionistas minoritarios. Estas disposiciones permiten que:

- tenedores de por lo menos 10% del capital social en circulación con derecho de voto (incluyendo derechos de voto limitado o restringido) para solicitar al Presidente del consejo de administración o del Comité de Auditoría o del Comité de Prácticas Societarias, se convoque a una asamblea de accionistas;
- tenedores de por lo menos 5% del capital social en circulación, incluyendo derechos de voto limitado o restringido, pueden iniciar una acción de responsabilidad en contra de nuestros consejeros, el secretario del consejo de administración o ejecutivos clave;
- tenedores de por lo menos 10% del capital social en circulación con derecho de voto, incluyendo voto limitado o restringido, tengan derecho de solicitar sean postergados los acuerdos sobre asuntos llevados a la asamblea de accionistas, en los cuales dichos tenedores no se consideren suficientemente informados;
- tenedores del 20% del capital social en circulación pueden oponerse a cualquier resolución adoptada en una asamblea de accionistas en la cual tengan derecho de voto, incluyendo voto limitado o restringido, y presentar una solicitud a tribunal competente, para suspender temporalmente la resolución, siempre y cuando dicha solicitud se presente dentro de los quince días siguientes a la terminación de la asamblea en la cual dicha resolución fue adoptada, siempre y cuando (1) la resolución en disputa sea contraria a la legislación mexicana o a nuestros estatutos, (2) los accionistas reclamantes no hayan asistido a la asamblea, ni hayan votado a favor de la resolución en cuestión, y (3) los accionistas reclamantes tendrán que presentar fianza para garantizar el pago de daños y perjuicios que la Compañía pueda incurrir como resultado de la suspensión de la resolución en el caso de que el tribunal determine en contra del accionista reclamante; y
- tenedores de por lo menos 10% de nuestro capital social en circulación con derecho a voto, incluyendo voto limitado o restringido, puedan designar a un miembro del consejo de administración y a su respectivo suplente.

Asambleas de Accionistas

Las asambleas generales de accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias. Las asambleas extraordinarias son aquellas que se convocan para considerar ciertos asuntos especificados en el Artículo 182 y 228BIS de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en los Artículos 53 y 108(II) de la Ley del Mercado de Valores y en nuestros estatutos sociales. Estos asuntos incluyen: reformas a nuestros estatutos sociales, liquidación, disolución, fusión y transformación de una forma de compañía a otra, emisión de acciones con derechos preferentes y aumentos y reducciones de la parte fija del capital social. Adicionalmente, nuestros estatutos determinan que se requiere de una asamblea extraordinaria de accionistas para considerar la cancelación de la inscripción de las acciones en el Registro Nacional de Valores (“RNV”) o en cualquier otro mercado de valores extranjero en donde nuestras acciones puedan estar inscritas, la amortización de utilidades repartibles en el capital social y un incremento en nuestro capital social de acuerdo a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores. Las asambleas ordinarias son las asambleas generales convocadas para tratar todos los demás asuntos,

incluyendo aumentos o disminuciones del capital social en parte variable. Al menos una vez al año dentro de los primeros cuatro meses a partir del fin del ejercicio fiscal anterior, debe llevarse a cabo una asamblea ordinaria. Los tenedores de Unidades BD o Unidades B tienen el derecho de asistir a todas las asambleas de accionistas (de las Acciones Serie B y las Acciones Serie D) y a votar sobre cuestiones que están sujetas a los votos de los accionistas de las acciones subyacentes.

El quórum para una asamblea ordinaria en primera convocatoria es más del 50% de las Acciones Serie B, y la mayoría de las Acciones Serie B representadas en la asamblea pueden tomar una resolución válidamente. Si no se logra el quórum, una segunda o subsiguiente asamblea puede ser convocada por cualquier número de Acciones Serie B presentes, en la cual la mayoría de las Acciones Serie B presentes pueden tomar resoluciones válidamente.

El quórum para una asamblea extraordinaria es de por lo menos el 75% de las acciones en circulación con derecho a votar en la asamblea y la mayoría de las acciones en circulación con derecho a voto pueden tomar resoluciones. Si no se logra el quórum, puede convocarse a una segunda asamblea, en la cual el quórum será la mayoría del capital accionario en circulación con derecho a voto, y los tenedores con la mayoría de las acciones en circulación con derecho a voto pueden tomar resoluciones válidamente.

Las asambleas de accionistas pueden ser convocadas por el consejo de administración, el Comité de Auditoría o el Comité de Prácticas Societarias; y en determinadas circunstancias, por un tribunal mexicano. Los tenedores de por lo menos 10% del capital social pueden solicitar al presidente del consejo de administración o al presidente del Comité de Auditoría o del Comité de Prácticas Societarias que se convoque una asamblea de accionistas. Se debe publicar en el Periódico Oficial del Estado de Nuevo León o en un periódico de mayor circulación en Monterrey, Nuevo León, México, la convocatoria a la asamblea y el orden del día correspondiente, al menos 15 días antes de la fecha de la asamblea. La convocatoria deberá establecer el lugar, fecha y hora de la asamblea y los asuntos a tratarse en la misma, y deberá estar firmada por la persona que haya convocado. Las asambleas de accionistas se considerarán como válidamente reunidas sin que se haya convocado a la misma en el caso en que se encuentren presentes la totalidad de las acciones en que se divide el capital social de FEMSA. Toda la información relevante relacionada con las asambleas de accionistas se pondrá a disposición de los mismos a partir de la fecha de publicación de la convocatoria. Con el objeto de asistir a una asamblea, los accionistas deberán depositar sus acciones en FEMSA o en una institución de depósito de valores, previo a la asamblea, según se indica en la convocatoria respectiva. Si un accionista tiene derecho a asistir a una asamblea, puede estar representado por un representante legal.

Derechos a Dividendos

En las asambleas generales ordinarias de accionistas que se celebren anualmente el consejo de administración presentará los estados financieros de la Compañía para el año fiscal anterior, conjuntamente con un informe al respecto preparado por el consejo de administración. Una vez que los tenedores de las Acciones Serie B hayan aprobado los estados financieros, determinarán la asignación de las utilidades netas de para el año precedente. La ley mexicana requiere la separación de al menos 5% de utilidad neta una reserva legal, la cual ya no estará disponible para su distribución sino hasta que la cantidad retenida en dicha reserva sea equivalente a 20% de nuestro capital. De allí en adelante, los tenedores de Acciones Serie B pueden determinar y asignar un cierto porcentaje de utilidades netas a cualquier reserva general o especial, incluida una reserva para compras de acciones propias de la Compañía. El resto de las utilidades netas está disponible para su distribución en forma de dividendos a los accionistas. Los dividendos sólo serán pagados si las utilidades netas son suficientes para cubrir pérdidas de ejercicios anteriores.

Nuestros estatutos sociales establecen que los dividendos se distribuirán entre las acciones en circulación que estén pagadas en su totalidad al momento que un dividendo sea declarado, de tal manera que cada Acción Subserie D-B y Subserie D-L recibirá un 125% del dividendo distribuido respecto de cada Acción Serie B. Los accionistas de Acciones Subserie D-B y Subserie D-L tendrán derecho a la prima por dividendo en relación con todos los dividendos distribuidos por la Compañía.

Variación de Capital

Las acciones de capital en circulación de la Compañía consisten en una porción variable y una porción fija. La porción fija de estas acciones puede ser aumentada o disminuida únicamente por reforma de los estatutos sociales adoptada por una asamblea general extraordinaria de accionistas. La porción variable de las acciones de capital de la Compañía puede ser aumentada o reducida por resolución de una asamblea general ordinaria de accionistas. Los aumentos y reducciones de capital deben registrarse en el libro de registro de acciones de la Compañía y en el libro de variaciones de capital, según corresponda.

Un aumento de acciones de capital puede realizarse por emisión de nuevas acciones para el pago en efectivo o en especie, o por capitalización de deuda o de ciertos renglones del capital contable. Las acciones que se encuentran depositadas en la tesorería de la Compañía podrán sólo ser vendidas en una oferta pública.

Todo aumento o disminución de las acciones de capital de la Compañía o cualquier amortización o recompra estará sujeto a las siguientes limitaciones: (1) las Acciones Serie B siempre representarán al menos 51% de las acciones de capital en circulación, y las Acciones de las Series D-L y L nunca podrán representar más de 25% de las acciones de capital en circulación; y (2) las Acciones de las Series D-B, D-L y L no deben exceder en su totalidad 49% de las acciones de nuestro capital social.

Derechos de Preferencia

Bajo las leyes mexicanas, excepto en limitadas circunstancias, las cuales se describen en el siguiente párrafo, en caso de un aumento de capital, el tenedor de acciones existentes de una serie determinada generalmente tiene un derecho de preferencia de suscribir acciones de la misma serie en cantidad suficiente para mantener las tenencias actuales proporcionales de esa serie. Los derechos de preferencia pueden ejercerse a lo largo de un término establecido por los accionistas en la asamblea en la que se declare dicho aumento de capital, y dicho término no puede ser inferior a los quince (15) días contados a partir de la publicación del aviso de aumento de capital en el Periódico Oficial. Como resultado de las leyes de valores aplicables de los Estados Unidos, los tenedores de ADSs podrán ser restringidos en su posibilidad de participar en el ejercicio de sus derechos de preferencia bajo los términos del convenio de depósito de los ADSs. Las acciones designadas para ser emitidas de conformidad con derechos de preferencia, con relación de aquellos derechos de preferencia no ejercidos, podrán ser vendidas por nosotros a terceros en los mismos términos y condiciones previamente aprobadas por los accionistas o el consejo de administración. Bajo la legislación mexicana, los derechos de preferencia no podrán ser renunciados o cedidos, o estar representados por un instrumento negociable por separado de las correspondientes acciones.

Nuestros estatutos establecen que los accionistas no tendrán derecho a suscribir acciones en caso de un incremento en el capital social en los supuestos siguientes: (1) una fusión de la Compañía, (2) conversión de obligaciones emitidas en los términos de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, (3) una oferta pública en los términos previstos en los artículos 53 y 56 de la Ley del Mercado de Valores, (4) aumento del capital mediante el pago en especie de las acciones que se emitan, o mediante la cancelación de pasivos a cargo de la sociedad y (5) colocación de acciones propias adquiridas por la Compañía.

Limitaciones sobre la Tenencia de Acciones

La Ley de Inversión Extranjera y su reglamento regulan la titularidad de acciones de empresas mexicanas por parte de extranjeros. La Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras está a cargo de la administración de la Ley de Inversión Extranjera y su reglamento.

Como regla general, la Ley de Inversión Extranjera permite las tenencias extranjeras de hasta el 100% del capital social de compañías mexicanas, excepto de aquellas que se ocupan de ciertas industrias restringidas. La Ley de Inversión Extranjera y sus reglamentos requieren que los accionistas mexicanos retengan el poder de determinar el control administrativo y la dirección de las corporaciones en industrias en las cuales se aplican restricciones especiales a las tenencias extranjeras. La inversión extranjera en las acciones de la Compañía no está limitada bajo la Ley de Inversión Extranjera ni sus reglamentos.

Facultades del Consejo de Administración

El consejo de administración es el representante legal de la Compañía, y está facultado para tomar cualquier acción relacionada con sus operaciones que no haya sido reservada a la asamblea de accionistas. De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores, el consejo de administración deberá aprobar, observando en todo momento sus deberes de diligencia y lealtad, entre otros asuntos:

- cualquier transacción con partes relacionadas que se aparte del curso ordinario de los negocios;
- transferencias o adquisiciones de activos significativos;
- garantías significativas;
- políticas internas; y
- otras transacciones significativas.

Las sesiones del consejo de administración serán válidamente instaladas con la presencia de la mayoría de sus miembros. Las resoluciones presentadas en estas sesiones podrán ser válidamente adoptadas si son aprobadas por una mayoría de consejeros presentes en la reunión. Si es requerido, el Presidente del consejo de administración podrá ejercer voto de calidad en caso de empates.

Amortización

La Compañía puede amortizar parte de sus acciones para su cancelación con utilidades distribuidas, conforme a una resolución de una asamblea general extraordinaria de accionistas. Únicamente las acciones suscritas y totalmente pagadas pueden ser amortizadas. Las acciones que habrán de ser amortizadas deben ser adquiridas en la BMV, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles y la Ley del Mercado de Valores. Las acciones no podrán ser amortizadas si, como consecuencia de tal amortización, las Acciones de las Series D y L, en conjunto, exceden los porcentajes permitidos por los estatutos sociales o si tal amortización redujere el capital fijo por debajo del mínimo.

Recompra de Acciones

De conformidad con nuestros estatutos sociales, y sujeto a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores y reglamentos promulgados por la CNBV, podemos recomprar nuestras acciones.

De acuerdo con la Ley del Mercado de Valores, nuestras subsidiarias no pueden adquirir, directa o indirectamente, acciones de nuestro capital social o cualquier valor que represente tales acciones.

Pérdida de Derechos

Por requerimiento de ley, los estatutos sociales disponen que los accionistas extranjeros de la Compañía tenedores de Unidades UBD y Unidades UB (1) serán considerados mexicanos respecto a dichas acciones que adquieren o estén en su poder, y (2) no pueden invocar la protección de sus propios gobiernos en relación a la inversión representada por aquellas acciones. La falta de cumplimiento de los estatutos sociales puede dar lugar a una penalidad de pérdida de dicha participación en el capital del accionista a favor del estado mexicano. El Lic. Carlos Aldrete, Director Jurídico de la Compañía, opina que, de acuerdo con esta disposición, se considera que un accionista extranjero (incluyendo a un tenedor extranjero de ADSs) ha convenido en no invocar la protección de su propio gobierno y a no interponer ningún recurso diplomático en contra del Estado Mexicano por lo que respecta a sus derechos como accionista, pero no se le considerará haber renunciado a sus otros derechos que pueda tener, incluyendo cualquier derecho de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores de Estados Unidos, respecto a su inversión en nuestra Compañía. Si un extranjero invoca la protección de su gobierno en violación de este compromiso perderá los derechos sobre sus acciones a favor de la Nación Mexicana.

Duración

Los estatutos sociales establecen que la duración de la Compañía es de 99 años, a partir del 30 de mayo de 1936.

Derechos de Separación

En el caso que los accionistas aprueben un cambio del objeto social, cambio en la nacionalidad de la Compañía o transformación de una forma corporativa a otra, cualquier accionista con derecho a voto que hubiere votado en contra de dicha resolución, puede retirarse de la Compañía y amortizar sus acciones en los términos de la Ley General de Sociedades Mercantiles, siempre que el accionista haga valer sus derechos dentro de los quince (15) días de finalizada la asamblea en la cual se aprobó el cambio. De acuerdo con la ley, el monto que un accionista que efectúa un retiro tiene derecho a recibir, corresponde al equivalente al interés proporcional en las acciones de capital de la Compañía de acuerdo con el último balance general de la Compañía, aprobado en una asamblea general ordinaria de accionistas.

Desliste de Acciones

En el caso de cancelación de registro de cualquiera de nuestras acciones ante el RNV, ya sea por orden de la CNBV o por solicitud nuestra con el previo consentimiento del 95% de los tenedores de nuestro capital social en circulación, nuestros estatutos y la Ley del Mercado de Valores requieren que hagamos una oferta pública para adquirir dichas acciones previo a la cancelación.

Liquidación

En el caso de que la Compañía sea disuelta, una asamblea general extraordinaria designará a uno o más liquidadores, los cuales deberán finiquitar los asuntos. Todas las acciones de capital plenamente pagadas y en circulación tendrán derecho a participar equitativamente en cualquier distribución al momento de la liquidación.

Acciones en Contra de Consejeros

Accionistas (incluyendo tenedores de las Acciones de las Series D-B y D-L) que en su totalidad representen no menos del 5% del capital social tienen derecho de iniciar acciones en contra de nuestros consejeros.

En el caso de acciones derivadas por algún incumplimiento en el deber de diligencia y el deber de lealtad, la responsabilidad estará exclusivamente en favor de la Compañía. La Ley del Mercado de Valores, establece que la responsabilidad podrá recaer en los consejeros o el secretario del consejo de administración, así como funcionarios relevantes.

A pesar de que la Ley del Mercado de Valores estipula que los miembros del consejo de administración no deberán incurrir, conjunta o separadamente, en responsabilidad por daños y perjuicios causados a la compañía, cuando sus actos sean hechos de buena fe, en cualquiera de los siguientes casos: (1) los consejeros cumplan con las normas estipuladas en la Ley del Mercado de Valores y los estatutos de la Compañía, (2) la toma de decisiones o el voto hayan sido realizado utilizando la información proveniente de los funcionarios relevantes, auditores externos, o expertos independientes, cuyas capacidades y credibilidad no generen duda razonable; (3) los efectos económicos negativos no pudieron ser previstos con base a la información disponible; y (4) exista un cumplimiento de las resoluciones emitidas por las asambleas de accionistas cuando dichas resoluciones cumplan la ley aplicable.

Deberes Fiduciarios—Deber de Diligencia

La Ley del Mercado de Valores incluye en sus disposiciones que los consejeros deberán de actuar de buena fe y de acuerdo a nuestros mejores intereses y los mejores intereses de nuestras subsidiarias. Para poder cumplir con este deber el consejo de administración puede:

- solicitar información de nosotros o nuestras subsidiarias que sea razonablemente necesaria para cumplir con sus obligaciones;
- requerir a nuestros directivos o a ciertas otras personas, incluyendo auditores externos, a participar en las juntas de consejo para reportarle al consejo de administración;
- posponer sesiones del consejo de administración por hasta tres días cuando un consejero no haya recibido notificación suficiente de la junta o en el caso de que el consejero no haya sido proveído con la información proporcionada a los demás consejeros; y
- requerir la discusión y votación de todo el consejo de administración con la presencia del secretario sobre algún tema en particular.

Nuestros consejeros pueden ser responsables por daños al incumplir con el deber de diligencia, si dicho incumplimiento causa daño económico a nosotros o a nuestras subsidiarias y el consejero (1) no asistió a la sesión de consejo o a las reuniones de los comités y como resultado de dicho incumplimiento, el consejo de administración no pudo tomar acción, al menos que dicha ausencia sea aprobada por la asamblea de accionistas, (2) falló en comunicar al consejo de administración o a los comités, información sustancial necesaria para que el consejo de administración pueda emitir una decisión, al menos que legalmente o contractualmente esté impedido de hacerlo por causas de confidencialidad, y (3) falló en cumplir con las obligaciones impuestas por la Ley del Mercado de Valores o por nuestros estatutos.

Deberes Fiduciarios—Deber de Lealtad

De acuerdo con La Ley del Mercado de Valores en México, los consejeros y secretario del consejo de administración deben mantener la confidencialidad de cualquier información que no sea pública y sea de su conocimiento debido a su función. También, los consejeros deben de abstenerse en participar, asistir y votar en reuniones donde existieran conflictos de intereses.

Se considerará que los consejeros y el secretario del consejo de administración han violado su deber de lealtad, y serán responsables por los daños, cuando obtengan un beneficio económico en virtud de su posición. Se considera que los consejeros han incumplido con su deber de lealtad si:

- votan en la reunión del consejo de administración o toman cualquier acción que involucre nuestros activos cuando existe un conflicto de interés;
- no revelan la existencia de un conflicto de interés durante la junta de consejo;
- forman parte de un arreglo en las votaciones para apoyar a un accionista en particular o a un grupo de accionistas en contra de otros accionistas;
- aprueban transacciones sin cumplir con los requerimientos estipulados en La Ley del Mercado de Valores;
- utilizan propiedades de la Compañía en violación a políticas aprobadas por el consejo de administración;
- utilizan ilícitamente información relevante que no es pública y;
- usurpan una oportunidad corporativa en su beneficio propio o el de terceros, sin el consentimiento previo del consejo de administración.

Responsabilidad Limitada

La responsabilidad de los accionistas por las pérdidas de nuestra Compañía es limitada a su aportación en nuestra Compañía.

Tratamiento Fiscal

El siguiente resumen contiene una descripción de ciertas consecuencias del impuesto sobre la renta federal en Estados Unidos de América y México por la compra, propiedad y disposición de nuestros ADS por un tenedor ciudadano o residente de los Estados Unidos de América, una compañía local estadounidense o una persona o entidad que de otra manera estará sujeta al impuesto de la renta federal de los Estados Unidos en una base de ingreso neto respecto a nuestros ADS, a quien nos referiremos como tenedor estadounidense, pero esto no intenta ser una descripción de todas las posibles consideraciones fiscales que pudieran ser relevantes para la decisión de compra, posesión o disposición de ADS. En particular, la presente discusión no incluye todas las consideraciones del impuesto sobre la renta federal mexicano o estadounidense que podrían ser relevantes para un inversionista en particular, ni incluye las reglas especiales fiscales aplicables a ciertas categorías de inversionistas, tales como bancos, intermediarios, intermediarios que eligen *mark to market*, entidades exentas de impuestos, compañías aseguradoras, tenedores de corto plazo de ADS o inversionistas que poseen nuestros ADS como parte de una transacción de cobertura, conversión o integrada o inversionistas quienes tengan una “divisa funcional” distinta al dólar estadounidense. Este resumen trata sólo de tenedores estadounidenses de nuestros ADS como activos de capital y no incluye el trato de tenedor estadounidense que se propietario o considerado como poseedor del 10% o más de las acciones de voto (incluyendo ADS) de la Compañía.

Este resumen está basado en las leyes federales fiscales de los Estados Unidos y México vigentes a la fecha de este reporte anual, incluyendo las disposiciones del tratado sobre el impuesto sobre la renta entre Estados Unidos de América y México al cual nos referiremos como Tratado sobre Tributación, las cuales están sujetas a cambio. Este resumen no incluye ningún efecto fiscal bajo las leyes de algún estado o localidad de México o de los Estados Unidos de América o de las leyes de alguna jurisdicción fiscal distinta a las leyes federales de México y Estados Unidos. Los tenedores de nuestros ADS, deberán consultar a sus asesores fiscales tanto para los efectos en Estados Unidos de América, México o de otro impuesto por la compra, propiedad y disposición de ADS, incluyendo, en particular, el efecto de cualquier ley fiscal extranjera, estatal o local.

Tributación en México

Para efectos de este resumen, el termino “tenedor no-residente” significa un tenedor que no es residente de México para efectos del impuesto y no posee nuestros ADS en conexión con la conducción de una operación comercial o negocio a través de un establecimiento permanente para efectos fiscales en México. Para efectos de tributación en México, un individuo es residente en México si el o ella establece su casa en México, o si el o ella tiene otra casa fuera de México, pero su Centro de Intereses Vitales (según se define en el Código Fiscal de la Federación) está localizado en México. Una persona moral es residente de México si tiene su principal lugar de negocios o su administración vigente está localizada en México. Se presume que un ciudadano mexicano es residente de México a menos que el o ella pueda demostrar que los contrario es verdad. Si se le considera a una persona moral o un individuo tener un establecimiento permanente en México

para efectos fiscales, todos los impuestos sobre la renta atribuibles al establecimiento permanente estarán sujetos a los impuestos mexicanos, de acuerdo con las leyes fiscales aplicables.

Impuestos sobre Dividendos. Bajo las leyes mexicanas del impuesto sobre la renta, los dividendos, ya sea en efectivo o en cualquier tipo, pagados respecto a nuestras acciones representadas por nuestros ADS no están sujetos a la retención del impuesto mexicano.

Impuestos sobre las Disposiciones de ADS. Las ganancias provenientes de la venta o disposición de ADS por los tenedores no-residentes no estarán sujetas al impuesto mexicano, si la disposición es llevada a cabo a través de una bolsa de valores reconocida bajo las leyes fiscales mexicanas aplicables.

Ganancias por la venta o disposición de ADS realizadas en circunstancias diferentes a aquellas establecidas en el párrafo anterior generalmente estarán sujetas al impuesto mexicano, sin importar la nacionalidad o residencia del transmisor. Sin embargo, bajo el Tratado sobre Tributación, un tenedor que es capaz de reclamar los beneficios del Tratado sobre Tributación, será exento del impuesto mexicano sobre las ganancias producto de una venta o de otra disposición de nuestros ADS en una transacción que no sea llevada a cabo a través de nuestra Bolsa Mexicana de Valores o cualquier otro mercado de valores aprobado, en tanto el tenedor no sea propietario, directa o indirectamente, del 25% o más del capital social (incluyendo acciones representadas por nuestros ADS) dentro de un periodo de 12 meses precedente a dicha venta o disposición. Los depósitos de acciones a cambio de ADS y retiros de acciones a cambio de nuestros ADS no ocasionarán impuesto mexicano.

Otros impuestos mexicanos. No existen impuestos mexicanos sobre herencia, donación, sucesión o impuesto al valor agregado a la propiedad, transferencia, intercambio o disposición de nuestros ADS. No existe sello, emisión, registro o impuestos similares o aranceles pagables por los tenedores de nuestros ADS.

Tributación en Estados Unidos

Impuestos sobre Dividendos. El importe bruto de cualquier dividendo pagado con respecto a nuestras acciones representativas de nuestros ADS generalmente será incluido en el ingreso bruto de un tenedor estadounidense como un ingreso ordinario en el día en que los dividendos son recibidos por el depositario de ADS y no será elegible para la deducción de dividendos recibidos permitida a las corporaciones bajo el *Internal Revenue Code of 1986* (Código de Hacienda Pública de 1986), vigente. Los dividendos, los cuales serán pagados en pesos mexicanos, serán incluidos en el ingreso del tenedor estadounidense en la cantidad calculada en dólares estadounidenses, en general, en referencia a la tasa de cambio vigente en la fecha de recepción por parte del depositario de los ADS (a pesar de que dichos pesos mexicanos sean o no en realidad convertidos en dólares estadounidenses en tal fecha). Si dichos dividendos son convertidos en dólares estadounidenses en la fecha recibida, un tenedor estadounidense generalmente no necesitará reconocer pérdida o ganancia en la divisa extranjera respecto a los dividendos. Los tenedores estadounidenses deberán consultar a sus asesores fiscales respecto al trato de ganancia o pérdida de la divisa extranjera, en caso de que exista, en cualquier cantidad en pesos mexicanos recibida que sean convertidas en dólares estadounidenses en una fecha subsecuente de la fecha de recepción. Sujeto a ciertas excepciones por posiciones de corto plazo y cobertura, el dólar estadounidense de dividendos recibido por un individuo tenedor estadounidense respecto de los ADS por ejercicios fiscales comenzando anteriormente al 1° de enero de 2011 está sujeto a tributación en una tasa máxima del 15% si los dividendos son “dividendos calificados”. Dividendos pagados por los ADS serán tratados como dividendos calificados si (1) calificamos para los beneficios de un tratado del impuesto sobre la renta completo con los Estados Unidos de América que el *Internal Revenue Service* (Servicio de Hacienda Pública) haya aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados y (2) no hayamos sido, en el año anterior al año en que el dividendo fue pagado, y no somos, en el año en el cual el dividendo es pagado, una compañía de inversión extranjera pasiva. El tratado del impuesto sobre la renta entre México y Estados Unidos de América fue aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados. En base a nuestros estados de resultados consolidados auditados e información relevante del mercado y de los accionistas, creemos que no somos considerados como una compañía de inversión extranjera pasiva para los efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense respecto a nuestro año fiscal 2007. Además, en base a nuestros estados de resultados consolidados auditados y nuestras expectativas actuales respecto al valor y naturaleza de nuestros activos, los recursos y la naturaleza de nuestro ingreso, e información relevante de mercado y de los accionistas, no prevemos convertirnos en una compañía de inversión extranjera pasiva para nuestro ejercicio fiscal del 2008. Los dividendos generalmente constituyen una fuente extranjera de “ingreso pasivo” para los efectos de créditos fiscales extranjeros en los Estados Unidos.

La distribución a los tenedores de acciones adicionales con respecto a nuestros ADS que son hechas como parte de una distribución prorrateada a todos nuestros accionistas generalmente no estará sujeta al impuesto federal sobre la renta.

Un tenedor de ADS que es, respecto a los Estados Unidos de América, una corporación extranjera o un tenedor no-estadounidense generalmente no será sujeto a la retención o al impuesto federal sobre la renta estadounidense sobre los dividendos recibidos en ADS a menos que dicho ingreso esté efectivamente relacionado con la conducción, por un tenedor no-estadounidense, de una operación comercial o negocio en los Estados Unidos de América.

Impuestos sobre Ganancias del Capital. Una ganancia o pérdida obtenida por un tenedor estadounidense en la venta u otra disposición de ADS estará sujeta al impuesto federal sobre la renta como una ganancia o pérdida del capital en una cantidad igual a la diferencia entre la cantidad obtenida en la disposición y dicha base tributaria en el ADS del tenedor estadounidense. Cualquiera de dichas ganancias o pérdidas serán una ganancia o pérdida a largo plazo si los ADS fueron retenidos por más de un año de la fecha de dicha venta. Cualquiera de las ganancias a largo plazo reconocida por un tenedor estadounidense que sea una persona física está sujeta a la tasa reducida del impuesto sobre la renta. La deducción de pérdida de capital está sujeta a las limitaciones por efectos de impuesto federal sobre la renta estadounidense. Los depósitos y retirios de acciones por un tenedor estadounidense en canje por ADS no resultarán en la obtención de ganancias o pérdidas para efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense.

Cualquier ganancia realizada por un tenedor estadounidense en una venta u otra disposición de ADS será tratada como una fuente de ingreso para efectos del crédito fiscal extranjero estadounidense.

Un tenedor no-estadounidense de los ADS no estará sujeto a la retención o al impuesto federal sobre la renta estadounidense en cualquier ganancia obtenida en una venta de ADS, excepto (1) si dicha ganancia está directamente relacionada con la conducción, por parte de un tenedor no-estadounidense, de una operación comercial o negocio en los Estados Unidos de América, o (2) en caso de una ganancia obtenida por un individuo tenedor no-estadounidense quien se encuentre presente en los Estados Unidos de América por 183 días o más del año fiscal de la venta y otras ciertas condiciones se cumplan.

Retención preventiva y Reportes de Información en los EUA. Un tenedor estadounidense de ADS podrá, bajo ciertas circunstancias, estar sujeto a “retención preventiva” respecto a ciertos pagos a dicho tenedor estadounidense, tales como dividendos, intereses o las ganancias por una venta o disposición de ADS, excepto que dicho tenedor (1) sea una corporación o si es está incluido en ciertas categorías de exención, y demuestra este hecho cuando sea necesario o (2) proporcione un número correcto de identificación fiscal, certifica que no está sujeto a alguna retención o que de otro modo cumple con los requerimientos aplicables con las reglas de retención preventiva. Cualquier cantidad retenida bajo estas reglas no constituye un impuesto por separado y será acreditable contra pasivo fiscal del impuesto sobre la renta estadounidense del tenedor. Mientras los tenedores no-estadounidenses generalmente están exentos de la retención preventiva, un tenedor no-estadounidense podría, bajo ciertas circunstancias, ser requerido para cumplir con ciertos procedimientos de información e identificación a fin de probar esta exención.

Contratos Principales Nosotros y nuestras subsidiarias hemos celebrado diversos acuerdos importantes con terceros, entre ellos acuerdos de accionistas, acuerdos de suministro, y contratos de compraventa y servicios. A continuación se resumen los principales términos de dichos acuerdos y contratos. Véase “Punto 19. Anexos”.

Coca-Cola FEMSA

Convenio de Accionistas

Coca-Cola FEMSA opera de conformidad con un convenio de accionistas entre dos subsidiarias de FEMSA, The Coca-Cola Company y ciertas de sus subsidiarias. Este convenio, junto con los estatutos de Coca-Cola FEMSA, establecen las reglas básicas por las cuales opera Coca-Cola FEMSA.

El convenio de accionistas contempla que Coca-Cola FEMSA será administrada de acuerdo con planes de negocios anuales y de cinco años, aunque en la práctica, ahora se administra de acuerdo a un plan de tres años.

De acuerdo con los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA, sus Acciones Serie A y Acciones Serie D son las únicas con plenos derechos de voto y por lo tanto controlan los actos de sus accionistas. Excepto por ciertos casos limitados, los tenedores de Acciones Serie A y Acciones Serie D tienen facultades para determinar el resultado de todos los actos que requieran de la aprobación de los accionistas. Para los actos de su consejo de administración, se requiere una mayoría calificada incluyendo a los consejeros nombrados por los tenedores de las Acciones Serie D para todos los actos.

El convenio de accionistas establece el entendimiento por parte de los principales accionistas de los efectos de una acción adversa de The Coca-Cola Company conforme a los contratos de embotellador. Los estatutos sociales de Coca-Cola

FEMSA disponen que una mayoría de los consejeros designados por los tenedores de las Acciones Serie A, sobre determinación de buena fe que cualquier acción de The Coca-Cola Company conforme a un contrato de embotellador entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA o cualquiera de sus subsidiarias es sustancialmente adversa para los intereses comerciales de Coca-Cola FEMSA y que The Coca-Cola Company no haya subsanado dicha acción dentro de un plazo de 60 días a partir de su notificación, podrá declarar un periodo de mayoría simple en cualquier momento dentro de un plazo de 90 días a partir de la notificación. Durante el periodo de mayoría simple, ciertas decisiones principalmente la aprobación de modificaciones sustanciales a los planes de Coca-Cola FEMSA y la introducción de una nueva o terminación de una ya existente, y transacciones entre partes relacionadas fuera del curso ordinario de operaciones, las cuales ordinariamente pudieran requerir la presencia y aprobación de al menos dos consejeros de la Serie D, podrán ser adoptadas por un voto mayoritario de su total consejo de administración, sin requerir de la presencia o aprobación de cualquier consejero de la Serie D. Una mayoría de los consejeros de la Serie A podrá dar por terminado un periodo de mayoría simple, pero una vez ya terminado, no podrá después declararse otro periodo de mayoría simple dentro de un plazo de un año después de la terminación. Si un periodo de mayoría simple persiste durante un año o más, las disposiciones del convenio de accionistas para la resolución de diferencias irreconciliables pueden ser aplicadas, con las consecuencias expuestas en el siguiente párrafo.

Además de los derechos del tanto previstos en los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA en cuanto a las propuestas de transferencias de Acciones Serie A o Acciones Serie D, el convenio de accionistas contempla tres circunstancias bajo las cuales un accionista principal puede comprar la participación del otro en Coca-Cola FEMSA: (i) un cambio de control en una accionista principal, (ii) la existencia de diferencias irreconciliables entre los principales accionistas o (iii) ciertas otras causales previstas de incumplimientos específicos.

En caso que (i) uno de los principales accionistas compre la participación de la otra en Coca-Cola FEMSA en cualquiera de las circunstancias descritas anteriormente o que (ii) la propiedad de las acciones del capital social de Coca-Cola FEMSA distintas de las Acciones Serie L de las subsidiarias de The Coca-Cola Company o FEMSA se reduzcan por debajo de un 20% y por requerimiento del accionista cuya participación no se ha visto reducida, el convenio de accionistas requiere que se modifiquen nuestros estatutos sociales para eliminar todas las restricciones a las transferencias de acciones y todos los requisitos de votos de mayoría calificada y quórum, a partir de lo cual el convenio de accionistas quedará rescindido. En caso que la tenencia de acciones del capital social de Coca-Cola FEMSA distintas a las Acciones Serie L de las subsidiarias de The Coca-Cola Company o FEMSA se reduzca por debajo de un 25% (pero no por debajo de un 20%) y a solicitud del accionista cuya participación no se ha visto reducida, el convenio de accionistas requiere que se modifiquen los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA para eliminar todos los requisitos de votos de mayoría calificada y quórum, pero no los que se refieren a una restricción de las transferencias de acciones.

El convenio de accionistas también contiene disposiciones relativas al entendimiento de los principales accionistas en lo que se refiere al crecimiento de Coca-Cola FEMSA. Establece que The Coca-Cola Company tiene la intención de que Coca-Cola FEMSA sea vista como uno de sus pocos embotelladores ancla en Latinoamérica. En particular, las partes están de acuerdo que es deseable que Coca-Cola FEMSA se expanda a través de la adquisición de territorios adicionales para operaciones de embotellado en México y en otros países de Latinoamérica en caso de que cualquiera se encuentre disponible por medio de crecimiento horizontal. Asimismo, The Coca-Cola Company ha acordado, con sujeción a un cierto número de condiciones, que si obtiene la propiedad de un territorio de embotellado adecuado para las operaciones de Coca-Cola FEMSA, le dará a Coca-Cola FEMSA la opción de adquirir dicho territorio. The Coca-Cola Company también ha acordado apoyar las modificaciones prudentes y sólidas de la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA para respaldar el crecimiento horizontal. Los acuerdos de The Coca-Cola Company con respecto al crecimiento horizontal vencen ante la eliminación de los requerimientos de voto descritos previamente o la decisión de The Coca-Cola Company de rescindir el contrato como resultado de un incumplimiento.

El Memorandum Coca-Cola

En relación con la adquisición de Panamco, durante el 2003, Coca-Cola FEMSA estableció ciertos acuerdos relacionados principalmente con los asuntos operativos y comerciales con The Coca-Cola Company y nuestra Compañía que fueron formalizados por escrito previamente de la conclusión de la adquisición. Los términos son los siguientes:

- Los acuerdos entre accionistas actuales entre nuestra Compañía y The Coca-Cola Company continuarán siendo válidos. Véase “—Convenio de Accionistas”.
- FEMSA continuará consolidando los estados financieros de Coca-Cola FEMSA.
- The Coca-Cola Company y nuestra Compañía continuarán negociando de buena fe la posibilidad de implementar cambios a la estructura de capital de Coca-Cola FEMSA en el futuro.

- No habrá cambios en precios del concentrado o apoyo a mercadotecnia por parte de The Coca-Cola Company hasta mayo del 2004. Después de dicho término, The Coca-Cola Company tiene total discreción para implementar cualquier cambio respecto a estos asuntos, pero cualquier asunto en relación a los mismos será negociado con Coca-Cola FEMSA y se tomará en consideración la condición operativa de Coca-Cola FEMSA.
- FEMSA, The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA se reunirán para discutir la configuración territorial óptima de Latinoamérica para el sistema de embotellado de *Coca-Cola*. Durante estas reuniones, Coca-Cola FEMSA considerará todas las posibles combinaciones y cualquier intercambio de activos que pueda surgir de estas discusiones. Además, Coca-Cola FEMSA considerará cualquier combinación potencial siempre y cuando sea estratégicamente conveniente y realizada a un valor justo de mercado.
- Coca-Cola FEMSA quisiera mantenerse abierta a alternativas estratégicas que se relacionen con la integración de refrescos y cerveza. The Coca-Cola Company, nuestra Compañía y Coca-Cola FEMSA explorarían estas alternativas en base a cada mercado en el momento apropiado.
- The Coca-Cola Company acordó vender a una subsidiaria de nuestra Compañía, acciones suficientes que permitan a FEMSA ser propietaria usufructuaria del 51% de las acciones en circulación del capital social de Coca-Cola FEMSA (asumiendo que esta subsidiaria de FEMSA no venda ninguna de sus acciones y que no haya emisiones de capital accionario de Coca-Cola FEMSA distintos a los contemplados por la adquisición). Como resultado de este entendimiento, el 3 de noviembre de 2006, a través de una subsidiaria adquirimos 148,000,000 Acciones Serie D de Coca-Cola FEMSA, de ciertas subsidiarias de The Coca-Cola Company, representando el 9.4% del total de las acciones con derecho a voto y 8.02% del capital total de Coca-Cola FEMSA. Adquirimos estas acciones a un precio por acción de \$2.888 dólares, arrojando un monto total de \$427.4 millones de dólares. De acuerdo a los estatutos de Coca-Cola FEMSA, las acciones adquiridas fueron convertidas de Acciones Serie D a Acciones Serie A.
- Coca-Cola FEMSA pudiera penetrar algunos mercados donde la inversión sustancial en infraestructura pudiera ser requerida. The Coca-Cola Company y FEMSA conducirán un estudio en conjunto que trazará las estrategias para estos mercados, así como la inversión en niveles requeridos para ejecutar dichas estrategias. Posteriormente, está previsto que nuestra Compañía y The Coca-Cola Company lleguen a un acuerdo en el nivel de aportación a ser proporcionada por cada uno de los socios. Las partes previenen que esta asignación de responsabilidades de aportación no va a ser una carga excesiva para cualquiera de las partes.
- El 19 de diciembre de 2003, Coca-Cola FEMSA contrató una línea de crédito, con The Coca-Cola Export Corporation, la cual expiró en diciembre del 2006 y nunca se usó.

Nuevo Marco de Cooperación con The Coca-Cola Company

El 1° de septiembre de 2006, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company acordaron un marco de cooperación para iniciar una nueva etapa de colaboración para el futuro. Este marco incluye los principales aspectos entre la relación de Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company y define los términos para la nueva estructura de negocio. Dicho marco esta estructurado sobre tres objetivos principales:

- *Crecimiento sostenible en refrescos, bebidas no carbonatadas y agua embotellada:* Junto con The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA ha definido una plataforma para conjuntamente conseguir orgánicamente y mediante adquisiciones, el crecimiento incremental en la categoría de bebidas carbonatadas, así como el desarrollo acelerado de bebidas no carbonatadas y agua embotellada a través de Latinoamérica. A este punto, The Coca-Cola Company proporcionará una porción relevante de los fondos derivados por el incremento de precios de concentrado en apoyo a la mercadotecnia para el portafolio completo. Adicionalmente, el nuevo marco contempla una nueva estructura de negocio para el desarrollo de bebidas no carbonatadas, que permite la alineación de objetivos entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company el cual deberá contribuir a la creación de valor incremental en ambas compañías a largo plazo.
- *Crecimiento horizontal:* El nuevo marco incluye el apoyo de The Coca-Cola Company en la aspiración de Coca-Cola FEMSA para continuar siendo un participante líder en la consolidación del Sistema Coca-Cola en Latinoamérica, así como explorar oportunidades potenciales en otros mercados donde la estructura operativa y las fuertes habilidades de ejecución de Coca-Cola FEMSA puedan ser replicadas.
- *Visión de largo plazo en la relación económica:* Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company entienden mutuamente sus objetivos de negocio y planes de crecimiento, y el nuevo marco provee una perspectiva de largo plazo en los aspectos económicos de su relación. Esto permitirá que Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company continúen enfocados en conducir el negocio hacia adelante y generar crecimientos rentables.

Contratos de Embotellador

Los contratos de embotellador son los contratos estándar para cada territorio que The Coca-Cola Company celebra con embotelladores fuera de los Estados Unidos para la venta de concentrados de ciertas bebidas marca *Coca-Cola*. Coca-Cola FEMSA fabrica, envasa, distribuye y vende bebidas carbonatadas y agua embotellada de acuerdo a contratos por separado para cada uno de sus territorios.

Estos contratos de embotellador establecen que Coca-Cola FEMSA comprará la totalidad de sus inventarios de concentrados de bebidas de marcas registradas Coca-Cola a The Coca-Cola Company y a otros proveedores autorizados a precios y conforme a condiciones de pago y otros términos y condiciones de suministro que serán determinados de tiempo en tiempo por The Coca-Cola Company a su entera discreción. Los precios del concentrado son determinados como un porcentaje del precio promedio en moneda local, neto de impuestos aplicables. Aunque los factores de precios utilizados para calcular el costo del concentrado y la moneda de pago, entre otros términos, son fijados por The Coca-Cola Company a su entera discreción, Coca-Cola FEMSA fija el precio de productos vendidos a detallistas a su discreción, sujeto a la aplicación de restricciones de precios. Coca-Cola FEMSA tiene derechos exclusivos sobre la distribución de bebidas de las marcas registradas Coca-Cola para su venta en sus territorios en envases autorizados descritos por los contratos de embotellador y actualmente utilizados por Coca-Cola FEMSA. Entre estos envases se incluyen diversos tipos de latas y botellas retornables y no retornables, de vidrio y plástico, y equipos *fountain*.

Los contratos de embotellador incluyen el reconocimiento por parte de Coca-Cola FEMSA de que The Coca-Cola Company es propietaria exclusiva de las marcas registradas que identifican las bebidas de marca *Coca-Cola* y de las fórmulas secretas con las cuales se fabrican los concentrados de The Coca-Cola Company. Sujeto al derecho exclusivo de Coca-Cola FEMSA de distribución de las bebidas de marca *Coca-Cola* en sus territorios, The Coca-Cola Company se reserva el derecho a importar y exportar bebidas de marca *Coca-Cola* hacia y desde cada uno de sus territorios. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA no contienen disposiciones que restrinjan la capacidad de The Coca-Cola Company en cuanto a la fijación del precio de los concentrados que se cobra a sus subsidiarias y no imponen obligaciones mínimas de comercialización a The Coca-Cola Company. Los precios a los que Coca-Cola FEMSA compra concentrados conforme a los contratos de embotellador pueden variar materialmente de los precios que ésta ha pagado históricamente. Sin embargo, conforme a los estatutos sociales de Coca-Cola FEMSA y del convenio de accionistas celebrado entre The Coca-Cola Company ciertas de sus subsidiarias y ciertas subsidiarias de nuestra Compañía, una evento adversa de The Coca-Cola Company conforme a cualquiera de los contratos de embotellador puede resultar en una suspensión de ciertos derechos de veto de los consejeros designados por The Coca-Cola Company. Esto nos proporciona protección limitada contra la capacidad de The Coca-Cola Company de elevar los precios del concentrado en el entendido que dicho aumento sea considerado para causar un efecto negativo para Coca-Cola FEMSA de conformidad con el convenio de accionistas y sus estatutos sociales. Véase “—Convenio de Accionistas”.

The Coca-Cola Company está facultada, a su entera discreción, para reformular cualquiera de las bebidas de las marcas Coca-Cola y a suspender la fabricación de cualquiera de las bebidas de las marcas Coca-Cola, con sujeción a ciertas limitaciones, en tanto no se suspenda la fabricación de todas las bebidas de las marcas Coca-Cola. The Coca-Cola Company también podrá introducir bebidas nuevas en los territorios de Coca-Cola FEMSA; en dicho caso, Coca-Cola FEMSA tiene el derecho al tanto con respecto a la fabricación, envase, distribución y venta de tales bebidas nuevas, con sujeción a las mismas obligaciones que existieran con respecto a las bebidas de marca *Coca-Cola* según los contratos de embotellador. Los contratos de embotellador prohíben a Coca-Cola FEMSA producir o manejar productos de cola ajenos a The Coca-Cola Company, u otros productos o envases que imiten, usurpen o causen confusión con los productos, imagen del producto, envases o marcas de The Coca-Cola Company, o adquirir o tener intereses en una entidad que participe de tales actividades. Los contratos de embotellador también prohíben a Coca-Cola FEMSA embotellar bebidas carbonatadas, salvo con la autorización o el consentimiento de The Coca-Cola Company. Los Contratos con Embotelladores imponen restricciones relativas a la utilización de ciertas marcas, envases autorizados, empaques y etiquetas de The Coca-Cola Company a los efectos de que se cumplan las políticas prescritas por The Coca-Cola Company. En particular, Coca-Cola FEMSA está obligada a:

- mantener plantas y equipos, personal y centros de distribución capaces de fabricar, empacar y distribuir las bebidas de marca *Coca-Cola* en envases autorizados de conformidad con los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA y en cantidades suficientes para satisfacer plenamente la demanda de sus territorios;
- adoptar las debidas medidas de control de calidad fijadas por The Coca-Cola Company;
- desarrollar, estimular y satisfacer plenamente la demanda de bebidas de marca *Coca-Cola* usando todos los medios autorizados, que incluyen la inversión en publicidad y otros planes de mercadeo;

- mantener una capacidad financiera sólida como sea razonablemente necesaria para asegurar el cumplimiento de Coca-Cola FEMSA y sus afiliadas de sus obligaciones con The Coca-Cola Company; y
- presentar anualmente a The Coca-Cola Company planes de mercadeo, gerencia, promoción y publicidad para el año siguiente.

The Coca-Cola Company contribuyó con una porción significativa del gasto total de mercadotecnia en los territorios de Coca-Cola FEMSA, durante el 2008, un periodo en el cual Coca-Cola FEMSA contribuyó con los gastos de mercadotecnia de The Coca-Cola Company y ha reiterado su intención de continuar proveyendo soporte como parte del nuevo marco de cooperación. Aunque Coca-Cola FEMSA estima que The Coca-Cola Company continuará proporcionando fondos para publicidad y mercadeo, no está obligada a hacerlo. Por consiguiente, los niveles futuros de apoyo en publicidad y mercadeo suministrados por The Coca-Cola Company podrán variar materialmente respecto de los niveles históricos suministrados. Véase “—Convenio de Accionistas”.

Coca-Cola FEMSA tiene contratos de embotellador con The Coca-Cola Company por separado para cada uno de sus territorios en los cuales opera. Algunos de estos contratos de embotellador se renuevan automáticamente al menos que una de las partes notifique previamente que no desea renovar el contrato, mientras otros requieren un acuerdo entre las partes o que Coca-Cola FEMSA notifique la elección de renovar el contrato.

Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA para México vencen en 2013 para dos de sus territorios y en 2015 para los otros dos territorios. En ambos casos, los contratos son renovables por términos de diez años. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá (otras bebidas), Venezuela y Colombia vencen el 31 de julio de 2009, de conformidad con cartas de extensión. Estos contratos de embotellador son renovables por acuerdo entre las partes. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para las bebidas de la marca *Coca-Cola* para Panamá tiene un término indefinido pero podría ser terminado con seis meses de anticipación mediante notificación escrita por cualquiera de las partes. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Argentina vence en 2014. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Brasil venció en diciembre de 2004. Coca-Cola FEMSA sigue operando bajo los contratos de embotellador existentes en Brasil en el territorio adquirido de REMIL. Para los acuerdos ya expirados y aquellos por expirar este año, Coca-Cola FEMSA está actualmente negociando renovaciones de estos acuerdos en términos y condiciones similares al resto de los países, y Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company continuarán operando bajo los términos de los contratos existentes.

Los contratos de embotellador están sujetos a rescisión por parte de The Coca-Cola Company en caso de incumplimiento por parte de Coca-Cola FEMSA. Las disposiciones sobre incumplimiento incluyen limitaciones en el cambio en la estructura de capital o control de Coca-Cola FEMSA y la cesión o transferencia de los contratos de embotellador y están destinadas a impedir que cualquier persona que no sea aceptable para The Coca-Cola Company pueda obtener una cesión de un contrato con embotelladores o adquirir Coca-Cola FEMSA independientemente de los derechos similares establecidos en el convenio de accionistas. Estas disposiciones podrán evitar cambios en los principales accionistas de Coca-Cola FEMSA, incluyendo fusiones o adquisiciones o disposición del capital social de Coca-Cola FEMSA que tengan como consecuencia un cambio en el control efectivo de Coca-Cola FEMSA sin el consentimiento de The Coca-Cola Company. Véase “—Convenio de Accionistas”.

Coca-Cola FEMSA también ha celebrado acuerdos de licencia de marca con The Coca-Cola Company por el cual se autoriza a Coca-Cola FEMSA a utilizar ciertos nombres de marca de The Coca-Cola Company. Dichos acuerdos tienen un plazo indefinido, pero vencerán en caso de que Coca-Cola FEMSA deje de fabricar, comercializar, vender y distribuir los productos de la marca *Coca-Cola* establecidos en los acuerdos con embotelladores, o si el convenio de accionistas es terminado. The Coca-Cola Company también tiene el derecho a terminar el acuerdo de licencia si Coca-Cola FEMSA utiliza sus nombres de marca de manera que no sea autorizada por los contratos de embotellador.

Documentos Disponibles al Público

Presentamos reportes, incluyendo reportes anuales en la Forma 20-F, y otra información con la SEC de conformidad con las reglas y regulaciones de la SEC aplicables a emisores extranjeros privados. Usted puede leer y copiar cualesquier materiales presentados ante la SEC en su “*Public Reference Rooms*” ubicados en Washington, D.C. en 450 Fifth Street, N.W., Washington, D.C. 20549. Favor de llamar a la SEC al teléfono 1-800-SEC-0330 para más información sobre el “*Public Reference Room*”. Los trámites que realizamos de forma electrónica ante la SEC también se encuentran disponibles al público en la página de Internet de la SEC www.sec.gov.

PUNTO 11. DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DEL MERCADO

Nuestras actividades de negocio requieren la tenencia o emisión de instrumentos financieros derivados que nos expongan a los riesgos de mercados relacionados a cambios en tasas de interés, tipos de cambio de moneda extranjera, riesgo de capital así como en el precio de la materia prima.

Riesgos Derivados por Tasas de Interés

El riesgo derivado por tasas de interés existe principalmente con respecto a nuestra deuda que se encuentra en tasas de interés variable. Al 31 de diciembre de 2008, nuestra deuda a largo plazo es de Ps. 38,059 millones, de los cuales el 30.7% de esta deuda se encuentra contratada a tasas de interés fijo y 69.3% a tasas de interés variable. Los contratos swap nos ayudaran a cambiar una porción de nuestra deuda de tasa variable a deuda de tasa fija. Después de dar efecto a estos contratos, al 31 de diciembre de 2008, 63.9% de nuestra deuda a largo plazo era a tasa fija y 36.1% de nuestra deuda a largo plazo era a tasa variable. La tasa de interés en nuestra deuda de tasa variable es determinada en referencia al “*London Interbank Offered Rate*” o LIBOR (una tasa de referencia utilizada para los préstamos en Eurodólar), a la Tasa de interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) y a los Certificados de Tesorería (CETES). Si estas tasas de referencia aumentan, nuestros pagos de interés aumentarían consecuentemente.

La siguiente tabla muestra información acerca de nuestros instrumentos financieros derivados que están sujetos a cambios en tasas de interés y tasas de tipo de cambio. La tabla presenta los valores de referencia y las tasas de interés promedio por fecha de vencimiento. Los valores de referencia, son usados para calcular los pagos contractuales a ser cambiados bajo contrato. Las tasas de interés promedio están basadas en las tasas de referencia al 31 de diciembre de 2008, más los spreads contratados con los pasivos. Los pagos actuales de los instrumentos financieros derivados son denominados en dólares americanos, pesos mexicanos y reales brasileños. Todos los pagos en la tabla están presentados en pesos mexicanos, la moneda en que reportamos, utilizando el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2008 la cual era de Ps. 13.5383 por dólar americano y Ps. 5.7930 por real brasileño.

La siguiente tabla también muestra el valor razonable estimado para el 31 de diciembre de 2008 de:

- deuda de corto y largo plazo, basada en el valor de descuento de flujos de efectivo contractuales, en los cuales la tasa de descuento es estimada usando tasas actualmente ofrecidas para deuda con términos similares y los vencimientos remanentes;
- documentos por pagar a largo plazo, basados en los precios de mercado; y
- swaps de tipo de cambio y tasa de interés, basados en los precios de mercado para la terminación de los contratos al 31 de diciembre de 2008.

Al 31 de diciembre de 2008, el valor razonable representa un decremento en deuda total de Ps. 149 millones.

Deuda Principal por Año de Vencimiento

	Al 31 de diciembre de 2008						Al 31 de diciembre de 2007			
	2009	2010	2011	2012	2013	2014 y años posteriores	Valor en Libros	Valor Razonable	Valor en Libros	Valor Razonable
	(en millones de pesos mexicanos)									
Deuda Corto Plazo:										
Deuda a tasa variable:										
Pesos mexicanos.....	3,820						3,820	3,753	150	150
Tasa de interés ⁽¹⁾	11.6%						11.6%		7.8%	
									500	500
Pesos argentinos.....	816						816	768	11.0%	
Tasa de interés ⁽¹⁾	19.6%						19.6%			
Pesos colombianos .	798						798	816	425	425
Tasa de interés ⁽¹⁾	15.2%						15.2%		15.7%	
Bolivares venezolanos fuertes	365						365	372	2,372	2,372
Tasa de interés ⁽¹⁾	22.2%						22.2%		6.7%	
Dólares americanos										
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...										
Subtotal.....	5,799						5,799	5,709	1,075	1,075
Deuda Largo Plazo:										
Deuda a tasa fija:										
Pesos mexicanos.....	640	2,200	280	1,916	–	2,692	7,728	7,828	7,594	7,779
Tasa de interés ⁽¹⁾	10.2%	10.2%	10.3%	10.0%	–	4.2%	8.1%	–	8.0%	-
Dólares americanos ...	3,782	36	4	–	–	–	3,822	3,822	3,946	4,103
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...	7.1%	3.6%	3.8%	–	–	–	7.1%	–	7.0%	–
Yen japonés.....	120	–	–	–	–	–	120	120	230	230
Tasa de interés ⁽¹⁾	2.8%	–	–	–	–	–	2.8%	–	4.8%	-
Reales brasileños.....	1	–	–	–	–	–	1	1	–	–
Tasa de interés ⁽¹⁾ ...	10.5%	–	–	–	–	–	10.5%	–	–	–
Subtotal.....	4,543	2,236	284	1,916	–	2,692	11,671	11,771	11,770	12,112
Deuda a tasa variable:										
Pesos mexicanos.....	1,269	731	3,267	4,523	5,210	4,218	19,218	19,059	22,760	22,796
Tasa de interés ⁽¹⁾	8.9%	8.8%	8.8%	8.8%	8.9%	9.0%	8.9%	–	8.1%	–
Dólares americanos...	37	37	1,118	2,277	2,796	–	6,265	6,265	2,016	2,016
Tasa de interés ⁽¹⁾	2.3%	2.3%	2.3%	2.6%	2.7%	–	2.6%	–	5.2%	-
Reales brasileños.....	–	–	–	–	–	–	–	–	36	36
Tasa de interés ⁽¹⁾	–	–	–	–	–	–	–	–	8.7%	–
Pesos colombianos....	–	905	–	–	–	–	905	905	–	–
Tasa de interés ⁽¹⁾	–	15.4%	–	–	–	–	15.4%	–	–	–
Subtotal.....	1,306	1,673	4,385	6,800	8,006	4,218	26,388	26,229	24,812	24,848
Deuda Total.....	11,648	3,909	4,669	8,716	8,006	6,910	43,858	43,709	37,657	38,035

	Al 31 de diciembre de 2008						Al 31 de diciembre de 2007			
	2009	2010	2011	2012	2013	2014 y años posteriores	Valor en Libros	Valor Razonable	Valor en Libros	Valor Razonable
(en millones de pesos mexicanos)										
Instrumentos Financieros Derivados:										
Swap de tasa de interés:										
Pesos mexicanos:										
Variable a fija.....	1,250	712	1,763	1,750	3,405	165	9,045	(178)	18,550	(324)
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	9.3%	9.1%	9.1%	9.1%	9.5%	9.0%	9.3%	–	9.6%	–
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	8.8%	8.8%	8.7%	8.7%	8.7%	9.0%	8.7%	–	7.9%	–
Swap de tipo de cambio y tasa de interés:										
Unidades de Inversión (UDIS):										
Fija a fija.....	–	–	–	–	–	3,595	3,595	95	–	–
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	–	–	–	9.98%	9.98%	–	–	–
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	–	–	–	4.21%	4.21%	–	–	–
Dólares americanos a pesos mexicanos:										
Variable a fija.....	–	–	846	846	423	–	2,115	578	–	–
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	8.1%	8.1%	8.1%	–	8.1%	–	–	–
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	0.9%	0.9%	0.9%	–	0.9%	–	–	–
Variable a variable	–	–	–	209	105	–	314	96	–	–
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	–	–	–	8.5%	8.5%	–	8.5%	–	–	–
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	–	–	–	3.6%	3.6%	–	3.6%	–	–	–
Yen japonés a real brasileño:										
Fijo a variable.....	72	–	–	–	–	–	72	37	230	1
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	14.4%	–	–	–	–	–	14.4%	–	11.8%	–
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	2.8%	–	–	–	–	–	2.8%	–	4.8%	–

⁽¹⁾ Calculada con una tasa de interés promedio ponderada.

Un cambio hipotético, instantáneo y desfavorable de un punto porcentual en el promedio de tasa de interés aplicable a los pasivos de tasa variable al 31 de diciembre de 2008, incrementaría nuestro gasto de interés en aproximadamente Ps. 137 millones, o 12.6% sobre el periodo de 12 meses del 2008, asumiendo que no se incurra en ninguna deuda adicional durante el mismo periodo, en cada caso incluye el efecto de todos nuestros contratos de swaps de tasa de interés y de tipo de cambio.

Riesgos Derivados por Tipo de Cambio

Nuestro principal riesgo derivado por tipo de cambio implica cambios en el valor de la moneda local, en cada país en el cual operamos, en relación al dólar americano. En 2008, el porcentaje de nuestros ingresos totales consolidados estaban denominados como se muestra a continuación:

Ingresos Totales por Región al 31 de diciembre de 2008		
Región	Países	% de los Ingresos Consolidados
México	Peso mexicano	65.8%
Venezuela	Bolivar fuerte	9.1%
Mercosur	Real brasileño, Peso argentino	15.3%
Estados Unidos	Dólar americano	2.1%
Latinoamérica	Otros ⁽¹⁾	7.7%

⁽¹⁾ Quetzales, balboas, dólares americanos y pesos colombianos.

Estimamos que la mayoría de nuestros costos y gastos consolidados están denominados en pesos mexicanos para nuestras subsidiarias en México y en las monedas mencionadas anteriormente para nuestras subsidiarias en el extranjero, las cuales son en su mayoría subsidiarias de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Sustancialmente todos nuestros costos y gastos denominados en moneda extranjera, adicional a la moneda funcional de cada país en el cual operamos, están denominadas en dólares americanos. Al 31 de diciembre de 2008, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés, 79.0% de nuestro endeudamiento a largo plazo estaban denominadas en pesos mexicanos, 18.3% en dólares americanos, 2.4% en pesos colombianos y el restante 0.3% en reales brasileños. Tenemos endeudamiento a corto plazo las cuales consisten en préstamos revolventes de bancos. La disminución en el valor de las diferentes monedas en relación al dólar, incrementará nuestros costos y gastos de operación denominados en dichas monedas, y las obligaciones del servicio de deuda con respecto a la deuda denominada en otras monedas. Una devaluación del peso mexicano respecto al dólar americano, resultará en una pérdida cambiaria, en función al incremento en el valor en pesos mexicanos del monto de nuestro endeudamiento a largo plazo en moneda extranjera.

Nuestra exposición al riesgo de mercado asociado con fluctuaciones en los tipos de cambio de moneda extranjera se relaciona principalmente con nuestras obligaciones de deuda denominadas en dólares americanos como se muestra en la tabla anterior de riesgo derivado por tasas de interés. Ocasionalmente utilizamos contratos futuros para divisas con el propósito de cubrir nuestra exposición al dólar americano con respecto al peso mexicano y otras monedas.

Al 31 de diciembre de 2008, tenemos contratos futuros que cumplen con los criterios contables de cobertura, para cubrir nuestras operaciones denominadas en dólares americanos. El valor de referencia es Ps. 1,786 millones con un activo de valor razonable de Ps. 458 millones y vencimientos durante el 2009. Al 31 de diciembre de 2008 tuvimos una ganancia neta por contratos futuros que hayan expirado de Ps. 115 millones por fluctuación cambiaria. El valor razonable de los contratos futuros de moneda extranjera se estima basándose en el precio de mercado estimado de cada acuerdo al final del año asumiendo la misma fecha de vencimiento original del contrato.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos futuros no cumplieron con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. Estos contratos con un valor de referencia de Ps. 544 millones, vencieron en el 2009 y generaron una pérdida de Ps. 225 millones. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el efecto neto de los contratos vencidos que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, fueron una pérdida de Ps. 643 millones y una ganancia de Ps. 22 millones, respectivamente. El valor razonable de los contratos futuros de moneda extranjera es estimado basándose en el precio de mercado estimado de cada acuerdo al final del año asumiendo la misma fecha de madurez originalmente contratada.

Al 31 de diciembre de 2008, no tuvimos ningún contrato futuro para comprar dólares americanos. Contratamos swaps de tasa de interés y tipo de cambio para administrar la tasa de interés y riesgos de moneda extranjera asociados con nuestros préstamos denominados en dólares americanos y otras monedas extranjeras, y se encuentran designados como coberturas de flujo de efectivo. El valor de referencia de estos contratos futuros es Ps. 2,115 millones con vencimiento en el 2013. El valor razonable es estimado basándose en las tasas de cambio estimadas del mercado y tasas de interés para terminar los contratos el 31 de diciembre de 2008 con un activo de valor razonable de Ps. 578 millones.

Al 31 de diciembre de 2008, tenemos swaps de tipo de cambio designados como coberturas de valor razonable, las cuales tenían un valor de referencia de Ps. 2,887 millones. Dichos contratos vencen en 2017 y los cuales registraron un

activo de valor razonable neto de Ps. 333 millones. Los cambios de valor razonable relacionados con dichos swaps de tipo de cambio fueron registrados como parte no efectiva de los instrumentos financieros derivados, neto de cambios relacionados con el pasivo de largo plazo los cuales resultaron en una pérdida de Ps. 1 millón. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el efecto neto en nuestros contratos vencidos está registrado en los gastos financieros y fue por Ps. 178 millones, Ps.37 millones y Ps. 72 millones, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2008 ciertos instrumentos swap de tasa de interés y tipo de cambio no cumplieron con los criterios de cobertura contable; por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. La cantidad estimada de estos contratos es Ps. 2,302 millones y con vencimiento en 2011 y 2012. El valor razonable de estos contratos representó una ganancia de Ps. 468 millones. Para el 31 de diciembre de 2008 y 2007, el efecto neto de los contratos vencidos esta incluido en el resultado integral de financiamiento como una pérdida de Ps. 225 millones, una ganancia de Ps. 64 millones y una pérdida de Ps. 3 millones, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2008, hemos determinado que nuestros contratos de arrendamiento denominados en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos esta basado en el tipo de cambio utilizado al terminar el contrato de acuerdo al final del periodo. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el valor razonable de estos contratos representaba Ps. 137 millones, Ps. 9 millones y Ps. 49 millones, respectivamente, los cuales están registrados en el estado de resultados en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

En el caso hipotético instantáneo y desfavorable devaluación de 10% en el valor del peso mexicano, en relación al dólar americano ocurriendo el 31 de diciembre de 2008, produciría un aumento en nuestro resultado integral de financiamiento neto de aproximadamente Ps. 1,303 millones sobre el periodo de 12 meses de 2008, reflejando un mayor gasto financiero y una ganancia en fluctuación cambiaria generada por los saldos de efectivo en dólares americanos a esa fecha y pérdida neta basada en nuestra deuda denominada en dólares americanos al 31 de diciembre de 2008. Sin embargo, este resultado no toma en cuenta ninguna ganancia en posición monetaria que podría esperarse como resultado de un incremento en la tasa de inflación generada por una devaluación de monedas locales en relación con el dólar americano en ambientes económicos inflacionarios, ganancia la cual en posición monetaria hubiera reducido el resultado integral de financiamiento consolidado.

Al 29 de mayo de 2009, los tipos de cambio en relación al dólar americano de todos los países en los cuales operamos así como su efecto de devaluación/apreciación comparado al 31 de diciembre de 2008, es como se muestra a continuación:

País	Moneda	Tipo de cambio al 29 de mayo de 2009	(Devaluación)/ Apreciación
México	Peso mexicano	13.1590	2.8%
Brasil.....	Real brasileño	1.9730	15.6%
Venezuela.....	Bolívar fuerte	2.1500	0.0%
Colombia.....	Peso colombiano	2,140.6600	4.6%
Argentina.....	Peso argentino	3.7490	(8.6)%
Costa Rica	Colón	581.5800	(3.7)%
Guatemala	Quetzal guatemalteco	8.1208	(4.4)%
Nicaragua	Córdoba	20.2474	(2.0)%
Panamá	Dólar americano	1.000	0%

En el caso hipotético instantáneo y desfavorable devaluación de 10% en el valor de las monedas de los países en los cuales operamos, en relación al dólar americano ocurriendo al 31 de diciembre de 2008, produciría una reducción en el riesgo de capital contable aproximadamente las cantidades siguientes:

País	Moneda	Reducción en el Capital Accionario
		(en millones de pesos mexicanos)
México	Peso mexicano	161
Brasil.....	Real brasileño	769
Venezuela	Bolívar fuerte	279
Colombia	Peso colombiano	277
Costa Rica.....	Colón	74
Argentina	Peso argentino	98
Guatemala.....	Quetzal guatemalteco	64
Nicaragua.....	Córdoba	39
Panamá	Dólar americano	6

Riesgos Derivados del Capital

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, no se cuenta con ningún contrato futuro para cubrir riesgo derivado de capital.

Riesgos Derivados por el Precio de las Materias Primas

Se han contratado diferentes instrumentos derivados para cubrir nuestro riesgo en el costo de ciertas materias primas que están expuestas a variaciones de tipo de cambio. Al 31 de diciembre de 2008, se tienen diferentes contratos con vencimientos en el año 2009 y 2013 y con un valor de referencia de Ps. 8,755 millones y un valor razonable registrado como un pasivo por Ps. 2,955 millones. El resultado de estos contratos para cubrir las materias primas al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue de una ganancia de Ps. 17 millones y pérdidas de Ps. 82 millones y Ps. 106 millones, respectivamente, las cuales fueron recoincidas en los resultados de operación de cada año. Tenemos ciertos contratos de instrumentos financieros derivados que no cumplen con los criterios contables de cobertura. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el valor razonable de estos contratos fue reconocido como pérdidas en la valuación inefectiva de instrumentos financieros derivados y fue por Ps. 217 millones y Ps. 43 millones, respectivamente. El efecto neto de los contratos vencidos que no cumplen con los criterios contables de cobertura representaron una pérdida de Ps. 258 millones y Ps. 27 millones, al 31 de diciembre de 2008 y 2007, respectivamente. El valor razonable es estimado basándose en el precio de mercado cotizado para finalizar los contratos a la fecha del balance.

PUNTOS 12-14. NO APLICABLE

PUNTO 15. CONTROLES Y PROCEDIMIENTOS

(a) Revelen los Controles y Procedimientos

Hemos evaluado, con la participación de nuestro director general y director de finanzas y administración, de la efectividad de nuestros controles y procedimientos de la revelación de la información al 31 de diciembre de 2008. Existen limitaciones inherentes de la efectividad de cualquier de los controles y procedimientos del sistema de revelación, incluyendo la posibilidad de un error humano y el evadir o anular los controles y procedimientos. Por lo tanto, aun controles y procedimientos de revelación efectivos sólo pueden proporcionar certeza razonable de lograr sus objetivos de control. Basados en nuestra evaluación, nuestro director general y director de finanzas y administración concluyeron que nuestros controles y procedimientos de revelación eran efectivos para proporcionar una certeza razonable de que la información requerida para la revelación por nuestra parte de los reportes que presentamos y enviamos de conformidad con las Leyes de Intercambio de Valores es registrada, procesada, resumida y reportada, dentro de los periodos de tiempo en las formas y reglas aplicables, y que sea acumulada y comunicada a nuestra administración, incluyendo nuestro director general y

director de finanzas y administración, de forma apropiada para permitir decisiones oportunas en relación a revelación requerida.

(b) Informe anual de la administración del control interno sobre la información financiera

Nuestros directivos son responsables en establecer y mantener un control interno adecuado sobre la información financiera, como se define en las Reglas 13a-15(f) y 15d-15(f) bajo el “Securities Exchange Act de 1934” y sus modificaciones. Bajo la supervisión y con la participación de nuestros directivos, incluyendo a nuestro presidente ejecutivo y nuestro director de finanzas y administración, condujimos una evaluación de la efectividad de nuestro control interno sobre nuestra información financiera basado en el marco de Control Interno — Marco Integrado emitido por el “Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission”.

Nuestro control interno sobre la información financiera es un proceso diseñado para proveer una seguridad razonable en cuanto a la confiabilidad la información financiera y la preparación de estados financieros para propósitos externos de acuerdo con los principios contables generalmente aceptados. Nuestro control interno sobre la información financiera incluye aquellas políticas y procedimientos que (i) se relacionen con el mantenimiento de registros, que en detalle razonable, reflejen de forma precisa y clara las transacciones y disposiciones sobre nuestros activos; (ii) proveer seguridad razonable que las transacciones estén registradas debidamente para permitir la preparación de estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados, y que nuestros recibos y gastos se estén haciendo de acuerdo con las autorizaciones de nuestros funcionarios y consejeros; y (iii) que proveamos la seguridad razonable en cuanto a la prevención o detección en tiempo de adquisiciones, uso o disposición de nuestros activos de una forma no autorizada que pueda tener un impacto material en nuestros estados financieros.

Debido a limitaciones inherentes, el control interno sobre la información financiera podría no prevenir o detectar los errores de información. Adicionalmente, proyecciones de cualquier evaluación de efectividad a periodos futuros, están sujetas al riesgo de que los controles puedan convertirse en inadecuados por cambios de condiciones o a que el grado de adherencia a políticas y procedimientos pueda verse deteriorado. Basados en nuestra evaluación en el marco de control interno — Marco Integral emitido por el “Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission”, nuestros directivos concluyeron que nuestro control interno sobre la información financiera fue efectivo al 31 de diciembre de 2008.

La efectividad de nuestro control interno sobre los estados financieros al 31 de diciembre de 2008 ha sido auditada por Mancera, S.C., una firma miembro de Ernst & Young Global, una firma de auditores externos independientes, según se establece en el presente reporte aquí incluido.

(c) *[La información contenida en el presente inciso no se incluye en la presente traducción, ya que no se requiere de conformidad con las Disposiciones Generales para Emisoras.]*

(d) Cambios en el Control Interno sobre Información Financiera

Durante 2008 no ha habido ningún cambio en nuestro control interno sobre información financiera que haya afectado materialmente, o que sea razonablemente posible que afecte nuestro control interno sobre la información financiera.

PUNTO 16A. EXPERTO FINANCIERO DEL COMITÉ DE AUDITORÍA

Nuestros accionistas y nuestro consejo de administración han designado al señor José Manuel Canal Hernando, un consejero independiente de acuerdo al requerimiento de la Ley del Mercado de Valores y a los estándares aplicables para cotizar en el Mercado de Valores de Nueva York (New York Stock Exchange), como el “experto financiero del comité de auditoría” de acuerdo al significado de este punto 16A. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Consejeros.”

PUNTO 16B. CÓDIGO DE ÉTICA

Adoptamos un código de ética, dentro del significado de este Punto 16B de la Forma 20-F. Nuestro código de ética aplica a nuestro director general, director de finanzas y administración, director de control interno y personas desempeñando funciones similares, además de nuestros consejeros, funcionarios y empleados. Nuestro código de ética está disponible en nuestro sitio de Internet en www.femsa.com. En caso de modificar las provisiones de nuestro código de ética que aplican a nuestro director general, director de finanzas y administración, director de control interno y personas desempeñando

funciones similares, o si concedemos alguna exención de dichas provisiones, describiremos dichas modificaciones o exenciones en la misma dirección electrónica.

PUNTO 16C. PRINCIPALES HONORARIOS Y SERVICIOS DE AUDITORES

Honorarios de Auditoría y Servicios Distintos a la Auditoría

Para el ejercicio fiscal terminado el 31 de de 2008, Mancera, S.C., una firma miembro de Ernst & Young Global, reemplazó a Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu.

La siguiente tabla resume los honorarios totales facturados a nosotros por Mancera, S.C., una firma miembro de Ernst & Young Global durante 2008 y por Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu durante el 2007, ambas firmas de auditores independientes durante los ejercicios fiscales terminados en 31 de diciembre del 2008 y 2007:

	Año terminado al 31 de diciembre de	
	2008	2007
	(en millones de pesos mexicanos)	
Honorarios de Auditoría.....	Ps. 79	Ps. 103
Honorarios relacionados con Auditoría.....	1	13
Honorarios de Servicios Fiscales	6	9
Honorarios de Otros Conceptos	-	8
Total	Ps. 86	Ps. 133

Honorarios de Auditoría. Los Honorarios de Auditoría en la tabla anterior son los honorarios totales facturados en relación con la auditoría de nuestros estados financieros anuales, así como otros procedimientos limitados, en relación con nuestra información financiera trimestral, auditorías estatutarias y regulatorias.

Honorarios Relacionados con Auditoría. Honorarios relacionados con Auditoría en la tabla anterior para los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2008 y 2007, son los honorarios totales facturados principalmente por servicios de due diligence.

Honorarios de Servicios Fiscales. Los honorarios en la tabla anterior son honorarios facturados por servicios basados en los hechos existentes y transacciones previas para documentar, calcular y obtener aprobación gubernamental por montos incluidos en los trámites fiscales tales como asesoría en la devolución del impuesto al valor agregado, documentación de precios de transferencia y solicitudes para asesoría técnica con las autoridades fiscales.

Honorarios de Otros Conceptos. Otros honorarios en la tabla anterior son honorarios de consultoría y otros honorarios, los cuales representan un 6% del porcentaje del total de los honorarios que nos facturaron al 31 de diciembre de 2007, durante el 2008 no hubo otros honorarios.

Políticas y Procedimientos de Pre-Aprobación del Comité de Auditoría

Hemos adoptado políticas y procedimientos de pre-aprobación bajo los cuales todos los servicios de auditoría y no relacionados con la misma prestados por nuestros auditores externos deben ser pre-aprobados por el comité de auditoría de acuerdo a lo que se establece en los estatutos del comité de auditoría. Cualquier propuesta de servicios proporcionadas por auditores externos requiere ser discutida y aprobada por el comité de auditoría durante sus reuniones, las cuales se celebran por lo menos cuatro veces al año. Una vez que la propuesta de servicios es aprobada, nosotros o nuestras subsidiarias formalizan la prestación de los servicios. La aprobación de cualquier servicio de auditoría o de servicios no relacionados con la misma, a ser proporcionado por nuestros auditores externos se especifica en las minutas de nuestro comité de auditoría. Adicionalmente, los miembros de nuestro consejo de administración son informados en resumen sobre los temas discutidos por los diferentes comités de nuestro consejo de administración.

PUNTO 16D. NO APLICABLE

PUNTO 16E. COMPRAS DE INSTRUMENTOS DE CAPITAL POR EL EMISOR Y COMPRADORES AFILIADOS

Durante 2008 no llevamos a cabo recompra de nuestras acciones. La siguiente tabla presenta compras hechas por fideicomisos que administramos en conexión con nuestro programa de incentivos en acciones, cuyas compras pueden ser consideradas como realizadas por un comprador afiliado nuestro. Véase “Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA”.

Compras de Acciones

Periodo	Número Total de Unidades BD Compradas	Precio promedio pagado por la Unidad BD comprada	Número total de acciones (o unidades) compradas como parte de planes o programas anunciados públicamente	Número máximo (o valor apropiado en dólares) de acciones (o unidades) que aún pueden ser compradas dentro de estos planes o programas
Marzo 1° de 2007	3,202,140	Ps. 41.17	–	–
Marzo 1° de 2008	4,592,920	Ps. 39.51	–	–
Marzo 1° de 2009	5,392,080	Ps. 38.76	–	–

PUNTO 16F. NO APLICABLE

PUNTO 16G. GOBIERNO CORPORATIVO

De conformidad con la Regla 303A.11 del Manual para Compañías que cotizan en la Bolsa de Nueva York (*Listed Company Manual of the New York Stock Exchange*), estamos obligados a presentar un resumen de las formas más significativas en que nuestras prácticas de gobierno corporativo difieren de aquellas requeridas para la empresas estadounidenses bajo los estándares de cotización en la Bolsa de Nueva York. Nosotros somos una empresa mexicana con acciones que cotizan en la BMV. Nuestras prácticas de gobierno corporativo están regidas por nuestros estatutos, la Ley del Mercado de Valores (LMV) y las normas expedidas por CNBV. Asimismo revelamos nuestro grado de adhesión de conformidad con el Código de Mejores Prácticas Corporativas, que fue creado en enero de 2001 por un grupo de empresas mexicanas líderes, y el cual fue aprobado por la CNBV.

La tabla siguiente muestra las diferencias significativas entre nuestras prácticas de gobierno corporativo y los estándares de la Bolsa de Nueva York.

Estándares de la Bolsa de Nueva York

Independencia de los Consejeros: La mayoría del consejo de administración debe ser independiente.

Nuestras Prácticas de Gobierno Corporativo

Independencia de los Consejeros: De acuerdo a la LMV, debemos contar con un Consejo de Administración de máximo 21 miembros, de los cuales el 25% debe ser independiente.

La LMV establece, en el artículo 26, la definición de independencia, la cual difiere de la establecida en la Sección 302A.02 del Manual para Compañías que cotizan en la Bolsa de Nueva York. En general, bajo la LMV, un consejero no será independiente si: (i) es empleado o ejecutivo relevante de la compañía o sus subsidiarias; (ii) es un individuo con influencia significativa sobre la compañía o sus subsidiarias; (iii) es un accionista o parte del grupo de control de la compañía; (iv) es un cliente, proveedor, deudor, acreedor, socio o empleado de un cliente, proveedor, deudor o acreedor importante de la compañía o; (v) si es familiar de alguna de las personas antes mencionadas.

De acuerdo con la LMV, nuestros accionistas deben hacer una determinación sobre la independencia de nuestros consejeros en la asamblea ordinaria de accionistas; aunque la CNBV puede objetar dicha determinación. Nuestro consejo de administración no es requerido para

calificar la independencia de nuestros consejeros.

Sesiones Ejecutivas: Los consejeros no ejecutivos deben reunirse en sesiones programadas regularmente sin la administración.

Sesiones Ejecutivas: Bajo nuestros estatutos y la ley mexicana aplicable, nuestros consejeros no ejecutivos y los independientes no son requeridos para reunirse en sesiones ejecutivas.

Nuestros estatutos establecen que el consejo de administración deberá reunirse al menos cuatro veces al año, al término de cada trimestre, para discutir nuestros resultados operativos y el progreso obtenido en los objetivos estratégicos. Nuestro consejo de administración también puede reunirse en sesiones extraordinarias.

Comité de Gobierno Corporativo/Designación: Se requiere un comité de gobierno corporativo/designación compuesto en su totalidad de consejeros independientes.

Comité de Gobierno Corporativo/Designación: No somos requeridos de tener un comité de designación, y el Código de Mejores Prácticas Corporativas no estipula un comité de designación.

Comité de Compensaciones: Se requiere un comité de compensaciones compuesto enteramente de consejeros independientes.

Sin embargo, la ley mexicana nos exige tener Comité de Prácticas Societarias; nuestro Comité de Prácticas Societarias está compuesto por tres miembros y, como lo exige la LMV y nuestros estatutos, los tres son independientes.

Comité de Compensación: No tenemos un comité que exclusivamente supervise las cuestiones de compensaciones. Nuestro Comité de Prácticas Societarias, compuesto enteramente de consejeros independientes, revisa y recomienda los programas de compensación administrativa para asegurar que estén alineados con los intereses de los accionistas y al desempeño de la compañía.

Comité de Auditoría: Las compañías que coticen deberán tener un comité de auditoría que satisfaga el requisito de independencia y otros establecidos en la Regla 10A-3 del *Securities Exchange Act* de 1934 y de los estándares de independencia de la Bolsa de Nueva York.

Comité de Auditoría: Tenemos un Comité de Auditoría de cuatro miembros. Cada miembro del Comité de Auditoría es un consejero independiente, como es requerido por la LMV.

Plan de Incentivos de Acciones: Los planes de compensación de valores requieren aprobación de los accionistas, sujeto a limitadas excepciones.

Plan de Incentivos de Acciones: No se requiere la aprobación de los accionistas, bajo la ley mexicana y nuestros estatutos, para la adopción y reforma de un plan de incentivos de acciones. Dichos planes deberán prever una aplicación general para todos los ejecutivos. Nuestros planes de compensación actuales han sido aprobados por nuestro consejo de administración.

Código de Ética y de Gestión del Negocio: Guía de Gobierno Corporativo y un código de ética y conducta son requeridos, con la revelación de cualquier dispensa para consejeros y directores.

Código de Ética y de Gestión del Negocio: Hemos adoptado un código de ética, dentro del significado del Artículo 16B de la Comisión de Valores de los Estados Unidos de América en la forma 20F. Nuestro código de ética es aplicable a nuestro Director General, nuestro Director de Finanzas y a personas desempeñando funciones similares así como a nuestros directores y otros ejecutivos y empleados. Nuestro código de ética está disponible en nuestro sitio de Internet www.femsa.com. Si modificamos las disposiciones de nuestro código de ética aplicables a nuestro Director General, Director de Finanzas o a las personas desempeñando funciones similares, o si concedemos alguna dispensa de dichas disposiciones, revelaremos dicha modificación o dispensa en nuestro sitio de Internet en la misma dirección.

PUNTO 17. NO APLICABLE

PUNTO 18. ESTADOS FINANCIEROS

Ver páginas F-1 a F-48, incorporadas al presente por referencia.

Los estados financieros aquí presentados no contienen las notas relativas a U.S. GAAP, debido a que no son requeridas por las Disposiciones Generales para Emisoras.

PUNTO 19. ANEXOS

- 1.1. Estatutos Sociales de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V., aprobados el 22 de abril de 2008, junto con la traducción al inglés del mismo. (incorporado por referencia al Anexo 1.1 del Reporte Anual de FEMSA en la Forma 20-F presentado el 30 de junio de 2008 (Expediente No. 333-08752)).
- 2.1. Contrato de Depósito, modificado el 11 de mayo de 2007, entre FEMSA, The Bank of New York, y todos los demás dueños y tenedores de tiempo en tiempo de cualquier Recibos Depositarios Americanos (American Depositary Receipts), incluyendo la forma del Recibo Depositario Americano (American Depositary Receipt) (incorporado por referencia al Registro de Emisión en la Forma F-6 presentado el 30 de abril de 2007 (Expediente No. 333-142469)).
- 2.2. Modelo de certificado que representa una Unidad BD, consistente en una Acción Serie B, dos acciones Serie D-B y dos acciones Serie D-L, junto con una traducción al inglés (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentado el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 2.3. *Indenture*, de fecha 11 de julio de 1997, por y entre Corporación Interamericana de Bebidas S.A. de C.V., y The Chase Manhattan Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 4.1 al Registro de Emisión de Panamco en la Forma F-4, presentada el 7 de noviembre 1997 (Expediente No. 333-07918)).
- 2.4. Primer *Indenture* Suplementario, de fecha 15 de octubre de 2003, entre Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario, y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 2.5. Segundo *Indenture* Suplementario, de fecha 19 de noviembre de 2003, entre Corporación Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario, y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.6 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 2.6. Tercer *Indenture* Suplementario, de fecha 1 de agosto de 2007, entre Propimex, S.A. de C.V., como Emisor, Coca-Cola FEMSA, como Obligado Solidario y JPMorgan Chase Bank, como Fiduciario (incorporado por referencia al Anexo 2.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2008 (Expediente No. 1-12260)).
- 3.1. Contrato del fideicomiso de voto modificado entre ciertos accionistas principales de FEMSA junto con su traducción al inglés (incorporado por referencia al Anexo 13D de FEMSA modificado presentado el 11 de agosto de 2005 (Expediente No.005-54705)).
- 4.1. Convenio de Accionistas Modificado, de fecha 6 de julio de 2002, por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company e Inmex (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.2. Convenio Modificadorio del 6 de mayo de 2003 al Convenio de Accionistas Modificado de fecha 6 de julio de 2002 por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company, Inmex, Atlantic Industries, Dulux CBAI 2003 B.V. y Dulux CBEXINMX 2003 B.V. (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.3. Contrato de Embotellador Modificado, de fecha 21 de junio de 2003, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (incorporado por referencia al Anexo 4.3 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.4. Convenio Suplementario, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.3 del Registro de Emisión de Coca-Cola FEMSA en la Forma F-1 presentada el 13 de agosto de 1993 (Expediente No. 333-67380)).
- 4.5. Contrato de Embotellador Modificado, de fecha 21 de junio de 2003, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.6. Convenio Suplementario, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en el sureste de México (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.4 del Registro de Emisión de Coca-Cola FEMSA en la Forma F-1 presentada el 13 de agosto de 1993 (Expediente No. 333-67380)).
- 4.7. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009, entre The Coca-Cola Company e Industria Nacional de Gaseosas, S.A. en relación a las operaciones en Colombia (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.19 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2008 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.8. Convenios Modificatorios, de fecha 17 de mayo y 20 de julio de 1995, al Contrato de Embotellador y la Carta Convenio, de fecha 22 de agosto de 1994, cada una en relación a las operaciones en Argentina entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.3 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.9. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.4 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.10. Convenio Suplementario, de fecha 1 de diciembre de 1995 entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.6 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.11. Convenio Modificatorio, de fecha 1 de febrero de 1996, al Contrato de Embotellador entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA, de fecha 1 de diciembre de 1995 (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 28 de junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.12. Convenio Modificatorio, de fecha 22 de mayo de 1998, al Contrato Embotellador en relación al anterior territorio de SIRSA, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 20 de junio de 2001 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.13. Contrato de Embotellador, de fecha 16 de agosto de 1996, y Carta de Renovación, de fecha 9 de febrero 2001, entre The Coca-Cola Company y Embotelladora Coca-Cola y Hit de Venezuela, S.A., en relación a las operaciones en Venezuela (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA de la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.14. Contrato de Embotellador, de fecha 16 de agosto de 1996, y Carta de Renovación, de fecha 9 de febrero 2001, entre Advantage Investments Inc. y Embotelladora Coca-Cola y Hit de Venezuela, S.A., en relación a las operaciones en Venezuela (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA de la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.15. Contrato de Suministro, de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y FEMSA Empaques (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentada el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 4.16. Contrato de Embotellador y Carta Complementaria de fecha 1 de junio de 2005, entre Panamco Golfo, S.A. de C.V. y The Coca Cola Company en relación a las operaciones en Golfo, México (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.7 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.17. Contrato de Embotellador y Carta Complementaria de fecha 1 de junio de 2005, entre Panamco Bajío, S.A. de C.V. y The Coca Cola Company en relación a las operaciones en Bajío, México (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.8 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.18. Carta de Renovación, de fecha 12 de diciembre de 2005, entre The Coca-Cola Company y Embotelladora Central, S.A., en relación a las operaciones en Guatemala (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.10 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.19. Carta de Renovación de fecha 4 de enero de 2006 entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola de Panamá, Compañía Embotelladora, S.A., en relación a las operaciones en Panamá (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.20. Contrato de Manufactura, de fecha 16 de abril de 1999, entre Coca-Cola Industries Ltda., SPAL—Industria Brasileira de Bebidas, S.A. y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Sao Paulo, Brasil (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-2260)).
- 4.21. Contrato de Manufactura, de fecha 16 de abril de 1999, entre Coca-Cola Industries Ltda., SPAL—Industria Brasileira de Bebidas, S.A. y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Campinas, Brasil (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-2260)).
- 4.22. Contrato de Manufactura, de fecha 16 de abril de 1999, entre Coca-Cola Industries Ltda., SPAL—Industria Brasileira de Bebidas, S.A. y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Campo Grande, Brasil (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-2260)).
- 4.23. Contrato de Licencia del Nombre Comercial de Coca-Cola de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentada el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 4.24. Convenio Modificatorio al Contrato de Licencia de Marca, de fecha 1 de diciembre de 2002, celebrado por y entre Administración de Marcas, S.A. de C.V., como propietario, y The Coca-Cola Export Corporation sucursal México, como licenciatario (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.25. Contrato de Sub-licencia de Marca, de fecha 4 de enero de 2003, celebrado por y entre Panamco Golfo S.A. de C.V., como licenciante, y The Coca-Cola Company, como licenciatario (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-2290)).
- 4.26. Contrato de Sub-licencia de Marca, de fecha 4 de enero de 2003, celebrado por y entre Panamco Bajío S.A. de C.V., como licenciante, y The Coca-Cola Company, como licenciatario (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de marzo de 2003 (Expediente No. 1-2290)).

- 4.27. Contrato de Suministro de fecha 3 de abril de 1998, entre ALPLA Fábricas de Plásticos, S.A. de C.V. e Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 1 de julio de 2002 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.28. Contrato de Suministro de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y FEMSA Empaques, (incorporado por referencia al Anexo 10.7 del Registro de Emisión de Coca-Cola FEMSA en la Forma F-1 presentada en agosto 13 de 1993 (Expediente No. 333-67380)).
- 4.29. Contrato de Suministro de fecha 3 de abril de 1998, entre ALPLA Fábricas de Plásticos, S.A. de C.V. e Industria Embotelladora de México, S.A. de C.V (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.18 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 1 de julio de 2002 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.30. Contrato de Prestación Servicios, de fecha 7 de noviembre de 2000, entre Coca-Cola FEMSA y FEMSA Logística (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.15 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 20 de junio de 2001 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.31. Convenio de Promoción y No-Competencia de fecha 11 de marzo de 2003, celebrado por y entre The Coca-Cola Export Corporation sucursal México y Panamco Bajío, S.A. de C.V. (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.32. Convenio de Promoción y No-Competencia de fecha 11 de marzo de 2003, celebrado por y entre The Coca-Cola Export Corporation rama México y Panamco Golfo, S.A. de C.V. (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.33. Memorándum de Entendimiento, de fecha 11 de marzo de 2003, por y entre Panamco, como vendedor, y The Coca-Cola Company, como comprador (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.34. Carta de Renovación, de fecha 12 de diciembre de 2005, entre The Coca-Cola Company e Industria Nacional de Gaseosas S.A., en relación a las operaciones en Colombia (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 18 de abril de 2006 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.35. Contrato de Licencia de Nombre Comercial de Coca-Cola de fecha 21 de junio de 1993, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.40 del Registro de Emisión de FEMSA en la Forma F-4 presentada el 9 de abril de 1998 (Expediente No. 333-8618)).
- 4.36. Contrato Embotellador, de fecha 22 de agosto de 1994, entre Coca-Cola Femsas y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Argentina (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.1 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 1995 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.37. Convenio Suplementario, de fecha 22 de agosto de 1994, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en Argentina (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.2 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 junio de 1995 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.38. Convenios Modificatorios, de fecha 17 de mayo y 20 de julio de 1995, al Contrato de Embotellador y a la Carta Convenio de fecha 22 de agosto de 1994, cada una en relación a las operaciones en Argentina, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.3 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 28 junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.39. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.4 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 28 junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.40. Convenio Suplementario, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.6 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 28 junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.41. Convenio Modificadorio, de fecha 1 de febrero de 1996, al Contrato de Embotellador entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company en relación a las operaciones en SIRSA (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 10.5 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 28 junio de 1996 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.42. Convenio Modificadorio de fecha 22 de mayo de 1998, al Contrato de Embotellador en relación al antiguo territorio de SIRSA, de fecha 1 de diciembre de 1995, entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company (con traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 20 de junio de 2001 (File No. 1-12260)).
- 4.43. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009 entre The Coca-Cola Company e Industria Nacional de Refrescos, S.A. en relación a las operaciones en Nicaragua (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260))
- 4.44. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de agosto de 1947, entre The Coca-Cola Company y The Panama Coca-Cola Bottling Company, en relación a las operaciones en Panamá (incorporado por referencia al Anexo 4.13 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 25 de junio de 2007 (Expediente No. 1-12260))
- 4.45. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de noviembre de 1994 entre The Coca-Cola Company t Coca-Cola de Panamá, Compañía Embotelladora, S.A. en relación a las operaciones en Panamá (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 25 de junio de 2007 (Expediente No. 1-12260))
- 4.46. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009 entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA de Panamá, S.A., en relación a las operaciones en Panamá (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.15 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260))
- 4.47. Contrato de Embotellador y Carta Convenio, ambos de fecha 1 de octubre de 2002, entre The Coca-Cola Company y Embotelladora Panamco Tica, S.A. en relación a las operaciones en Costa Rica (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.11 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente 1-12260)).
- 4.48. Contrato de Embotellador, de fecha 1 de julio de 1999 entre The Coca-Cola Company y Panamco-Colombia, S.A. en relación a las operaciones en Colombia (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.12 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.49. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009, entre The Coca-Cola Company y Embotelladora Central, S.A., en relación a las operaciones en Guatemala (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.10 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260))
- 4.50. Contrato de Embotellador, de fecha 16 de agosto de 1996 y Carta de Renovación, de fecha 9 de febrero de 2001, entre Advantage Investments, Inc. y Embotelladora Coca-Cola y Hit de Venezuela, S.A. en relación a las operaciones en Venezuela (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 5 de abril de 2004 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.51. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009, entre The Coca-Cola Company y Embotelladora Hit de Venezuela, S.A. de C.V., en relación a las operaciones en Venezuela (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.22 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260)).

- 4.52. Carta de Renovación, de fecha 3 de junio de 2009, entre The Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA de Costa Rica, S.A., en relación a las operaciones en Costa Rica (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.17 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentada el 30 de junio de 2009 (Expediente No. 1-12260)).
- 8.1. Principales Subsidiarias.
- 12.1. Certificación del Director General según la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 30 de junio de 2009.⁽¹⁾
- 12.2. Certificación del Director de Finanzas según la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 30 de junio de 2009.⁽¹⁾
- 13.1. Certificación de Funcionario según la Sección 906 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 30 de junio de 2009.⁽¹⁾

⁽¹⁾ El presente anexo no se incluye en la presente traducción por no ser requerida por las Disposiciones Generales para Emisoras

FIRMA

El registrante, por medio del presente, certifica que cumple con todos los requisitos de presentación indicados en la Forma 20-F y ha dado instrucciones y autorizado debidamente al suscrito para que firme este reporte anual en su nombre.

Fecha: 30 de junio de 2009

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

Por: /f/ Javier Astaburuaga Sanjines

Nombre: Javier Astaburuaga Sanjines

Cargo: Director de Finanzas

PRINCIPALES SUBSIDIARIAS

La siguiente tabla presenta nuestras más significativas subsidiarias al 29 de mayo de 2009:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA ⁽¹⁾	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽²⁾	México	53.7%
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V.	México	51.9%
Panamco México, S.A. de C.V.	México	53.7%
Refrescos Latinoamericanos, S.A. de C.V.	México	53.7%
Spal Industria Brasileira de Bebidas, S.A.	Brasil	52.6%
Emprex Cerveza	México	100.0%
Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Cerveza	México	100.0%
Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Comercio	México	100.0%

⁽¹⁾ Compañía Internacional de Bebidas, S.A. de C.V., a la cual nos referimos como CIBSA.

⁽²⁾ Porcentaje del capital social. FEMSA posee el 63.0% del capital social con derecho a voto.

ADDENDUM A

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA AL REPORTE ANUAL BAJO LA FORMA 20-F ANTE LA SECURITIES EXCHANGE COMMISSION DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, REQUERIDA POR LAS DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL APLICABLES A LAS EMISORAS DE VALORES

1) INFORMACIÓN GENERAL

d) Otros Valores Inscritos en el Registro Nacional de Valores

La Compañía cuenta con otros valores inscritos en el Registro Nacional de Valores. Las Unidades BD de la Compañía cotizan en forma de American Depositary Receipts en The New York Stock Exchange bajo la clave de cotización FMX.

La Compañía al amparo de un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 5,000,000,000 (cinco mil millones de pesos 00/100 M.N.) bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. DGE-428-428 del 2 de julio de 2004 (el "Programa de Certificados Bursátiles 2004") con una vigencia de cuatro años, realizó dos emisiones: (i) Ps. 1,250,000,000 (un mil doscientos cincuenta millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 04" la cual ya fue pagado en julio de 2008 y (ii) Ps. 1,250,000,000 (un mil doscientos cincuenta millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 04-2" con fecha de vencimiento del día 2 de julio de 2009.

Así mismo, tiene autorizado otro Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 10,000,000,000 (diez mil millones de pesos 00/100 M.N.) bajo Autorización Comisión Nacional Bancaria y de Valores No. 153/1654782/2007 del 4 de diciembre de 2007. Bajo este Programa se han realizado tres emisiones: (i) Ps. 3,500,000,000 (tres mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 07"; (ii) UDIs. 637,587,000 (seiscientos treinta y siete millones quinientos ochenta y siete mil), bajo clave de pizarra "FEMSA 07U" y (iii) Ps. 1,500,000,000 (un mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 08".

La Compañía entrega reportes financieros trimestrales, anuales y de eventos relevantes a las autoridades reguladoras de los Estados Unidos de América con la misma periodicidad que a las autoridades competentes de México. La Compañía ha entregado en forma completa y oportuna los reportes en los últimos 3 ejercicios sobre eventos relevantes, así como la información jurídica y financiera a que está obligada a presentar de forma periódica de acuerdo con las leyes aplicables en México y en los Estados Unidos de América.

g) Documentos de Carácter Público

La documentación presentada por la Compañía a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) podrá ser consultada en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), en sus oficinas o en su página de Internet en la dirección www.bmv.com.mx. Copias de dicha documentación podrán obtenerse a petición de cualquier inversionista, mediante una solicitud al Departamento de Relación con Inversionistas de la Compañía, en sus oficinas ubicadas en General Anaya No. 601 Pte., Col. Bella Vista, Monterrey, N.L. 64410, México o al teléfono (81) 8328-6167, a la atención del Arq. Juan Fonseca. Asimismo, cierta información presentada por la Compañía a la CNBV y a la BMV e información relacionada con la Compañía puede ser consultada en su página de Internet en la dirección www.femsa.com/inversionista.

2) LA EMISORA

b) Descripción del Negocio

iii) Patentes, licencias, marcas y otros contratos

Los derechos para producir y distribuir productos de las marcas propiedad de The Coca-Cola Company en diferentes territorios de América están amparados en los contratos que The Coca-Cola Company tiene celebrados con Coca-Cola FEMSA. Dichos contratos se encuentran descritos en el presente reporte en el Punto 10. Información Adicional – Principales Contratos.

FEMSA Cerveza produce, distribuye y comercializa sus productos a través de su principal subsidiaria Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V. ("CCM"), la cual opera seis plantas en México que producen y distribuyen diferentes productos de las marcas propiedad indirectamente de FEMSA Cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Tecate Light, Sol, Carta Blanca e Indio. FEMSA Cerveza igualmente cuenta con algunos contratos de distribución de marcas que no son de su propiedad, tal es el caso de la cerveza Coors Light bajo el contrato celebrado entre CCM y Coors Brewing Company el 23 de junio de 2004, por un período de 10 años con la opción de renovarse al término del mismo. Adicionalmente, FEMSA Cerveza, con la adquisición de Kaiser, igualmente adquirió las marcas de dicha cervecera de las cuales Kaiser, Bavaria y Sol son las más importantes.

FEMSA Comercio y subsidiarias, operan una cadena de tiendas de conveniencia en México bajo el nombre de "OXXO" marca que se encuentra debidamente registrada y es de nuestra propiedad.

xii) Acciones Representativas del Capital Social

De acuerdo al artículo sexto de los estatutos sociales de FEMSA, el capital social de la Compañía es variable. El capital social mínimo fijo no sujeto a retiro, es de Ps. 300,000,000. La parte variable del capital social es ilimitado. Todas las acciones serán nominativas, de libre suscripción y sin expresión de valor nominal.

En los últimos tres ejercicios no se han realizado emisión de acciones.

3) INFORMACIÓN FINANCIERA

a) Información financiera seleccionada

La emisión realizada bajo el Programa de Certificados Bursátiles 2004 por Ps.1,250,000,000 (un mil doscientos cincuenta millones de pesos 00/100 M.N.), bajo clave de pizarra "FEMSA 04-2"; se encuentra avalada por FEMSA Cerveza. La información financiera de FEMSA Cerveza puede consultarse en el presente documento en el Punto 4. La Compañía - FEMSA Cerveza.

4) ADMINISTRACIÓN

a) Auditores Externos

El 27 de febrero del 2008 la Compañía, anunció que el Consejo de Administración, contando con previa recomendación del Comité de Auditoria y continuando con las buenas prácticas de gobierno corporativo de la compañía, aprobó la rotación de sus auditores externos.

Por tal motivo, FEMSA contrató al despacho Ernst & Young para realizar la auditoria externa de la sociedad y de sus subsidiarias a partir del año 2008. El despacho Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. (Deloitte) continuó a cargo de la auditoria externa de los resultados del 2007 y continúa proporcionando algunos otros servicios fiscales, legales y financieros a la Compañía.

PERSONAS RESPONSABLES

Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación. Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

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

/f/ José Antonio Fernández Carbajal
Ing. José Antonio Fernández Carbajal
Director General

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

/f/ Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines
C.P. Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico

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

/f/ Carlos E. Aldrete Ancira
Lic. Carlos E. Aldrete Ancira
Director Jurídico

30 de Junio de 2009

El suscrito manifiesta bajo protesta de decir verdad que los estados financieros de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y Subsidiarias que contiene el presente reporte anual fueron dictaminados de acuerdo con las normas y procedimientos de auditoría generalmente aceptadas en México. Asimismo, manifiesta que, dentro del alcance del trabajo realizado para dictaminar los estados financieros antes mencionados, no tiene conocimiento de información financiera relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

30 de junio de 2009

/f/ Gabriel González Martínez

C.P.C. Gabriel González Martínez

Auditor Externo

Socio de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.

Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu

/f/ Jorge Alberto Villarreal González

C.P.C. Jorge Alberto Villarreal González

Representante Legal

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.

**FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MÉXICO
INDICE DE ESTADOS FINANCIEROS**

Página

Dictamen de Mancera S.C., Integrante de Ernst & Young Global ,de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias	F-1
Dictamen de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., Integrante de Deloitte Touche Tohmatsu, de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias por el año terminado al 31 de diciembre de 2007	F-2
Estados Consolidados de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2008 y 2007.....	F-3
Estados Consolidados de Resultados por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006	F-4
Estado Consolidado de Flujos de Efectivo por el año terminado al 31 de diciembre de 2008	F-5
Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006	F-6
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006.....	F-7
Notas a los Estados Financieros Consolidados	F-8
Dictamen de los Auditores Independientes a los Accionistas de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias	F-48

Dictamen de los Auditores Independientes

A la Asamblea General de Accionistas de Fomento Economico Mexicano, S .A.B. de C .V. y Subsidiarias:

Hemos examinado el balance general consolidado de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, al 31 de diciembre de 2008, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo, que le son relativos, por el año terminado en esa fecha. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestra auditoría. Los estados financieros consolidados de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, fueron dictaminados por otra firma de Contadores Públicos, quienes expresaron una opinión sin salvedades, con fecha 25 de febrero de 2008.

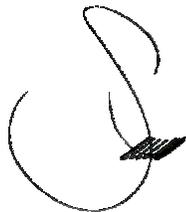
Nuestro examen fue realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están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

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, al 31 de diciembre de 2008 y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo, por el año terminado en esa fecha, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Como se menciona la nota 2 a) a los estados financieros, a partir del 1 de enero del 2008, la Compañía adoptó la norma de información financiera B-2, estado de flujos de efectivo, de aplicación prospectiva, por lo que este estado no es comparable con los estados de cambios en la situación financiera que se acompañan. Asimismo, la Compañía adoptó los nuevos pronunciamientos de las normas de información financiera mexicanas que entraron en vigor en 2008, las cuales se mencionan en la Nota 2 a los estados financieros.

Mancera, S.C.

Integrante de Ernst & Young Global



C.P.C. Víctor Luis Soulé García

Monterrey, N.L., México

5 de marzo de 2009

Deloitte.

Dictamen de los Auditores Independientes

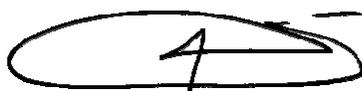
Al Consejo de Administración y Accionistas de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.:

Hemos examinado el estado consolidado de situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y subsidiarias (la “Compañía”) al 31 de diciembre de 2007 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 los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías. No examinamos los estados financieros de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias (subsidiaria consolidada), cuyos estados financieros representan el 9% de los activos totales consolidados en 2007 y el 29% y 27% de los ingresos totales consolidados por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, respectivamente. Dichos estados financieros fueron examinados por otros auditores, cuyo informe nos ha sido proporcionado, y nuestra opinión aquí expresada con respecto a las cantidades incluidas de FEMSA Comercio S.A. de C.V. y subsidiarias, está basada únicamente en el informe de dichos auditores.

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

En nuestra opinión, basados en nuestros exámenes y el informe de los otros auditores, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2007, 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 años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

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



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

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2008		2007
ACTIVO			
Activo Circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 659	Ps. 9,110	Ps. 10,456
Cuentas por cobrar	778	10,759	9,329
Inventarios	945	13,065	10,037
Impuestos por recuperar	213	2,951	1,699
Inversión en acciones disponibles para venta	-	-	684
Otros activos circulantes	226	3,132	1,280
Total activo circulante	2,821	39,017	33,485
Inversión en acciones	142	1,965	1,863
Propiedad, planta y equipo	4,441	61,425	54,707
Botellas y cajas	270	3,733	3,125
Activos intangibles	4,721	65,299	60,234
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	90	1,247	1,264
Otros activos	893	12,354	11,117
TOTAL ACTIVO	13,378	185,040	165,795
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo Circulante:			
Préstamos bancarios	419	5,799	3,447
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	423	5,849	5,917
Intereses por pagar	27	376	475
Proveedores	1,209	16,726	13,657
Cuentas por pagar	420	5,804	4,658
Obligaciones fiscales por pagar	292	4,044	3,658
Otros pasivos circulantes	398	5,496	1,705
Total pasivo circulante	3,188	44,094	33,517
Pasivo a Largo Plazo:			
Préstamos bancarios y documentos por pagar	2,329	32,210	30,665
Obligaciones laborales	209	2,886	3,718
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	174	2,400	3,584
Contingencias y otros pasivos	473	6,555	4,658
Total pasivo a largo plazo	3,185	44,051	42,625
Total pasivo	6,373	88,145	76,142
Capital Contable:			
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	2,030	28,074	25,075
Interés mayoritario:			
Capital social	387	5,348	5,348
Prima en suscripción de acciones	1,486	20,551	20,612
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	2,814	38,929	38,108
Utilidad neta	485	6,708	8,511
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(197)	(2,715)	(8,001)
Total interés mayoritario	4,975	68,821	64,578
Total capital contable	7,005	96,895	89,653
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 13,378	Ps. 185,040	Ps. 165,795

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

Monterrey, N.L., México.



José Antonio Fernández Carbajal
 Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
 Director de Finanzas

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Resultados

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.), excepto información por acción ⁽¹⁾.

	2008		2007	2006
Ventas netas	\$ 12,086	Ps. 167,171	Ps. 147,069	Ps. 135,647
Otros ingresos de operación	61	851	487	473
Ingresos totales	12,147	168,022	147,556	136,120
Costo de ventas	6,535	90,399	79,739	73,338
Utilidad bruta	5,612	77,623	67,817	62,782
Gastos de operación:				
De administración	689	9,531	9,121	8,873
De ventas	3,283	45,408	38,960	35,272
	3,972	54,939	48,081	44,145
Utilidad de operación	1,640	22,684	19,736	18,637
Otros gastos, neto	(172)	(2,374)	(1,297)	(1,650)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(356)	(4,930)	(4,721)	(4,469)
Producto financiero	43	598	769	792
Fluctuación cambiaria	(122)	(1,694)	691	(217)
Ganancia por posición monetaria	47	657	1,639	1,488
(Pérdida) ganancia en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	(105)	(1,456)	69	(113)
	(493)	(6,825)	(1,553)	(2,519)
Utilidad antes de impuesto	975	13,485	16,886	14,468
Impuesto a la utilidad	304	4,207	4,950	4,608
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Utilidad neta mayoritaria	485	6,708	8,511	7,127
Utilidad neta minoritaria	186	2,570	3,425	2,733
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.02	Ps. 0.33	Ps. 0.42	Ps. 0.36
Por acción Serie "D"	\$ 0.03	Ps. 0.42	Ps. 0.53	Ps. 0.44

(1) Las cifras al 31 de diciembre de 2007 y 2006 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2).

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

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2008	
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Operación:		
Utilidad antes de impuesto	\$ 975	Ps. 13,485
Partidas virtuales operativas	67	930
Otras partidas operativas	101	1,390
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación	398	5,508
Amortización	185	2,560
Pérdida por venta de propiedad, planta y equipo	13	185
Bajas de planta y equipo	36	502
Producto financiero	(43)	(598)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Gasto financiero	356	4,930
Fluctuación cambiaria	122	1,694
Ganancia en posición monetaria	(47)	(657)
Pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	105	1,456
	2,268	31,385
Cuentas por cobrar	(27)	(367)
Inventarios	(210)	(2,900)
Otros activos	3	35
Proveedores y cuentas por pagar	116	1,599
Otros pasivos	47	653
Obligaciones laborales	(42)	(587)
Impuestos a la utilidad pagados	(488)	(6,754)
Flujo neto de efectivo generado por actividades de operación	1,667	23,064
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Inversión:		
Adquisición REMIL	(263)	(3,633)
Otras adquisiciones	(17)	(233)
Intereses cobrados	43	598
Adquisición de propiedad, planta y equipo	(736)	(10,186)
Venta de propiedad, planta y equipo	39	541
Otros activos	(250)	(3,460)
Botellas y cajas	(72)	(990)
Activos intangibles	(50)	(697)
Flujo neto de efectivo de actividades de inversión	(1,306)	(18,060)
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	361	5,004
Flujo Generado (Utilizado) en Actividades de Financiamiento:		
Obtención de préstamos bancarios	1,630	22,545
Pago de préstamos bancarios	(1,496)	(20,693)
Intereses pagados	(414)	(5,733)
Dividendos pagados	(149)	(2,065)
Adquisición de minoritario	(16)	(223)
Otros pasivos	1	9
Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento	(444)	(6,160)
Decremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(83)	(1,156)
Efectos de conversión e inflación	7	97
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	773	10,694
Efectivo restringido al principio del periodo	(17)	(238)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo, neto	756	10,456
Efectivo restringido del año	(21)	(287)
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo, neto	\$ 659	Ps. 9,110

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte del presente estado consolidado de flujos de efectivo.

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estado Consolidado de Cambios en la Situación Financiera

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007	2006
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:		
Utilidad neta consolidada	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Depreciación	4,930	4,954
Amortización y otros cargos virtuales	3,182	3,154
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	93	208
Impuestos diferidos	(239)	78
	19,902	18,254
Capital de trabajo:		
Cuentas por cobrar	(1,536)	(557)
Inventarios	(1,812)	(1,153)
Impuestos por recuperar, neto	453	(568)
Otros activos circulantes e inversión en acciones disponibles para venta	(668)	(173)
Proveedores y otros pasivos circulantes	1,987	1,403
Intereses por pagar	14	25
Obligaciones laborales	(318)	(297)
Recursos netos generados por actividades de operación	18,022	16,934
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:		
Venta del interés minoritario	415	-
Propiedad, planta y equipo	(6,015)	(5,281)
Otros activos	(4,472)	(3,086)
Inversión en acciones	(1,040)	74
Botellas y cajas	(861)	(696)
Activos intangibles	(336)	(433)
Otras adquisiciones de negocios	(128)	(165)
Adquisiciones de interés minoritario en Coca-Cola FEMSA	-	(4,801)
Adquisiciones de FEMSA Cerveza	-	(1,421)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(12,437)	(15,809)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:		
Préstamos bancarios adquiridos	9,660	9,404
Préstamos bancarios pagados	(10,851)	(4,292)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(1,202)	(1,213)
Dividendos decretados y pagados	(1,909)	(1,459)
Contingencias y otros pasivos	(45)	(3,906)
Resultado acumulado por conversión	446	(213)
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento	(3,901)	(1,679)
Efectivo y equivalentes de efectivo:		
Incremento (decremento), neto	1,684	(554)
Efectivo recibido en adquisición de Kaiser	6	55
Saldo inicial	8,766	9,265
Saldo Final	Ps. 10,456	Ps. 8,766

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

FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
MONTERREY, N.L., MEXICO

Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.) ⁽¹⁾.

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones	Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores	Utilidad Neta	Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral	Interés Mayoritario	Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas	Total Capital Contable
Saldos al 31 de diciembre de 2005	Ps. 5,348	Ps. 22,246	Ps. 27,633	Ps. 5,951	Ps. (8,778)	Ps. 52,400	Ps. 21,998	Ps. 74,398
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			5,951	(5,951)		-	-	-
Dividendos decretados y pagados			(1,055)			(1,055)	(404)	(1,459)
Adquisición del interés minoritario de Kaiser						-	467	467
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		(80)				(80)	(95)	(175)
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		(1,609)				(1,609)	(3,192)	(4,801)
Utilidad integral				7,127	(129)	6,998	2,780	9,778
Saldos al 31 de diciembre de 2006	5,348	20,557	32,529	7,127	(8,907)	56,654	21,554	78,208
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			7,127	(7,127)		-	-	-
Dividendos decretados y pagados			(1,525)			(1,525)	(384)	(1,909)
Venta de interés minoritario		55				55	360	415
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza			(23)			(23)	(16)	(39)
Utilidad integral				8,511	906	9,417	3,561	12,978
Saldos al 31 de diciembre de 2007	5,348	20,612	38,108	8,511	(8,001)	64,578	25,075	89,653
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			8,511	(8,511)		-	-	-
Cambio en principio contable (ver Nota 2 b y d)			(6,070)		6,424	354	-	354
Dividendos decretados y pagados			(1,620)			(1,620)	(445)	(2,065)
Adquisiciones de minoritarios de Coca-Cola FEMSA		(61)				(61)	(162)	(223)
Otras transacciones de interés minoritario							91	91
Utilidad integral				6,708	(1,138)	5,570	3,515	9,085
Saldos al 31 de diciembre de 2008	Ps. 5,348	Ps. 20,551	Ps. 38,929	Ps. 6,708	Ps. (2,715)	Ps. 68,821	Ps. 28,074	Ps. 96,895

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2).

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

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

Notas a los Estados Financieros Consolidados

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

Nota 1. Actividades de la Compañía.

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

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

Nota 2. Bases de Presentación.

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

Los estados financieros consolidados de la Compañía se prepararon de acuerdo a las Normas de Información Financiera aplicables en México (“NIF mexicanas”) y son presentados en millones de pesos mexicanos (“Ps.”). La conversión de pesos a dólares americanos (“\$”) se incluye sólo para conveniencia del lector, para este efecto se utilizó la cotización del tipo de cambio de compra de mediodía publicado por el Bank of New York equivalente a 13.8320 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2008.

La presentación de los estados de resultados consolidados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 está de acuerdo a los criterios generales establecidos en la NIF B-3 “Estado de Resultados,” y la Interpretación a la NIF 4 “Presentación en el estado de resultados de la participación de los trabajadores en la utilidad;” ambas normas están en vigor a partir del 1 de enero de 2007. La NIF B-3 no requiere la inclusión de la utilidad de operación en el estado de resultados la cual corresponde a la disminución del costo de ventas y los gastos de operación de los ingresos totales, sin embargo se ha incluido para el entendimiento de la ejecución financiera y económica de la Compañía. Atendiendo a las prácticas de la industria a la que pertenece, la Compañía clasifica por función sus costos y gastos dentro del estado de resultados.

Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2006 han sido actualizadas y convertidas al 31 de diciembre de 2007, última fecha del reconocimiento de la contabilidad inflacionaria de la entidad informante.

El estado de situación financiera consolidado del año anterior presenta algunas reclasificaciones para efectos comparativos con el año actual que no afectan la razonabilidad de la información originalmente presentada.

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

El 25 de febrero de 2009, el Consejo de Administración de FEMSA, aprobó por unanimidad los presentes estados financieros consolidados y las notas que los acompañan, el 25 de marzo de 2009 durante la Asamblea Ordinaria de accionistas de FEMSA, se ratificaron los presentes estados financieros consolidados.

El 1 de enero de 2008, entraron en vigor diversas NIF mexicanas que tienen impacto tanto en el registro como en la presentación de la información financiera. A continuación se describen dichos cambios y su aplicación en los presentes estados financieros consolidados:

a) NIF B-2, “Estado de Flujo de Efectivo”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-2 “Estado de Flujos de Efectivo.” Como lo establece la NIF B-2 se incluye el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo al 31 de diciembre de 2008. Para los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, la NIF B-2 requiere la presentación del Estado de Cambios en la Situación Financiera, el cual no es comparable al flujo de efectivo. La adopción de esta norma requiere revelaciones complementarias que anteriormente no se presentaban.

b) NIF B-10, “Efectos de la Inflación”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-10 “Efectos de la Inflación.” Antes de 2008, la Compañía actualizaba los estados financieros para reflejar el impacto inflacionario del periodo para efectos de comparabilidad.

La NIF B-10 establece dos entornos: a) Entorno Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es igual o mayor al 26%, caso en el cual se requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación a través del método integral como se describe en la NIF B-10; el reconocimiento de la inflación en entornos económicos inflacionarios se hace a partir de que la entidad se vuelve inflacionaria, y b) Entorno no Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es inferior al 26%, en cuyo caso no se deben de registrar los efectos de la inflación en los estados financieros, manteniéndose los efectos de la inflación del periodo inmediato anterior en el cual se aplicó la contabilidad inflacionaria.

Al 31 de diciembre de 2008, las operaciones de la Compañía se clasifican de la siguiente forma considerando la inflación acumulada de los últimos tres años:

	Inflación Acumulada 2005-2007	Tipo de Economía
México	11.6%	No Inflacionaria
Guatemala	24.6%	No Inflacionaria
Colombia	16.0%	No Inflacionaria
Brasil	13.5%	No Inflacionaria
Panamá	12.3%	No Inflacionaria
Venezuela	63.8%	Inflacionaria
Nicaragua	39.9%	Inflacionaria
Costa Rica	38.3%	Inflacionaria
Argentina	33.8%	Inflacionaria

Para la desconexión de la contabilidad inflacionaria, la NIF B-10 indica que el Resultado por Tenencia de Activos No Monetarios (RETANM) correspondiente a ejercicios anteriores se deberá reclasificar a utilidades retenidas. El 1 de enero de 2008, el saldo por RETANM reclasificado a utilidades retenidas fue de Ps. 6,070 (ver Estado Consolidado de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable).

Hasta el 31 de diciembre de 2007, la Compañía actualizaba sus inventarios a través de costos de reposición; a partir de 2008 como resultado de la adopción de la NIF B-10, en entornos no inflacionarios la Compañía realiza la valuación de inventarios con base en los métodos de valuación estipulados en el Boletín C-4 “Inventarios” y para entidades en entornos inflacionarios, los inventarios se actualizan utilizando factores derivados de la inflación. El cambio de esta metodología impactó los resultados consolidados de la Compañía, incrementando el costo de ventas consolidado en Ps. 350 al 31 de diciembre de 2008.

Adicionalmente, la NIF B-10 deroga la actualización de planta y equipo de procedencia extranjera, mediante la aplicación de factores de inflación y tipo de cambio del país de procedencia del activo, y a partir de 2008 establece que dichos activos se deben registrar al tipo de cambio de la fecha de adquisición y en entidades que operen en entornos inflacionarios, se deben de actualizar utilizando exclusivamente factores de inflación del país donde se haya adquirido dicho activo. El cambio de metodología no impactó significativamente los estados financieros consolidados de la Compañía.

c) NIF B-15, “Conversión de Monedas Extranjeras”:

La norma B-15 incorpora definiciones de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe, estableciendo procedimientos para convertir la información financiera de una entidad extranjera con base en estas definiciones. Adicionalmente, se alinea con las nuevas disposiciones de la NIF B-10, definiendo procedimientos de conversión para subsidiarias que operan en entornos inflacionarios y no inflacionarios. Previo a la aplicación de esta norma, la conversión para subsidiarias extranjeras se hacía de acuerdo a la metodología para ambientes inflacionarios. La adopción de esta nueva norma es prospectiva y no generó un impacto relevante en los estados financieros consolidados de la Compañía (ver nota 3).

d) NIF D-3, “Beneficios a los Empleados”:

La Compañía adoptó la NIF D-3 en 2008, la cual deroga el reconocimiento del pasivo adicional generado por el diferencial entre las obligaciones por beneficios actuales y el pasivo neto proyectado. El 1 de enero de 2008, el saldo cancelado por concepto de pasivo adicional fue de Ps. 1,510, de los cuales, Ps. 948 corresponden al activo intangible y Ps. 354 a otras partidas acumuladas de la utilidad integral mayoritaria, neto de un impuesto diferido de Ps. 208.

Hasta el 2007, el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y beneficios al retiro se amortizaba en la vida laboral remanente de los empleados. A partir de 2008, la NIF D-3 establece un periodo de 5 años como máximo para amortizar el saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios al retiro así como el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación, anteriormente definidos en el Boletín D-3 “Obligaciones Laborales” como pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar. Como resultado de la adopción de la NIF D-3 la amortización de los servicios pasados de las indemnizaciones se incrementó en Ps. 45 en 2008 comparado con

2007. El cambio en esta norma no incrementó la amortización de servicios pasados del plan de pensiones debido a que el periodo de amortización restante es menor a 5 años. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, se registró en resultados de operación Ps. 221, Ps. 146 y Ps. 97 correspondientes a la amortización del costo laboral por servicios pasados.

Hasta el 2007, las pérdidas y ganancias actuariales de los beneficios por terminación se amortizaban en la vida laboral promedio de los empleados. A partir de 2008, las ganancias y pérdidas actuariales por terminación deberán ser registradas en los resultados de operación del ejercicio que fueron generadas, el saldo pendiente por amortizar al 1 de enero de 2008 se registró en otros gastos y fue de Ps. 198.

Nota 3. Incorporación de Subsidiarias en el Extranjero.

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se preparan en la moneda funcional del país y de acuerdo a los principios contables aplicables a cada país. Para efectos de incorporar los estados financieros individuales de cada subsidiaria extranjera a los estados financieros consolidados de la Compañía, estos se convierten a NIF mexicanas; y a partir de 2008, se realiza lo siguiente según el entorno económico de la subsidiaria:

- En economías con entorno económico inflacionario, se reconocen los efectos inflacionarios correspondientes a ese país y posteriormente se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del periodo tanto para el estado de situación financiera como el estado de resultados; y
- En economías con entorno económico no inflacionario, los activos y pasivos se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del ejercicio, el capital contable se convierte al tipo de cambio histórico y para la conversión del estado de resultados se utiliza el tipo de cambio promedio del mes correspondiente.

País	Moneda Local	Moneda Local a Pesos Mexicanos	
		Tipo de Cambio Promedio de 2008	Tipo de Cambio de Cierre al 31 de Diciembre de 2008
México	Pesos mexicanos	Ps. 1.00	Ps. 1.00
Guatemala	Quetzal	1.47	1.74
Costa Rica	Colón	0.02	0.02
Panamá	Dólar americano	11.09	13.54
Colombia	Peso colombiano	0.01	0.01
Nicaragua	Córdoba	0.57	0.68
Argentina	Peso argentino	3.50	3.92
Venezuela ⁽¹⁾	Bolívar	5.20	6.30
Brasil	Reales	6.11	5.79

(1) Equivalente a 2.150 bolívares por dólar americano, aplicando tipo de cambio promedio o cierre de dólares a pesos mexicanos, según corresponda.

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

A partir de 2003, el gobierno de Venezuela estableció un tipo de cambio controlado de 2.150 bolívares por dólar americano, el cual se utiliza para convertir la información de la operación correspondiente a este país. La Compañía ha operado bajo control cambiario en Venezuela desde 2003 lo cual afecta la habilidad para remitir dividendos fuera del país o de hacer pagos en una moneda diferente a la local lo cual pudiera incrementar los precios de materias primas compradas en moneda local.

El gobierno de Venezuela implementó un régimen sobre control cambiario fijando éste en 2.150 bolívares por dólar americano, el cual se utiliza para convertir la información financiera de la operación correspondiente a este país.

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

Nota 4. Principales Políticas Contables.

Las principales políticas contables de la Compañía están de acuerdo con las NIF mexicanas, las cuales requieren que la administración de la Compañía efectúe ciertas estimaciones y utilice ciertos supuestos para determinar la valuación de algunas partidas incluidas en los estados financieros consolidados. 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. Sin embargo, los resultados actuales están sujetos a eventos futuros e incertidumbres, los cuales podrían impactar significativamente la información actual de la Compañía.

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

a) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación en Países con Entorno Económico Inflacionario:

La Compañía reconoce los efectos inflacionarios en la información financiera de sus subsidiarias que operan en entornos inflacionarios, a través del método integral, el cual consiste en (ver Nota 2 b):

- Actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios, activos fijos, activos intangibles, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados;
- Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas en el monto necesario para mantener el poder de compra en pesos equivalentes de la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas, a la fecha de presentación de los Estados Financieros Consolidados mediante la aplicación de los correspondientes factores de inflación; y
- Incluir en el resultado integral de financiamiento el resultado por posición monetaria (ver Nota 4 q).

La Compañía utiliza el índice de precios al consumidor correspondiente a cada país para reconocer los efectos de inflación.

b) Efectivo y Equivalentes de Efectivo:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los equivalentes de efectivo se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo registrados a su costo de adquisición más el interés devengado no cobrado, lo cual es similar a utilizar precios de mercado. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el monto de los equivalentes de efectivo ascendió a Ps. 4,585 y Ps. 6,125, respectivamente.

c) Reserva de Cuentas Incobrables:

La reserva de cuentas incobrables se basa en una evaluación de la antigüedad de la cartera de cuentas por cobrar y la situación económica de los clientes de la Compañía, así como también la proporción sobre las pérdidas históricas en las cuentas por cobrar de la Compañía y la economía en la que opera actualmente.

d) Inventarios y Costo de Ventas:

Los segmentos operativos de la Compañía utilizan las metodologías propuestas por la NIF C-4 “Inventarios” para valuar sus inventarios, tales como costos promedios en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA, y el método detallista en FEMSA Comercio. Los anticipos a proveedores para la compra de materias primas se incluyen en la cuenta de inventarios.

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

e) Otros Activos Circulantes:

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

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la Compañía tiene efectivo restringido garantizando pasivos denominado en diversas monedas. Los saldos de efectivo restringido se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo.

	2008	2007
Bolívares venezolanos	Ps. 337	Ps. 224
Pesos mexicanos	134	-
Reales brasileños	54	14
	Ps. 525	Ps. 238

f) Botellas y Cajas:

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

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

La rotura de botellas y cajas retornables en plantas y centros de distribución, es registrada en resultados en el momento en que se incurre. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto por rotura ascendió a Ps. 718, Ps. 766 y Ps. 737, respectivamente. La Compañía estima que el gasto por rotura en plantas y en centros de distribución es similar al gasto por depreciación calculado con una vida útil estimada de: cinco años para la botella retornable de cerveza, cuatro años para la botella de vidrio retornable de refrescos y cajas de plástico, y de 18 meses para la botella de plástico retornable de refrescos.

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

g) Inversión en Acciones:

La inversión en acciones en compañías asociadas en las cuales la Compañía tiene influencia significativa, se registra a su costo de adquisición y posteriormente se valúa a través del método de participación. La inversión en acciones de compañías afiliadas, en las cuales no se tiene influencia significativa, se registra al costo de adquisición. La inversión en acciones de compañías afiliadas que tiene un valor de mercado observable se registra a este valor.

h) Propiedad, Planta y Equipo:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. El resultado integral de financiamiento generado por los pasivos para financiar proyectos de inversión de activos de largo plazo es capitalizado, formando parte del costo total de adquisición. El mantenimiento de rutina y los costos de reparación se registran en resultados en el momento en que se incurren.

Las inversiones en proceso están representadas por propiedad, planta y equipo que no han iniciado su operación, es decir, aún no empiezan a ser utilizados para el fin que fueron comprados o construidos.

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

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

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

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

i) Otros Activos:

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

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:
 - Método de volumen de ventas: la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo (aproximadamente el 97% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta: la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 3% 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 2008, 2007 y 2006, fue de Ps. 1,477, Ps. 1,360 y Ps. 1,439, respectivamente.

- Mejoras en propiedades arrendadas, se amortizan en línea recta de acuerdo a la vida útil estimada del activo arrendado o al periodo establecido en el contrato, el que sea menor. La amortización por mejoras en propiedades arrendadas reconocida al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 fue de Ps. 668, Ps. 581 y de Ps. 512, respectivamente.

j) Activos Intangibles:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro. Estos activos se clasifican en activos intangibles con vida definida y activos intangibles con vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el cual se espera recibir los beneficios.

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

- Gastos preoperativos 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 gastos se amortizan en línea recta de acuerdo con el plazo del contrato de arrendamiento.
- Costos de tecnología de información y sistemas de administración incurridos durante la etapa de desarrollo que están actualmente en uso. Tales costos fueron capitalizados y luego amortizados bajo el método lineal a cuatro años. Los gastos que no cumplan con los requisitos para su capitalización, se llevarán a gastos al momento en que se incurren.
- Otros costos de sistemas de computación en la etapa de desarrollo que no están todavía en uso. Tales montos son capitalizados ya que se espera que agregarán valor como ingresos o ahorros en costos en un futuro. Estos montos serán amortizables en base al método lineal sobre su vida económica estimada.

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

- Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola en territorios adquiridos. Estos derechos están representados por contratos estandarizados que The Coca-Cola Company tiene celebrados con embotelladores fuera de los Estados Unidos de América para la venta del concentrado de ciertas marcas de The Coca-Cola Company. Los contratos de Coca-Cola FEMSA como embotellador en México expiran en 2013 para dos territorios y en 2015 para los otros dos territorios, renovables en cada caso por 10 años. Los contratos como embotellador en Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Panamá (otras bebidas), Venezuela y Colombia vencen el 31 de julio de 2009 de acuerdo con cartas de extensión temporal. Estos contratos como embotellador son renovables según lo acordado entre las partes. El contrato como embotellador de las bebidas de la marca Coca-Cola en Panamá tiene una vigencia indefinida pero puede ser terminado con una notificación escrita por cualquiera de las partes con seis meses de anticipación. El contrato como embotellador en Argentina vence en 2014. El contrato como embotellador en Brasil venció en diciembre de 2004. Coca-Cola FEMSA está operando bajo términos de contrato de embotellador existente en Brasil en el territorio adquirido mediante la adquisición de REMIL. Por los contratos vencidos y los contratos que expiren este año, Coca-Cola FEMSA está actualmente en proceso de negociación de las renovaciones correspondientes con condiciones y vigencias similares al resto de los países. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company continuarán con las operaciones bajo los términos de los contratos existentes;
- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas; y
- Marcas registradas en la adquisición de Kaiser.

El crédito mercantil representa el excedente entre el valor pagado sobre el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificado directamente con un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria adquirida y se convierte al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. En los países con entorno económico inflacionario, el crédito mercantil se actualiza utilizando factores de inflación del país y se convierte a pesos con el tipo de cambio de cierre de cada periodo. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía cuenta con el crédito mercantil generado en la adquisición de Kaiser.

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

La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración y del crédito mercantil para determinar si existe un deterioro en el valor contable, comparando su valor razonable determinado a través de metodologías reconocidas. De ser así la Compañía registra el valor razonable que resulte.

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

Para activos de vida indefinida, como derechos de distribución y marcas, la Compañía lleva a cabo pruebas de deterioro anuales y cada vez que existan indicios de que el valor de dichos activos intangibles pudiera exceder su valor razonable el cual se determina aplicando las metodologías correspondientes.

Para el crédito mercantil, la Compañía anualmente realiza pruebas de deterioro cada que existan eventos o cambios en las circunstancias que indiquen que el valor de un activo puede exceder su valor razonable.

Los ajustes por deterioro en el valor de activos de larga duración de vida indefinida y crédito mercantil, se reconocen en otros gastos.

l) Pagos de The Coca-Cola Company:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en el de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Los recursos recibidos para publicidad y promociones se registran como una reducción de los gastos de venta. Los recursos recibidos para el programa de inversión en equipo de refrigeración, se registran reduciendo la inversión en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 ascendieron a Ps. 1,995, Ps. 1,582 y Ps. 1,261, respectivamente.

m) Obligaciones de Carácter Laboral:

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

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

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

Hasta el 2007, el Boletín D-3 “Pasivo Laboral” requería la presentación de costo financiero por pasivos laborales como parte de la utilidad de operación. En 2008, la NIF D-3 “Beneficios a los Empleados,” permite la presentación de estos gastos como parte del resultado integral de financiamiento. Este cambio ha resultado en varias reclasificaciones al estado consolidado de resultados de la Compañía de los años 2007 y 2006 para ajustarse a la presentación del 2008. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, los gastos financieros relacionados con los pasivos laborales presentados como parte del resultado integral de financiamiento fueron Ps. 257, Ps. 167 y Ps. 170, respectivamente.

n) 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 2008 las ventas nacionales representaron 96%; al 31 de diciembre de 2007 y 2006, las ventas nacionales representaron 97% de las ventas totales consolidadas;
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque) y la transferencia de la propiedad y su riesgo de pérdida; y
- En las ventas al detalle, los ingresos se reconocen cuando se entrega el producto al cliente y este toma posesión de los productos.

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

o) Gastos de Operación:

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

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto de distribución ascendió a Ps. 12,135, Ps. 10,601 y Ps. 9,921, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

p) Otros Gastos:

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

La PTU es aplicable para México y Venezuela. En México, se determina aplicando la tasa del 10% a la utilidad fiscal de cada una de las subsidiarias en lo individual, excepto por considerar la depreciación histórica en lugar de la depreciación actualizada, la fluctuación cambiaria exigible en lugar de la devengada y no considera algunos efectos de la inflación. En Venezuela, la PTU se determina aplicando el 15% a la utilidad después de impuestos, y no debe ser mayor a 4 meses de salario.

Hasta el 2007, la PTU diferida era registrada cuando resultaban diferencias temporales entre la utilidad contable del año y las bases usadas para el cálculo de la PTU. La Compañía no registró ninguna provisión de la PTU diferida basada en esta metodología.

A partir del 2008, y de acuerdo al método de activos y pasivos descrito en la NIF D-3, la Compañía no espera que se materialicen partidas importantes derivadas del cálculo de la PTU diferida en México y Venezuela, por lo tanto no ha registrado provisión alguna de este concepto.

Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y asociados con beneficios preestablecidos se registran en otros gastos, en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas (ver Nota 18).

q) Impuestos a la Utilidad:

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

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

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

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

r) Resultado Integral de Financiamiento:

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

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

s) Instrumentos Financieros Derivados:

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

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007 el saldo de instrumentos financieros derivados fue Ps. 1,591 y Ps. 266 en otros activos circulantes (ver Nota 8), y de Ps. 212 y Ps. 42 en otros activos (ver Nota 12). Los pasivos registrados al 31 de diciembre de 2008 y 2007 correspondientes a instrumentos financieros derivados son Ps. 3,089 y Ps. 317, en otros pasivos circulantes, y Ps. 1,377 y Ps. 304 en otros pasivos, respectivamente.

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

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

t) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral:

Los saldos acumulados de otras partidas de la utilidad integral mayoritaria, netas de su impuesto diferido, se presentan a continuación:

	2008	2007
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios (ver Nota 2 b)	Ps. -	Ps. (6,070)
Instrumentos financieros derivados	(1,889)	(240)
Resultado acumulado por inversiones	(826)	(1,337)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar (ver Nota 2 d)	-	(354)
	Ps. (2,715)	Ps. (8,001)

Los efectos por conversión de 2008 y 2007 registrados en el capital contable mayoritario, son ganancias de Ps. 511 y Ps. 359, respectivamente, netos de impuestos diferidos, los cuales se registraron como pasivos y ascendieron a Ps. 1,709 y Ps. 85, respectivamente (ver Nota 23 d).

u) 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.

v) Aportaciones al Capital de Subsidiarias:

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

Nota 5. Adquisiciones.

Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza han adquirido ciertas compañías que fueron registradas utilizando el método de compra. Los resultados de las operaciones adquiridas han sido incluidos en los estados financieros consolidados a partir de la adquisición, por lo tanto algunos de los estados consolidados de resultados y de situación financiera no son comparables con respecto a los de años anteriores. El estado consolidado de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre de 2007 y 2006 presenta la incorporación de las operaciones adquiridas a ese año por Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza en un solo renglón dentro de actividades de inversión. En el flujo de efectivo consolidado al 31 de diciembre de 2008, se presentan las adquisiciones netas del efectivo asumido.

a) FEMSA:

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

b) Coca-Cola FEMSA:

- i) El 17 de julio de 2008, Coca-Cola adquirió Agua De Los Ángeles, el cual vende y distribuye dentro del Valle de México, por un monto recibido neto de Ps. 206. Esta adquisición se realizó para reforzar la posición de la Compañía en el negocio local de agua en México. Basándose en el precio de compra, Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles de vida indefinida por Ps. 18 que consisten en derechos de distribución, así como activos intangibles de vida definida por Ps. 15, los cuales consisten en derechos de no competencia amortizables en los siguientes cinco años.
- ii) El 31 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA completó en Brasil la adquisición de la franquicia de Minas Gerais Ltda., "REMIL," por Ps. 3,633 en efectivo neto recibido, asumiendo pasivos por Ps. 1,966, los cuales incluían una cuenta por pagar de Ps.574 a The Coca-Cola Company. Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles de vida indefinida por Ps. 2,242 que consisten en derechos de distribución. Esta adquisición se realizó para reforzar la posición de la Compañía en el negocio local de refrescos en Brasil.

A continuación se presenta el balance condensado de REMIL con cifras preliminares al 31 de mayo de 2008:

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

A continuación se presenta el estado de resultados condensado de REMIL para el periodo de siete meses (del 1 de junio al 31 de diciembre de 2008):

Estado de Resultados	
Ingresos totales	Ps. 3,169
Utilidad de operación	334
Utilidad antes de impuestos	(10)
Utilidad neta	Ps. (45)

Información financiera no auditada

La siguiente información consolidada pro forma para los años terminados al 31 de diciembre de 2008 y 2007, está basada en la información histórica de Coca-Cola FEMSA, ajustada de tal forma para darle efecto a (i) la adquisición

de REMIL mencionada anteriormente; y (ii) ciertos ajusted contables relacionados principalmente a la depreciación o activos fijos de las compañías adquiridas.

La ajustes pro forma no auditados asumen que la adquisición fue realizada al inicio del año de la adquisición y del año inmediato anterior y está basada en la información disponible y otros supuestos que la administración ha considerado razonables. La información financiera pro forma no intenta representar el efecto en la información consolidada de las operaciones de la Compañía si las transacciones hubieran ocurrido efectivamente al inicio del año, así como tampoco el predecir los resultados de la Compañía.

	Información pro forma no auditada de FEMSA	
	Al 31 de diciembre de:	
	2008	2007
Total revenues	Ps. 169,966	Ps. 152,195
Income before taxes	14,008	17,423
Net income	9,662	12,290

iii) El 21 de enero de 2008, la reorganización de las operaciones de Colombia ocurrieron por consecuencia de los accionistas minoritarios anteriores. El monto total pagado a los accionistas minoritarios fue Ps. 216.

iv) El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. (“Administración SAPI”), una operación conjunta cuyo 50% pertenece a Coca-Cola FEMSA y el resto a The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones las cuales representan el 100% del capital social de Jugos del Valle, S.A.B. de C.V. (“Jugos del Valle”) por Ps. 4,020 pagados en efectivo, y asumiendo pasivos por Ps. 934. Al 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA registró Ps. 684 de acciones disponibles para su venta.

Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por Administración SAPI, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de Administración SAPI a otros embotelladores Coca-Cola de México. Durante 2008, Coca-Cola FEMSA registró una inversión en acciones equivalente al 20% del capital social de Administración SAPI; esto representa la inversión de Coca-Cola FEMSA después de la venta del 30% de participación en nversions ión SAPI al resto de los embotelladores; y se llevó a cabo la fusión entre nversions ión SAPI y Jugos del Valle, subsistiendo esta última. Al 31 de diciembre de 2008 se ha completado la transacción y Coca-Cola FEMSA no cuenta con acciones disponibles para su venta las cuales fueron pagadas por los embotelladores.

c) FEMSA Cerveza:

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

Durante 2008, FEMSA Cerveza adquirió otras operaciones de distribuidores terceros por Ps. 54. Con cifras preliminares del balance de adquisición se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 45. Al 31 de diciembre de 2008, no se ha identificado crédito mercantil como resultado de esta adquisición.

ii) El 13 de enero de 2006, FEMSA Cerveza adquirió indirectamente el control de las acciones en Kaiser de Molson Coors Brewing Co. (“Molson Coors”) equivalente al 68% del capital por el cual pagó en efectivo Ps. 770. FEMSA Cerveza asumió la deuda financiera de Kaiser por Ps. 679 aproximadamente y recibió ciertas garantías de Molson Coors, las cuales fueron provisionadas para el pago de pasivos contingentes y juicios potenciales. Posteriormente a la fecha de adquisición, Kaiser pagó Ps. 187 por contingencias sujetas a la indemnización de Molson Coors y FEMSA Cerveza registró la correspondiente cuenta por cobrar. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la cuenta por cobrar de FEMSA Cerveza con Molson Coors fue de Ps. 255 y Ps. 228, respectivamente. Los saldos anteriormente mencionados incluyen la aplicación de factores de inflación de Brasil hasta 2007 (ver Nota 6).

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

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

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

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

Al 31 de diciembre de 2008, la participación de FEMSA Cerveza en el capital social de Kaiser representa el 82.95%.

Nota 6. Cuentas por Cobrar.

	2008	2007
Clientes	Ps. 8,162	Ps. 6,841
Reserva para cuentas incobrables	(805)	(657)
The Coca-Cola Company	959	719
Documentos por cobrar	647	546
Jugos del Valle ⁽¹⁾	368	589
Molson Coors (ver Nota 5 c)	255	228
Reclamaciones de seguros	97	216
Préstamos a empleados	86	63
Anticipos de viajes para empleados	65	57
Depósitos en garantía	60	45
Otros	865	682
	Ps. 10,759	Ps. 9,329

(1) Incluye fondos para capital en trabajo de Jugos del Valle.

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

	2008	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 657	Ps. 586	Ps. 519
Provisión del año	387	195	220
Cancelación de cuentas incobrables	(237)	(98)	(131)
Actualización de saldos iniciales	(2)	(26)	(22)
Saldo final	Ps. 805	Ps. 657	Ps. 586

Nota 7. Inventarios.

	2008	2007
Materias primas	Ps. 6,183	Ps. 4,305
Productos terminados	5,506	4,585
Refacciones operativas	786	720
Producción en proceso	395	309
Anticipos a proveedores	300	234
Artículos promocionales	17	4
Estimación de inventarios obsoletos	(122)	(120)
	Ps. 13,065	Ps. 10,037

Nota 8. Otros Activos Circulantes.

	2008	2007
Instrumentos financieros derivados	Ps. 1,591	Ps. 266
Efectivo restringido	525	238
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	309	385
Rentas	196	155
Acuerdos con clientes	136	52
Anticipos a proveedores de servicios	73	64
Seguros y fianzas	42	26
Permisos de corto plazo	23	28
Otros	237	66
	Ps. 3,132	Ps. 1,280

El monto total de publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos cargado a los estados consolidados de resultados en los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, fue de Ps. 5,951, Ps. 5,455 y Ps. 5,123, respectivamente.

Nota 9. Inversión en Acciones.

Compañía	% Tenencia	2008	2007
FEMSA Cerveza:			
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.14%	Ps. 69	Ps. 72
Compañías asociadas de Kaiser ⁽²⁾	Varios	19	20
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	14	220
Otros ⁽²⁾	Varios	13	13
Coca-Cola FEMSA:			
Jugos del Valle, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	20.00%	1,101	978
Holdfab Participações, LTDA ⁽¹⁾	32.47%	359	113
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	23.11%	112	115
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	35.00%	79	76
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	69	69
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾	38.74%	62	69
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾	26.00%	7	51
Otras	Varios	8	5
Otras inversiones	Varios	53	62
		Ps. 1,965	Ps. 1,863

Método de valuación:

(1) Método de participación.

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

Nota 10. Propiedad, Planta y Equipo.

	2008	2007
Terrenos	Ps. 8,098	Ps. 7,132
Edificio, maquinaria y equipo	90,800	83,545
Depreciación acumulada	(46,203)	(42,330)
Equipo de refrigeración	10,512	9,343
Depreciación acumulada	(7,146)	(6,847)
Inversiones en proceso	4,335	3,110
Activos de larga duración a valor neto de realización	730	655
Otros activos de largo plazo	299	99
	Ps. 61,425	Ps. 54,707

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

	2008	2007
Coca-Cola FEMSA	Ps. 394	Ps. 94
FEMSA Cerveza	291	311
FEMSA y otros	45	250
	Ps. 730	Ps. 655
Edificios	Ps. 359	Ps. 290
Terrenos	237	365
Equipo	134	-
	Ps. 730	Ps. 655

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció ganancias de Ps. 9, Ps. 127 y de Ps. 22 por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Nota 11. Activos Intangibles.

	2008	2007
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 46,892	Ps. 42,225
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	11,130	11,299
Crédito mercantil	3,821	4,044
Marcas Kaiser	716	758
Otros	289	285
Otros activos intangibles no amortizables	499	499
Activos intangibles amortizables:		
Costos por sistemas en desarrollo	578	-
Costo por implementación de sistemas	517	589
Gastos preoperativos	496	398
Otros	361	137
	Ps. 65,299	Ps. 60,234

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

	Inversión		Amortización		Total
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año	
2008					
Costos por sistemas en desarrollo	Ps. -	Ps. 578	Ps. -	Ps. -	Ps. 578
Costo por implementación de sistemas	2,093	156	(1,504)	(228)	517
Gastos preoperativos	553	134	(155)	(36)	496
2007					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589
Gastos preoperativos	364	189	(107)	(48)	398
2006					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,578	Ps. 314	Ps. (763)	Ps. (396)	Ps. 733
Gastos preoperativos	330	34	(78)	(29)	257

La amortización estimada para los activos intangibles de vida indefinida, se presenta a continuación:

	2009	2010	2011	2012	2013
Amortización de sistemas	Ps. 263	Ps. 395	Ps. 258	Ps. 249	Ps. 226
Otros	41	46	52	59	66

Nota 12. Otros Activos.

	2008	2007
Mejoras en propiedades arrendadas, neto	Ps. 4,930	Ps. 4,352
Acuerdos con clientes	4,273	3,786
Permisos de largo plazo	561	411
Cuentas por cobrar a largo plazo	379	383
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	293	212
Instrumentos financieros derivados	212	42
Créditos fiscales	185	-
Depósitos en garantía	163	70
Pasivo adicional de obligaciones laborales (ver Notas 15 y 2 d)	-	948
Otros	1,358	913
	Ps. 12,354	Ps. 11,117

Nota 13. Saldos y Operaciones con Partes Relacionadas y Compañías Asociadas.

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

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

Saldos	2008	2007
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company (ver Nota 4 I) ⁽¹⁾	Ps. 959	Ps. 719
Saldo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V.	607	250
Cuenta por cobrar con Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	129	143
Otras cuentas por cobrar (1)	433	891
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽²⁾	3,046	1,712
Adeudo con The Coca-Cola Company ⁽³⁾	2,659	3,401
Adeudo con British American Tobacco México ⁽³⁾	128	191
Otros adeudos ⁽³⁾	278	327

(1) Forma parte del total de cuentas por cobrar.

(2) Forma parte del total de pasivos bancarios.

(3) Forma parte del total de cuentas por pagar.

Operaciones	2008	2007	2006
Ingresos:			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 1,081	Ps. 1,121	Ps. 1,105
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	252	242	288
Venta de acciones de Grupo Inmobiliario San Agustín, S.A. de C.V. al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	66	37	-
Otras ventas con partes relacionadas	408	902	919
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	13,518	12,239	10,322
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	1,578	1,324	1,034
Compras de cigarros a British American Tobacco México ⁽¹⁾	1,439	1,064	775
Gastos por publicidad pagados a The Coca-Cola Company	931	940	933
Compras de jugos a Jugos del Valle, S.A. de C.V.	863	-	-
Intereses pagados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	780	305	257
Compras de azúcar a Beta San Miguel	687	845	536
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	525	723	865
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN ⁽²⁾	333	518	816
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	253	178	165
Intereses pagados a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	113	164	201
Intereses pagados a Deutsche Bank México ⁽¹⁾	85	-	-
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ⁽¹⁾	83	31	41
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	79	108	92
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.)	42	37	34
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. ⁽¹⁾	29	32	19
Intereses pagados a The Coca-Cola Company	27	29	65
Otros gastos con partes relacionadas	43	3	-

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

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

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

	2008	2007	2006
Beneficios directos a corto y largo plazo	Ps. 1,348	Ps. 1,290	Ps. 1,098
Beneficios por terminación	11	17	13
Beneficios postretiro (costo laboral)	32	29	31

Nota 14. Saldos y Operaciones en Monedas Extranjeras.

De acuerdo a la NIF B-15, los activos, pasivos y operaciones en monedas extranjeras son aquellos que fueron realizados en monedas diferentes de la moneda de registro, funcional o de reporte de cada unidad reportada. Al 31 de diciembre de 2008, los activos, pasivos y transacciones denominados en moneda extranjera expresados en pesos mexicanos son:

	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Activos			
Corto plazo	Ps. 4,372	Ps. 112	Ps. 4,484
Largo plazo	315	-	315
Pasivos			
Corto plazo	8,110	-	8,110
Largo plazo	6,194	120	6,314

Operaciones	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Ingresos	Ps. 5,270	Ps. 933	Ps. 6,203
Egresos:			
Compra de materia prima	12,746	184	12,930
Intereses	2,363	-	2,363
Adquisición de activos	1,176	715	1,891
Gastos de exportación	744	-	744
Otros	1,726	85	1,811
	Ps. 18,755	Ps. 984	Ps. 19,739

Al 26 de junio de 2009, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio publicado por el Banco de México fue de Ps. 13.3051 por dólar americano. La posición financiera de la Compañía en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2008.

Nota 15. Obligaciones Laborales.

La Compañía cuenta con varios pasivos laborales relacionados a pensiones, primas de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro y beneficios por retiro. Los beneficios varían dependiendo del país.

El 1 de enero de 2008, entró en vigor la NIF D-3 "Beneficios a los empleados" la cual considera los siguientes cambios:

- i) Incorpora la PTU causada y diferida como parte de su normatividad, aclarando que la PTU diferida deberá determinarse con la metodología de la NIF D-4; y
- ii) Se incluye el concepto de carrera salarial y modifica el periodo de amortización del costo laboral de servicios pasados como sigue:
 - Se amortizan en 5 años o menos si la vida laboral remanente es menor a:
 - El saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y de beneficios al retiro;
 - El saldo inicial de servicios anteriores y modificaciones al plan;
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios por terminación, como parte de otros gastos; y

- El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios al retiro, se amortiza en 5 años (neto del costo laboral de servicios pasados), con la opción de amortizarlo todo contra los resultados de 2008.

Estos cambios afectan el valor del pasivo (anteriormente pasivo adicional), así como en los resultados consolidados por la reducción a 5 años en el periodo de amortización de algunas partidas de los pasivos.

En diciembre de 2007, FEMSA Cerveza aprobó un programa de jubilación anticipada de personal el cual consiste en: (i) otorgar una jubilación anticipada a todo el personal que al 15 de enero de 2008 tenga una edad mayor a 55 años y una antigüedad superior a los 20 años, e (ii) indemnizar a un grupo de empleados que no cumple con algunos criterios específicos impuestos por la Compañía; lo anterior con el objetivo de dar una mayor movilidad a la organización y crear una estructura organizacional más eficiente. El impacto financiero total de este programa fue de Ps. 236, de los cuales Ps. 125 se registraron en los resultados consolidados de 2007 y Ps. 111 en el resultado consolidado al 31 de diciembre de 2008. Ambos registros se hicieron en otros gastos (ver Nota 18).

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

a) Supuestos:

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

	Tasas Nominales ⁽¹⁾ 2008	Tasas Reales ⁽²⁾ 2008	Tasas ⁽³⁾ Reales
Tasa de descuento anual	8.2%	4.5%	4.5%
Incremento de sueldos	5.1%	1.5%	1.5%
Tasa de rendimiento de la inversión	11.3%	7.5%	4.5%
Fecha de la medición: Diciembre 2008			

(1) Tasas aplicables a economías no inflacionarias.

(2) Tasas aplicables a economías inflacionarias.

(3) Supuestos utilizados para cálculos actuariales de 2007 y 2006.

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

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es de 5.1% anual en términos nominales, consistente con el crecimiento en los gastos por servicios de salud promedio histórico de los últimos 30 años. Dicha tasa se espera que continúe constante a través del futuro previsible.

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

	Plan de Pensiones y Jubilaciones	Prima de Antigüedad	Servicios Médicos Posteriores al Retiro	Indemnizaciones
2009	Ps. 512	Ps. 17	Ps. 25	Ps. 158
2010	313	16	25	129
2011	369	18	25	119
2012	305	21	26	113
2013	341	22	27	108
2014 al 2019	1,730	198	203	563

b) Saldos de las Obligaciones:

	2008	2007
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 3,122	Ps. 2,373
Obligaciones por personal activo	2,625	2,792
Obligaciones por beneficios acumulados	5,747	5,165
Exceso de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios actuales	466	422
Obligaciones por beneficios definidos	6,213	5,587 ⁽¹⁾
Fondos del plan de pensiones a valor razonable	(2,660)	(2,806)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	3,553	2,781
Costo laboral de servicios pasados ⁽²⁾	(1,113)	(1,177)
(Pérdida) utilidad actuarial por amortizar	(554)	38
	1,886	1,642
Pasivo adicional	-	915
Total	Ps. 1,886	Ps. 2,557
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	Ps. 8	Ps. 92
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	235	137
Obligaciones por beneficios acumulados	243	229
Excesos de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios actuales	26	25
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	269	254
Costo laboral de servicios pasados ⁽²⁾	(8)	(9)
Pérdida actuarial por amortizar	(13)	(57)
	248	188
Pasivo adicional	-	60
Total	Ps. 248	Ps. 248
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 443	Ps. 295
Obligaciones por personal activo	538	451
Obligaciones por beneficios definidos	981	746
Fondos de los servicios médicos a valor razonable	(92)	(96)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	889	650
Costo laboral de servicios pasados ⁽²⁾	(43)	(39)
Pérdida actuarial por amortizar	(482)	(306)
Total	Ps. 364	Ps. 305
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios acumulados	Ps. 729	Ps. 609
Exceso de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios acumulados	-	38
Obligaciones por beneficios definidos	729	647
Costo laboral de servicios pasados ⁽²⁾	(339)	(450)
Pérdida actuarial por amortizar	(2)	(124)
	388	73
Pasivo adicional	-	535
Total	388	608
Total obligaciones laborales	Ps. 2,886	Ps. 3,718

(1) Anteriormente obligaciones por beneficios proyectados definido en el Boletín D-3 "Obligaciones Laborales."

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

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

c) Activos del Fondo:

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

	2008	2007
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	16%	22%
Instrumentos bancarios	10%	17%
Instrumentos del Gobierno Federal	53%	31%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	21%	30%
	100%	100%

La Compañía tiene la política de mantener al menos el 30% de los activos del fondo en instrumentos del Gobierno Federal Mexicano y para el porcentaje restante estableció un portafolio objetivo. Las decisiones de inversión se toman para cumplir con este portafolio en la medida que las condiciones del mercado y los recursos disponibles lo permitan.

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

	2008	2007
Deuda:		
Deutsche Bank (México) ⁽¹⁾	Ps. 58	Ps. 26
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	57	51
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	41	29
Sigma Alimentos, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	29	40
British American Tobacco México ⁽¹⁾	-	16
Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	-	8
Coca-Cola FEMSA	2	2
Capital:		
FEMSA	181	177
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	-	135
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	-	84

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

La Compañía no espera realizar contribuciones significativas a los activos del plan durante el siguiente año fiscal.

d) Costo del Año:

	2008	2007	2006
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 229	Ps. 210	Ps. 139
Costo financiero	437	235	232
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(307)	(129)	(139)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	105	102	55
Modificaciones al plan	90	120	-
Amortización de la pérdida neta actuarial	15	1	6
	569	539	293
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	33	30	24
Costo financiero	20	10	11
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	2	2	3
Modificaciones al plan	6	1	-
Amortización de la pérdida neta actuarial	20	3	-
	81	46	38
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	Ps. 27	Ps. 27	Ps. 20
Costo financiero	59	32	36
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(10)	(6)	(4)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	10	4	4
Modificaciones al plan	15	4	-
Amortización de la pérdida neta actuarial	13	13	10
	114	74	66
Indemnizaciones:			
Costo laboral	99	66	85
Costo financiero	58	26	34
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	104	38	35
Amortización de la pérdida neta actuarial	178	-	-
	439	130	154
	Ps. 1,203	Ps. 789	Ps. 551

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

e) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:

	2008	2007
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 5,587	Ps. 5,343
Costo laboral	229	210
Costo financiero	437	235
Modificaciones al plan	90	120
(Utilidad) pérdida actuarial	149	(62)
Pagos de beneficios	(279)	(259)
Saldo final	6,213	5,587
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	254	245
Costo laboral	33	30
Costo financiero	20	10
Modificaciones al plan	6	1
(Utilidad) pérdida actuarial	(24)	2
Pagos de beneficios	(20)	(34)
Saldo final	269	254
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	746	731
Costo laboral	27	27
Costo financiero	59	32
Modificaciones al plan	15	4
Pérdida actuarial	187	12
Pagos de beneficios	(53)	(60)
Saldo final	981	746
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	647	588
Costo laboral	99	66
Costo financiero	58	26
Pérdida actuarial	11	88
Pagos de beneficios	(86)	(121)
Saldo final	729	647

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

	2008	2007
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 2,806	Ps. 2,779
Rendimientos estimados de los activos del fondo	(144)	110
Aportaciones	-	78
Pagos de beneficios	(2)	(161)
Saldo final	2,660	2,806
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	96	105
Rendimientos estimados de los activos del fondo	(4)	33
Pagos de beneficios	-	(42)
Saldo final	92	96

g) Variación en los Supuestos de Servicios Médicos:

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

	Impacto del Cambio en:	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. (324)	Ps. 118
Costo del periodo	(13)	17

Nota 16. Programa de Bonos.

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

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

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de contribución definida de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual en efectivo para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado del EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Las acciones u opciones adquiridas son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de éstas a partir del siguiente año en el que les fueron asignadas, a razón de un 20% anual. Para los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, el bono anual consiste en un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante en acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, no se han adquirido opciones de acciones a favor de los empleados.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 1,336, Ps. 1,179 y Ps. 927, respectivamente.

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

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el número de acciones mantenidas por el fondo es el siguiente:

	Número de Acciones			
	FEMSA UBD		KOF L	
	2008	2007	2008	2007
Saldo inicial	7,431,459	5,731,038	1,663,746	1,158,472
Acciones otorgadas a ejecutivos	4,592,920	3,202,140	1,267,490	819,430
Acciones asignadas del fondo a ejecutivos	(2,272,173)	(1,470,909)	(460,161)	(295,579)
Acciones canceladas	-	(30,720)	-	(18,577)
Saldo final	9,752,206	7,431,549	2,471,075	1,663,746

El valor razonable de las acciones mantenidas por el fondo al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue Ps. 552.3 y Ps. 399.2 basándose en precios cotizados del mercado en esas fechas.

Nota 17. Préstamos Bancarios y Documentos por Pagar.

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

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Pesos mexicanos	11.6%	Ps. 3,820	7.8%	Ps. 150
Pesos argentinos	19.6%	816	11.0%	500
Bolívares venezolanos	22.2%	365	15.7%	425
Pesos colombianos	15.2%	798	-	-
Dólares americanos		-	6.7%	2,372
		Ps. 5,799		Ps. 3,447

(1) Tasa promedio ponderada.

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

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Tasa de interés fija:				
Dólares Americanos:				
Bono Yankee	7.3%	Ps. 3,606	7.3%	Ps. 3,199
Préstamos bancarios	5.2%	190	6.0%	747
Arrendamientos financieros	3.8%	26		-
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	7.9%	3,536	9.7%	3,586
Unidades de inversión (UDIs)	4.2%	2,692	4.2%	2,508
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,500
Yenes Japoneses:				
Préstamos bancarios	2.8%	120	4.8%	230
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios	10.7%	1		-
Tasa de interés variable:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	2.3%	6,265	5.2%	2,014
Arrendamientos financieros		-	8.5%	2
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.1%	9,968	8.1%	10,010
Certificados bursátiles	8.8%	9,250	8.2%	12,750
Pesos Colombianos:				
Préstamo bancario	15.4%	905		-
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios		-	8.7%	36
Deuda de largo plazo				
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		38,059		36,582
		(5,849)		(5,917)
		Ps. 32,210		Ps. 30,665

Instrumentos Financieros Derivados de Cobertura	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Swaps de tasa de interés variable a fijo:				
Pesos Mexicanos:				
Certificados bursátiles:		Ps. 10,000		Ps. 14,085
Tasa de interés pagada	9.3%		9.5%	
Tasa de interés recibida	8.7%		8.1%	
Préstamos bancarios:		2,640		4,465
Tasa de interés pagada	9.0%		9.4%	
Tasa de interés recibida	9.0%		8.0%	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:				
Préstamos bancarios de Dólares Americanos a Pesos Mexicanos:		2,429		-
Tasa de interés pagada	8.2%		-	
Tasa de interés recibida	1.3%		-	
Préstamos bancarios de Yenes Japoneses a Reales Brasileños:		72		230
Tasa de interés pagada	14.4%		11.8%	
Tasa de interés recibida	2.8%		4.8%	

(1) Tasa promedio ponderada.

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

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps. 5,849
2010	3,909
2011	4,669
2012	8,716
2013	8,007
2014 en adelante	6,909
	Ps. 38,059

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

Nota 18. Otros Gastos.

En 2007, se aprobó un programa de jubilación anticipada de personal en FEMSA Cerveza. El efecto a resultados al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue de Ps. 111 y Ps. 125, respectivamente y se registró en otros gastos como modificación al plan de pensiones (ver Nota 15).

En 2006, Coca-Cola FEMSA implementó un programa de reestructuración estratégica del área comercial y reconoció costos por Ps. 689, registrados en otros gastos en el estado consolidado de resultados. Dichos costos consisten en Ps. 556 por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos y Ps. 133 de otros costos relacionados al programa de reestructura. Durante el 2008, Coca-Cola FEMSA reconoció Ps. 88 relativos a los programas de reestructuración estratégica. Este costo se registró en otros gastos en el estado de resultados consolidado, y consiste en pagos por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, los pagos por este concepto ascienden Ps. 155 y Ps. 522, respectivamente.

	2008	2007	2006
PTU (ver Nota 4 p)	Ps. 933	Ps. 553	Ps. 530
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo ⁽¹⁾	502	93	208
Indemnizaciones de reestructura y modificación al plan de pensiones	346	255	866
Pérdida neta actuarial pendiente por amortizar (ver Nota 2 d)	198	-	-
Pérdida en venta de activo fijo	185	101	59
Contingencias	(41)	228	117
Participación en asociadas	13	(154)	(11)
Otros	238	221	(119)
Total	Ps. 2,374	Ps. 1,297	Ps. 1,650

(1) Cargos por deterioro relacionados a activos fijos retirados de su operación ordinaria.

Nota 19. Valor Razonable de los Instrumentos Financieros.

La Compañía usa la jerarquía de valor razonable de tres niveles para ordenar las variables de información utilizadas al determinar el valor razonable. Los tres niveles se describen como sigue:

- **Nivel 1:** Precios cotizados (sin ajustar) en mercados activos para activos o pasivos idénticos a los que puede acceder la Compañía a la fecha de medición.
- **Nivel 2:** Información diversa a las cotizaciones que clasifican bajo Nivel 1 que son observables para el activo o pasivo ya sea de forma directa o indirecta.
- **Nivel 3:** Es información no observable para el activo o pasivo. Información no observable deberá ser usada para medir el valor razonable cuando no se tenga disponible información observable, de esta forma permitiendo situaciones en las que existe poca o nula actividad de mercado para el activo o pasivo a la fecha de medición.

La Compañía calcula el valor razonable de los activos y pasivos financieros clasificados como Nivel 2 utilizando el método de ingreso, el cual consiste en determinar el valor razonable a través de flujos esperados, descontados a valor presente. La siguiente tabla resume los activos y pasivos financieros a valor razonable al 31 de diciembre de 2008.

	Nivel 1	Nivel 2
Equivalentes de efectivo	Ps. 4,585	Ps. -
Activos del fondo	2,752	-
Instrumentos financieros derivados (activo)		1,804
Instrumentos financieros derivados (pasivo)		4,446
Pasivo bancario		3,110

La Compañía no utiliza variables de información clasificadas como Nivel 3 para la medición del valor razonable.

La Compañía consideró su riesgo crediticio para la medición del valor razonable y estima que el efecto neto en sus instrumentos financieros no es significativo. Como resultado, la Compañía no ha modificado sus modelos de valuación al 31 de diciembre de 2008.

a) Deuda Total:

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

	2008	2007
Valor en libros	Ps. 43,858	Ps. 40,029
Valor razonable	43,709	40,407

b) Swaps de Tasa de Interés:

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

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

Fecha de Vencimientos	Valor de Referencia	Valor Razonable Activo (Pasivo)
2009	Ps. 1,415	Ps. (28)
2010	862	(75)
2011	1,763	(69)
2012	2,276	(105)
2013	5,245	(23)
2014 a 2017	2,500	16

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el efecto neto de los contratos vencidos ascendió a Ps. 212, Ps. 357 y Ps. 334, respectivamente registrándose en la cuenta de gasto financiero en el estado consolidado de resultados.

Una porción de ciertos contratos de swaps de tasa de interés no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados como parte del resultado integral de financiamiento. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 generaron un ganancia de Ps. 24 y Ps. 35 y una pérdida de Ps. 39, respectivamente.

c) Forwards para Compra de Monedas Extranjeras:

La Compañía tiene contratos forwards para la compra de monedas extranjeras con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre el peso mexicano y otras monedas. Estos instrumentos son reconocidos en el estado consolidado de situación financiera a su valor razonable el cual se estima con la cotización de los tipos de cambio del mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos forward para la compra de monedas extranjeras con un valor de referencia de Ps. 1,786. Dichos contratos vencen en 2009 y al 31 de diciembre de 2008 se genera un activo de Ps. 458.

Al 31 de diciembre de 2008 se reconocieron efectos por contratos forward vencidos de Ps. 115 registrados como utilidad cambiaria.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos forwards para compra de monedas extranjeras no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros consolidados tienen un valor de referencia de Ps. 544 vencen en 2009 y generaron una pérdida de Ps. 225. Los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2008, que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, generaron una pérdida de Ps. 643 registrada en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2007, el efecto en resultados de este tipo de contratos fue una ganancia de Ps. 22.

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

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares y en otras monedas; los cuales son reconocidos en el estado de situación financiera consolidado a su valor estimado. El valor razonable se calcula con los tipos de cambio y tasas de interés cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Dichos contratos están designados como coberturas de flujo de efectivo por lo tanto los cambios en el valor de mercado son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un valor de referencia de Ps. 2,115 los cuales vencen en el 2013 y generaron un activo con valor razonable de Ps. 578.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con derivados de tasa de interés y de tipo de cambio que han sido designados como de cobertura de valor de mercado. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un monto nominal de Ps. 2,887 los cuales tienen vencimientos hasta el 2017 y generaron un activo de Ps. 333. Los cambios en el valor de mercado del derivado, se registran en resultados, como parte de la porción inefectiva de instrumentos derivados, netos de los cambios de valor de mercado del pasivo de largo plazo al cual están asignados y el efecto al 31 de diciembre de 2008 fue una pérdida de Ps. 1. El efecto de los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, se registró en la cuenta de gasto financiero por Ps. 178, Ps. 37 y Ps. 72, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos de swaps de tasa de interés y tipo de cambio no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros tienen un valor de referencia de Ps. 2,302, vencen en 2011 y 2012 y generaron una ganancia al 31 de diciembre de 2008 de Ps. 468. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 generaron pérdida de Ps. 225, una ganancia de Ps. 64 y una pérdida de Ps. 3, respectivamente. Todos los efectos fueron registrados en resultados en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

e) Contratos de Precio de Materias Primas:

La Compañía tiene contratados diversos instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas. El valor razonable de estos contratos se calcula con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. El cambio en el valor razonable de los contratos de precio de materia prima se reconoce como parte de la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. El valor de referencia de estos contratos es de Ps. 8,755, que generan un pasivo en el valor razonable de Ps. 2,955 y vencen entre 2009 y 2013. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el resultado neto de los contratos vencidos fue una ganancia de Ps. 17, y pérdidas de Ps. 82 y Ps. 106, respectivamente, las cuales se registraron como parte de los resultados de operación impactando el costo de materia prima.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos de instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del estado consolidado de resultados. El efecto neto de estos contratos al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fueron pérdidas de Ps. 217 y Ps. 43, respectivamente. El efecto neto de los contratos vencidos que no cumplen con los criterios contables de cobertura fueron pérdidas de Ps. 258 y Ps. 27 al 31 de diciembre de 2008 y 2007, respectivamente.

f) Instrumentos Financieros Derivados Implícitos:

La Compañía ha determinado que ciertos contratos de arrendamiento en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos se estima con la cotización del tipo de cambio del mercado para dar por terminado dicho contrato a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el efecto neto de los derivados implícitos en resultados son pérdidas de Ps. 137, Ps. 9 y Ps. 49, respectivamente.

Nota 20. Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas.

	2008	2007
Coca-Cola FEMSA	Ps. 27,575	Ps. 24,380
FEMSA Cerveza	464	679
Otros	35	16
	Ps. 28,074	Ps. 25,075

Nota 21. Capital Contable.

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

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el capital social de FEMSA está representado por 17,891,131,350 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y sin cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 300 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones ordinarias son las siguientes:

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

Las acciones serie “D” están divididas en:

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

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

- Unidades “B,” que amparan cada una, cinco acciones serie “B,” las cuales cotizan en la BMV; y
- Unidades vinculadas “BD,” que amparan cada una, una acción serie “B,” dos acciones subserie “D-B” y dos acciones subserie “D-L,” las cuales cotizan en BMV y NYSE.

Los estatutos de la Compañía, establecían que en mayo de 2008 la estructura accionaria establecida en 1998 podrá modificarse desvinculando las subseries “D-B” en acciones “B” y las subseries “D-L” en acciones “L.”

El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de modificar los estatutos de la Compañía para preservar la estructura unitaria de las acciones de la Compañía establecida en mayo de 1998 así como mantener la estructura accionaria posterior al 11 de mayo de 2008.

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

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

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

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarían el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. 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 2008, el saldo de CUFIN de FEMSA ascendió a Ps. 47,798.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 22 de abril de 2008, se acordó distribuir dividendos de Ps. 0.08079 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “B” y Ps. 0.10099 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “D,” los cuales se pagaron en mayo de 2008. Adicionalmente, los accionistas aprobaron una reserva para recompra de acciones de un máximo de Ps. 3,000.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 8 de abril de 2008, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 945, el cual se pagó en mayo de 2008. El dividendo pagado al interés minoritario fue de Ps. 437.

Nota 22. 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 año. Además se presenta la distribución de las utilidades de acuerdo al derecho de dividendos que tienen las distintas series de acciones.

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

A continuación se presenta el número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006:

	Millones de Acciones			
	Serie “B”		Serie “D”	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2006, 2007 y 2008	9,246.42	9,246.42	8,644.71	8,644.71
Derechos de dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11 %		53.89 %	

Nota 23. Entorno Fiscal.

a) Impuestos a la Utilidad:

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

Las tasas de impuestos a la utilidad aplicables al 31 de diciembre de 2008 en los países en donde opera la Compañía, el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales y los ejercicios anteriores sujetos a revisión se mencionan a continuación:

	Tasa ISR	Vigencia de las Pérdidas Fiscales (Años)	Periodos Abiertos (Años)
México	28%	10	5
Guatemala	31%	N/A	4
Nicaragua	30%	3	4
Costa Rica	30%	3	4
Panamá	30%	5	3
Colombia	33%	8	2
Venezuela	34%	3	4
Brasil	34%	Indefinido	6
Argentina	35%	5	5

La tasa de ISR causada en México fue del 28% para el 2008 y el 2007, y del 29% para el 2006.

En Colombia las pérdidas fiscales pueden ser aplicadas en un periodo de ocho años, sin exceder del 25% de la utilidad gravable del ejercicio. Adicionalmente, la tasa de ISR de Colombia decrece de 38.5% en 2006 a 34% en 2007 y 33% en 2008; y el impuesto de dividendos del 5% se eliminó en 2006.

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

b) Impuesto al Activo:

Hasta diciembre de 2006, el impuesto al activo en México se causó a razón del 1.8% anual sobre el promedio neto de la mayoría de los activos a valores fiscales menos ciertos pasivos. En el 2007, se modifica la tasa de 1.8% a 1.25%, así como la base del cálculo eliminando las deducciones de pasivos. A partir de 2008 el impuesto al activo desaparece en México y se reemplaza por el Impuesto Empresarial a Tasa Única (ver Nota 23 C). Los pagos del impuesto al activo en México de ejercicios anteriores a la entrada en vigor del IETU podrán ser acreditados en forma actualizada contra el importe de ISR generado en el ejercicio cuando este sea mayor al importe generado de IETU del mismo periodo, hasta por el equivalente al 10% del pago del impuesto al activo realizado en los ejercicios de 2007, 2006 o 2005, el que sea menor.

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

c) Impuesto Empresarial a Tasa Única (“IETU”):

A partir de 2008 entró en vigor en México el IETU, este impuesto reemplaza al Impuesto al Activo y funciona de manera similar a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no pueden ser acreditadas a los pagos futuros de ISR. El impuesto a pagar será el que sea más alto de comparar el IETU con el ISR, calculado bajo las leyes del impuesto sobre la renta. El IETU aplica a personas morales y físicas, incluyendo los establecimientos permanentes de entidades extranjeras en México, a una tasa de 17.5% a partir de 2010. Para los años 2008 y 2009, las tasas a aplicar serán de 16.5% y de 17.0%, respectivamente. El IETU es calculado sobre una base de flujos de efectivo, por lo que la base para el cálculo del impuesto es determinada dependiendo de la procedencia del efectivo con ciertas deducciones y créditos. En el caso de ingresos derivados de ventas de exportación, en donde el efectivo no ha sido cobrado en los últimos 12 meses, el ingreso aparecerá como realizado al final de los 12 meses. Adicionalmente, a diferencia del ISR el cual es utilizado para la consolidación fiscal, las compañías que incurran en IETU deberán reportarlo de forma individual.

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

d) Impuestos a la Utilidad Diferidos:

A partir de enero de 2008, de acuerdo a lo establecido en la NIF B-10, “Efectos de Inflación”, en México se suspende la aplicación de la contabilidad inflacionaria. Sin embargo, para efectos fiscales, el saldo de activo fijo se continúa actualizando a través de la aplicación del INPC, por lo que la diferencia entre los valores fiscales y contables se incrementará, generando un impuesto diferido.

El impacto a impuestos a la utilidad diferidos generado por las diferencias temporales de pasivos (activos) son las siguientes:

Impuestos a la Utilidad Diferidos	2008	2007
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (137)	Ps. (116)
Inventarios	137	385
Pagos anticipados	137	120
Propiedad, planta y equipo	5,366	5,325
Inversión en acciones	(24)	(7)
Intangibles y otros activos	(878)	(1,020)
Obligaciones laborales	(735)	(712)
Instrumentos financieros derivados	(832)	(72)
Reserva para contingencias	(658)	(568)
Provisiones diferidas no deducibles	(1,170)	(710)
PTU por pagar	(171)	(165)
Impuesto al activo por recuperar	(252)	(375)
Pérdidas fiscales por amortizar	(4,457)	(3,722)
Reserva de beneficios por pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables	3,675	3,360
Otras reservas	1,152	597
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	1,153	2,320
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	1,247	1,264
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	Ps. 2,400	Ps. 3,584

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

	2008	2007
Saldo inicial	Ps. 2,320	Ps. 1,943
Pérdida por posición monetaria	48	(43)
Provisión del año	(2,460)	(239)
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	160	(107)
Instrumentos financieros derivados	(722)	193
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	1,709	85
Efecto de actualización de saldos iniciales	98	139
Resultado por tenencia de activos no monetarios	-	349
Saldo final	Ps. 1,153	Ps. 2,320

e) Provisión del Año:

	2008	2007	2006
Impuestos a la utilidad causado	Ps. 6,667	Ps. 4,965	Ps. 4,476
Impuesto al activo	-	224	54
Impuestos a la utilidad diferidos	(2,460)	(239)	95
Cambio en la tasa impositiva de ISR	-	-	(17)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	Ps. 4,207	Ps. 4,950	Ps. 4,608

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

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

Año	Pérdidas Fiscales por	Impuesto al Activo por
------------	------------------------------	-------------------------------

	Amortizar	Recuperar
2009	Ps. 2	Ps. -
2010	-	2
2011	-	2
2012	1	14
2013	4	13
2014	101	25
2015	109	1
2016	-	31
2017 y años subsecuentes	1,259	164
Indefinidas (Brasil ver Nota 23 a)	12,006	-
	Ps. 13,482	Ps. 252

Debido a la incertidumbre en la realización de algunas pérdidas fiscales e impuesto al activo se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido Ps. 10,241 y Ps. 193, respectivamente. Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2008	2007
Saldo inicial	Ps. 3,360	Ps. 3,630
Provisión	690	321
Aplicación de pérdidas fiscales	(213)	(428)
Actualización del saldo inicial	(162)	(163)
Saldo final	Ps. 3,675	Ps. 3,360

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

	2008	2007	2006
Tasa impositiva ISR México	28.0%	28.0%	29.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y ajuste por inflación fiscal	(2.2)%	(1.1)%	(0.1)%
Gastos no deducibles	3.3%	1.7%	3.3%
Diferencia entre tasas de renta de países	2.5%	1.7%	1.2%
Cambio en tasa de ISR en México	-	-	0.1%
Ingresos no acumulados	(1.0)%	-	(1.5)%
Otros	0.6%	(1.0)%	(0.2)%
	31.2%	29.3%	31.8%

Nota 24. Contingencias y Compromisos.

a) Contingencias Registradas en el Estado de Situación Financiera:

La Compañía registra pasivos por contingencias cuando considera que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de las contingencias registradas corresponden a las recientes adquisiciones de negocios. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2008:

	Total
Fiscales	Ps. 1,479
Laborales	1,010
Legales	256
Total	Ps. 2,745

b) Cambios en el Saldo de Contingencias Registradas:

	2008	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 2,642	Ps. 3,239	Ps. 2,646
Provisión ⁽¹⁾	1,231	367	6,355
Multas y otros cargos	50	147	183
Cancelación de reserva	(690)	(932)	(1,712)
Pagos	(572)	(278)	(4,673)
Actualización del saldo inicial	84	99	440
Saldo final	Ps. 2,745	Ps. 2,642	Ps. 3,239

(1) Incluye contingencias derivadas de las adquisiciones de Kaiser en 2006 por Ps. 3,157 y REMIL en 2008 por Ps. 607, registradas a través del método de compra.

c) Juicios Pendientes de Resolución:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter fiscal, legal y laboral relacionados principalmente con sus subsidiarias Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Estos procesos son generados en el curso normal del negocio y son comunes en la industria en la cual los negocios participan. Al 31 de diciembre de 2008, el monto agregado de estos juicios equivale a \$465 y de acuerdo a los abogados de la Compañía estas contingencias tienen un nivel de riesgo menor a probable, pero mayor a remoto de que terminen en fallos desfavorables para la Compañía. Sin embargo, la Compañía considera que dichos juicios no tendrán un impacto material adverso en su situación financiera consolidada o en los resultados de operación.

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

d) Contingencias Garantizadas:

Como es costumbre en Brasil, la Compañía ha sido requerida por las autoridades fiscales a garantizar contingencias fiscales en litigio por la cantidad de Ps. 2,594, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

e) Compromisos:

Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene compromisos contractuales de arrendamientos operativos para maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo, así como para el arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los vencimientos de los compromisos contractuales por moneda, expresados en pesos mexicanos, al 31 de diciembre de 2008, se integran de la siguiente forma:

	Pesos Mexicanos	Dólares Americanos	Otras Monedas
2009	Ps. 1,458	Ps. 1,604	Ps. 74
2010	1,378	102	77
2011	1,295	59	21
2012	1,215	59	-
2013	1,121	40	-
2014 en adelante	6,403	206	-
Total	Ps. 12,870	Ps. 2,070	Ps. 172

El gasto por rentas fue de Ps. 2,000, Ps. 1,713 y Ps. 1,543 por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

Nota 25. Información por Segmentos.

Información analítica por segmento es presentada considerando las áreas geográficas en las cuales operamos y de igual forma se presenta de acuerdo a la información utilizada para la toma de decisiones de la administración.

a) Por Unidad de Negocio:

2008	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros ⁽¹⁾	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 82,976	Ps. 42,385	Ps. 47,146	Ps. 9,401	Ps. (13,886)	Ps. 168,022
Ingresos intercompañías	1,021	5,534	10	7,321	(13,886)	-
Utilidad de operación	13,695	5,394	3,077	518	-	22,684
Depreciación ⁽²⁾	3,036	1,748	663	136	(75)	5,508
Amortización	240	1,871	422	27	-	2,560
Otros cargos virtuales ^{(3) (4)}	145	634	46	105	-	930
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	371	124	-	7	-	502
Gasto financiero	2,207	2,318	665	1,061	(1,321)	4,930
Producto financiero	433	477	27	982	(1,321)	598
Impuestos a la utilidad	2,486	1,037	351	333	-	4,207
Inversiones en activo fijo de largo plazo	4,802	6,418	2,720	294	-	14,234
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	12,880	4,831	2,121	3,232	-	23,064
Flujos netos de efectivo generados por actividades de inversión	(8,263)	(5,928)	(2,718)	(1,151)	-	(18,060)
Flujos netos de efectivo aplicados en actividades de financiamiento	(5,038)	480	870	(2,472)	-	(6,160)
Activos de largo plazo	79,966	52,058	10,888	10,188	(7,077)	146,023
Total activos	97,958	65,549	17,185	15,599	(11,251)	185,040

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 d) y la participación en compañías asociadas.

2007	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros ⁽¹⁾	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 69,251	Ps. 39,566	Ps. 42,103	Ps. 8,124	Ps. (11,488)	Ps. 147,556
Ingresos intercompañías	864	4,256	16	6,352	(11,488)	-
Utilidad de operación	11,486	5,497	2,320	433	-	19,736
Depreciación ⁽²⁾	2,637	1,637	543	113	-	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	-	2,465
Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	173	426	28	90	-	717
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	-	91	-	2	-	93
Gasto financiero	2,178	2,196	453	1,031	(1,137)	4,721
Producto financiero	613	342	38	913	(1,137)	769
Impuestos a la utilidad	3,336	888	377	349	-	4,950
Inversiones en activo fijo de largo plazo	3,682	5,373	2,112	90	-	11,257
Activos de largo plazo	69,717	50,562	9,057	12,686	(9,712)	132,310
Total activos	87,178	65,539	14,284	18,743	(19,949)	165,795

2006						
Ingresos totales	Ps. 64,046	Ps. 37,919	Ps. 36,835	Ps. 7,966	Ps. (10,646)	Ps. 136,120
Ingresos intercompañías	722	3,911	13	6,000	(10,646)	-
Utilidad de operación	10,293	6,210	1,667	467	-	18,637
Depreciación ⁽²⁾	2,595	1,818	431	110	-	4,954
Amortización	253	2,018	363	36	-	2,670
Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	143	238	15	88	-	484
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	79	121	-	8	-	208
Gasto financiero	2,294	1,735	405	561	(526)	4,469
Producto financiero	383	228	53	654	(526)	792
Impuestos a la utilidad	2,555	1,476	360	217	-	4,608
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,863	4,419	1,943	197	-	9,422

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalent Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 d) y la participación en compañías asociadas.

b) Por Área Geográfica:

La información analítica por segmentos se presenta considerando las áreas geográficas en las cuales opera la Compañía y se presenta de acuerdo a la información que se utiliza para la toma de decisiones de la administración.

En 2008, se decidió alinear la información financiera por segmentos geográficos de acuerdo a la forma en que se administra la Compañía: (i) división México; (ii) división Latincentro, integrada por los territorios que comprenden la región de Centro América y Colombia; (iii) Venezuela; y (iv) división Mercosur, integrada por los territorios de Brasil y Argentina. La información por segmentos de 2007 y 2006 fue reagrupada para efectos de comparabilidad con la información de 2008.

Venezuela opera en una economía con control de cambios, lo cual es limitante para que sea integrada a otro segmento de acuerdo a lo establecido en el Boletín B-5 “Información por Segmentos.”

2008	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 114,640	Ps. 11,032	Ps. 102,486	Ps. 136,516
Latincentro ⁽¹⁾	12,853	1,209	16,833	21,284
Venezuela	15,217	715	6,883	9,817
Mercosur ⁽²⁾	25,755	1,278	19,821	27,815
Eliminaciones	(443)	-	-	(10,392)
Consolidado	Ps. 168,022	Ps. 14,234	Ps. 146,023	Ps. 185,040

2007	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 106,136	Ps. 9,137	Ps. 98,302	Ps. 120,965
Latincentro ⁽¹⁾	11,901	971	13,739	18,268
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Mercosur ⁽²⁾	20,127	1,158	16,114	24,149
Eliminaciones	(400)	-	-	(3,951)
Consolidado	Ps. 147,556	Ps. 11,257	Ps. 132,310	Ps. 165,795

2006	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo
México	Ps. 99,310	Ps. 7,807
Latincentro ⁽¹⁾	11,148	663
Venezuela	7,997	222
Mercosur ⁽²⁾	17,836	730
Eliminaciones	(171)	-
Consolidado	Ps. 136,120	Ps. 9,422

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

Note 26. Impacto Futuro de Nuevos Pronunciamientos Contables.

NIF Mexicanas:

En 2008, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de información Financiera, A.C. (“CINIF”) emitió las siguientes NIF con aplicación según se describe. La Compañía adoptó estos pronunciamientos el 1 de enero de 2009 y a la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

- **NIF B-7, “Adquisiciones de Negocios”**

Esta norma sustituye al Boletín B-7 Adquisiciones de Negocios, y establece las reglas generales para el reconocimiento inicial a la fecha de adquisición, de los activos netos en un proceso de adquisición, así como de la participación no controladora y de otras partidas que puedan resultar en el proceso. Adicionalmente establece que los gastos de compra y de reestructura en un proceso de adquisición, no deben formar parte de la contraprestación por no tratarse de un monto intercambiado por el negocio adquirido; y señala que la participación no controladora se deberá reconocer a valor razonable a la fecha en que se realice la adquisición. Los cambios propuestos en la NIF B-7 son aplicables a adquisiciones futuras.

- **NIF B-8, “Estados Financieros Consolidados o Combinados”**

Esta norma reemplaza al Boletín B-8 Estados Financieros Consolidados, y describe las normas generales para la elaboración y presentación de los estados financieros consolidados o combinados, así como las revelaciones correspondientes. Entre los principales cambios están los siguiente: a) define a las Entidades con Propósito Específico (EPE) y establece que en los casos en que la entidad ejerza control sobre una EPE, ésta debe considerarse como una subsidiaria y por lo tanto consolidarse, b) señala que se deben evaluar los derechos de voto potenciales al analizar la

existencia de control sobre una entidad, c) y modifica los términos interés mayoritario por participación controladora e interés minoritario por el de participación no controladora. Adicionalmente, la NIF B-8 describe ciertas situaciones en las que la participación no controladora tiene derechos o poder que indican control, tales como: a) el poder sobre más de la mitad del derecho de voto en virtud de algún acuerdo con los otros socios, b) el poder de gobernarlas políticas financieras y operativas de la entidad en base a un estatuto o contrato, c) poder para nombrar o remover a la mayoría de los miembros del consejo o su equivalente, d) el poder de decidir la mayoría de los votos en las reuniones de consejo de administración u órgano de gobierno equivalente, cuando el control de la entidad se ejerce a través de éste. Como resultado, la Compañía está en el proceso de determinar el impacto de este nuevo estándar en relación a la consolidación de Coca-Cola FEMSA.

- **NIF C-7, “Inversiones en Asociadas y Otras Inversiones Permanentes”**

La NIF C-7 describe el tratamiento contable para las inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes que anteriormente estaba incluido en el Boletín B-8 Estados Financieros Consolidados. Entre sus principales cambios, requiere reconocer incluso a una Entidad con Propósito Específico en la que tenga influencia significativa aplicando el método de participación, y establece que para definir la existencia de influencia significativa se deben considerar los derechos de voto potenciales. Además la NIF C-7 define un procedimiento y un límite para el reconocimiento de pérdidas en una asociada.

- **NIF C-8, “Activos Intangibles”**

Esta norma sustituye al Boletín C-8 Activos Intangibles. Define a los activos intangibles como partidas no monetarias y amplía los criterios de identificación señalando que un activo intangible debe ser separable, es decir, que puede ser vendido, transferido o licenciado por la entidad y que además surge de derechos contractuales o legales independientemente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad. Por otra parte establece que los costos preoperativos a la fecha deberán ser eliminados del saldo capitalizado afectando las utilidades retenidas sin reformular estados financieros de periodos anteriores. Dicho movimiento deberá ser presentado como cambio contable en los estados financieros consolidados.

- **NIF D-8, “Pagos Basados en Acciones”**

Esta norma tiene por objeto establecer las normas que deben seguirse en el reconocimiento de los pagos basados en acciones en la información financiera. Cuando las transacciones basadas en acciones son liquidables con instrumentos del capital la NIF D-8 requiere que la entidad reconozca los bienes o servicios recibidos a su valor razonable y el correspondiente aumento del capital contable. En caso de que no se pueda determinar confiablemente el valor razonable de los bienes o servicios recibidos, la entidad debe determinar estos valores de forma indirecta. Para lo anterior la NIF D-8 señala algunos aspectos a considerar.

Nota 27. Eventos Subsecuentes.

El 28 de enero de 2009, Coca-Cola FEMSA emitió Ps. 2,000 en certificados bursátiles. Una porción de los recursos obtenidos se aplicará para el pago de una parcialidad de certificado bursátil KOF 03-6. El resto de los recursos será utilizado por Coca-Cola FEMSA para aspectos corporativos generales.

En febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA en conjunto con The Coca-Cola Company cerraron la adquisición de Brisa de Bavaria, subsidiaria de SABMiller. El precio de compra establecido fue de US\$92 y fue compartido de forma equitativa entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company. En la asamblea ordinaria de los accionistas de FEMSA que se llevó a cabo el 25 de marzo de 2009, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 0.4039435 por acción de serie “B” y Ps. 0.4847322 por acción de serie “D.” Un 50% de la porción del dividendo aprobado fue pagada el 4 de mayo de 2009. El resto será pagado el 3 de noviembre de 2009. Adicionalmente, los accionistas aprobaron un máximo de Ps. 3,000 para un programa de recompra de acciones.

En la asamblea ordinaria de los accionistas de Coca-Cola FEMSA que se llevó a cabo el 23 de marzo de 2009, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 1,344 millones que fue pagado en abril de 2009. El pago correspondiente al interés minoritario fue de Ps. 622.

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Accionistas de
FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V.

Hemos examinado el balance general consolidado de FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V. y Subsidiarias (subsidiaria de FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V.), al 31 de diciembre de 2007, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestras auditorías.

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

En nuestra opinión, los estados financieros antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de **FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V. y Subsidiarias**, al 31 de diciembre de 2007, y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en la situación financiera, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

**Mancera, S. C.,
Integrante de
Ernst & Young Global**

C.P.C. Aldo A. Villarreal Robledo

San Pedro Garza García, N.L., México
25 de febrero de 2008