



**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 2007

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 2007 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 B-D cotizan además, en forma de Acciones Depositarias Americanas (*American Depositary Receipts*) en *The New York Stock Exchange* bajo la clave de cotización FMX.

La Compañía tiene autorizado un Programa de Certificados Bursátiles hasta por un monto de Ps. 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. Bajo este Programa se han realizado 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” 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”.

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 informe, ni convalida los actos que, en su caso, hubieren sido realizados en contravención de las leyes”

El presente Reporte Anual es una traducción no oficial 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	Véase Introducción—Glosario de Referencias
b) Resumen Ejecutivo	Véase Punto 3. Información Clave—Información Financiera Seleccionada
c) Factores de Riesgo	Véase Punto 3. Información Clave—Factores de Riesgo
d) Otros Valores	Véase Addendum A—Otros Valores Inscritos en el Registro Nacional de Valores
e) Cambios Significativos a los Derechos de Valores Inscritos en el Registro	Véase Punto 4. La Compañía—Antecedentes y Punto 9. La Oferta y Listado—Descripción de Valores
f) Documentos de Carácter Público	Véase Addendum A—Documentos de Carácter Público
2) LA EMISORA	
a) Historia y Desarrollo de la Emisora	Véase Punto 4. La Compañía—Resumen y —Antecedentes
b) Descripción del Negocios	
i) Actividad Principal	Véase Punto 4. La Compañía—Resumen, —Coca-Cola FEMSA, —FEMSA Cerveza y —FEMSA Comercio
ii) Canales de Distribución	Véase Punto 4. La Compañía—Estrategia de Negocios
iii) Patentes, Licencias, Marcas y Otros Contratos	Véase Punto 4. La Compañía—Antecedentes y Punto 10. Información Adicional—Contratos Principales
iv) Principales Clientes	Véase Punto 4. La Compañía—Coca-Cola FEMSA, —FEMSA Cerveza y —FEMSA Comercio
v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria	Véase Punto 4. La Compañía—Asuntos Regulatorios
vi) Recursos Humanos	Véase Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Empleados
vii) Desempeño Ambiental	Véase Punto 4. La Compañía—Asuntos Regulatorios
viii) Información del Mercado	Véase Punto 4. La Compañía—Coca-Cola FEMSA,

		—FEMSA Cerveza y —FEMSA Comercio
ix)	Estructura Corporativa	Véase Punto 4. La Compañía—Estructura Corporativa, —Principales Subsidiarias, —Coca-Cola FEMSA, —FEMSA Cerveza y —FEMSA Comercio
x)	Descripción de los Principales Activos	Véase Punto 4. La Compañía—Descripción de Propiedad, Planta y Equipo
xi)	Procedimientos Judiciales, Administrativos y Arbitrales	Véase Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales
xii)	Acciones Representativas del Capital Social	Véase Punto 9. La Oferta y Listado—Descripción de Valores y Addendum A—Acciones Representativas del Capital Social
xiii)	Dividendos	Véase Punto 3. Información Clave—Dividendos
3)	INFORMACIÓN FINANCIERA	
a)	Información Financiera Seleccionada	Véase Punto 3. Información Clave y Punto 8. Información Financiera—Información Financiera Consolidada
b)	Información Financiera por Línea de Negocio, Zona Geográfica y Ventas de Exportación	Véase Punto 4. La Compañía—Estructura Corporativa, —Coca-Cola FEMSA, —FEMSA Cerveza y —FEMSA Comercio
c)	Informe de Créditos Relevantes	Véase Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas—Obligaciones Contractuales, —Resumen de Instrumentos de Deuda, —Resumen de Deuda y —Contingencias
d)	Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Compañía	
i)	Resultados de la Operación	Véase Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas—Resultados de Operación
ii)	Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital	Véase Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas—Liquidez y Recursos de Capital
iii)	Control Interno	Véase Punto 15. Controles y Procedimientos
e)	Estimaciones, Provisiones o Reservas Contables Críticas	Véase Punto 5. Resultados Operativos y Financieros y Perspectivas—Estimaciones y Políticas Contables Críticas
4)	ADMINISTRACIÓN	
a)	Audidores Externos	Véase Punto 16c. Principales Honorarios y Servicios de Auditores
b)	Operaciones con Personas Relacionadas y Conflicto de Intereses	Véase Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas
c)	Administradores y Accionistas	Véase Punto 6. Consejeros, Ejecutivos y Empleados—Consejeros y Ejecutivos y Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—Principales Accionistas

d)	Estatutos Sociales y Otros Convenios	Véase Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—Fideicomiso de Voto y Punto 10. Información Adicional—Estatutos
5)	MERCADO ACCIONARIO	
a)	Estructura Accionaria	Véase Punto 9. La Oferta y Listado—Descripción de Valores
b)	Comportamiento de la Acción en el Mercado de Valores	Véase Punto 9. La Oferta y Listado—Mercados de Cotización, —Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores y —Precios Históricos
6)	PERSONAS RESPONSABLES	Véase Personas Responsables
7)	ANEXOS	Véase 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 2007
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:

<u>Título de cada clase</u>	<u>Nombre de cada Mercado de Valores en que se está registrado</u>
American Depositary Shares, cada uno representa 10 unidades BD, cada una 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 B-D 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: (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 de Carácter General aplicables a las Emisoras de Valores, mismas que están identificadas en el texto del presente documento.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	4
Glosario de Referencias	4
Conversiones de Moneda y Estimaciones	4
Declaraciones sobre Expectativas.....	4
PUNTOS 1–2. NO APLICABLE	5
PUNTO 3. INFORMACIÓN CLAVE.....	5
Información Financiera Seleccionada.....	5
Dividendos.....	8
Información sobre Tipo de Cambio	8
Factores de Riesgo.....	9
Coca-Cola FEMSA.....	9
FEMSA Cerveza.....	13
FEMSA Comercio	15
PUNTO 4. INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA	18
La Compañía.....	18
Resumen	18
Antecedentes.....	19
Estructura Corporativa.....	21
Principales Subsidiarias	23
Estrategia de Negocios	23
Coca-Cola FEMSA.....	24
FEMSA Cerveza.....	39
FEMSA Comercio	51
Otros Negocios	55
Descripción de Propiedad, Planta y Equipo.....	56
Seguros	58
Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo	59
Asuntos Regulatorios.....	60
PUNTO 4A. COMENTARIOS DE LA COMISIÓN DE MERCADO DE VALORES DE ESTADOS UNIDOS NO RESUELTOS.....	62
PUNTO 5. RESULTADOS OPERATIVOS Y FINANCIEROS Y PERSPECTIVAS	62
Perspectiva General de Acontecimientos, Tendencias e Incertidumbres	63
Eventos Recientes.....	63
Apalancamiento Operativo	64
Estimaciones y Políticas Contables Críticas.....	64
Nuevos Pronunciamientos Contables	68
Resultados de Operación	71
Liquidez y Recursos de Capital	82
Conciliación US GAAP.....	89
PUNTO 6. CONSEJEROS, EJECUTIVOS Y EMPLEADOS	90
Consejeros	90
Ejecutivos	99
Remuneración de los Consejeros y Ejecutivos	102
Plan de Incentivos de Acciones	102

	Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA	103
	Pólizas de Seguro.....	103
	Acciones Propiedad de la Administración.....	103
	Prácticas del Consejo de Administración	104
	Empleados	105
PUNTO 7.	PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS	106
	Principales Accionistas.....	106
	Operaciones con Partes Relacionadas	107
	Fideicomiso de Voto.....	107
	Interés de Miembros de la Administración en Ciertas Transacciones.....	107
	Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y Coca-Cola Company	108
PUNTO 8.	INFORMACIÓN FINANCIERA	109
	Información Financiera Consolidada.....	109
	Política de Dividendos.....	109
	Procedimientos Legales	109
PUNTO 9.	LA OFERTA Y LISTADO	112
	Descripción de Valores.....	112
	Mercados de Cotización	113
	Operaciones en la Bolsa Mexicana de Valores.....	113
	Precios Históricos	113
PUNTO 10.	INFORMACIÓN ADICIONAL	116
	Estatutos.....	116
	Tratamiento Fiscal	123
	Contratos Principales.....	125
	Documentos Disponibles al Público.....	130
PUNTO 11.	DIVULGACIONES CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS SOBRE EL RIESGO DEL MERCADO	130
	Riesgos Derivados por Tasas de Interés	130
	Riesgos Derivados por Tipo de Cambio	132
	Riesgos Derivados del Capital.....	134
	Riesgos Derivados por el Precio de las Materias Primas	134
PUNTOS 12-14.	NO APLICABLE	135
PUNTO 15.	CONTROLES Y PROCEDIMIENTOS	135
PUNTO 16A.	EXPERTO FINANCIERO DEL COMITÉ DE AUDITORÍA.....	136
PUNTO 16B.	CÓDIGO DE ÉTICA.....	136
PUNTO 16C.	PRINCIPALES HONORARIOS Y SERVICIOS DE AUDITORES	137
PUNTO 16D.	NO APLICABLE	137
PUNTO 16E.	COMPRAS DE INSTRUMENTOS DE CAPITAL POR EL EMISOR Y COMPRADORES AFILIADOS	138
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. En diciembre del 2006, tanto nosotros como Coca-Cola FEMSA cambiamos nuestra razón social incluyendo el término “S.A.B.” de conformidad con la nueva Ley del Mercado de Valores en México.

Los términos “U.S. dólar”, “US\$”, “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. 10.9169 por \$1 dólar, tipo de cambio a la compra al mediodía del 31 de diciembre de 2007 publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York. Al 30 de mayo de 2008, el tipo de cambio fue de Ps. 10.3290 por \$1 dólar. Véase “Punto 3. Información General—Información sobre Tipo de Cambio” para información sobre tipo de cambio desde el 1º de enero de 2003. 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 Geografia e Estadística, el Banco de México, entidades locales en cada país y ciertas 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”, el estado de situación financiera consolidado auditado al 31 de diciembre de 2007 y 2006, y los estados consolidados de resultados, de cambios en la situación financiera y de variaciones en las cuentas de capital contable, por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005. Nuestros estados financieros consolidados 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 (“US GAAP”).

En las Notas 26 y 27 de nuestros estados financieros consolidados se incluyen una descripción de las principales diferencias entre las NIF mexicanas y los US GAAP que afectan a la Compañía, una conciliación a US 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 US GAAP, por los mismos periodos que se presentan bajo NIF mexicanas. En la conciliación de US GAAP, presentamos a nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA, a quien consolidamos bajo NIF mexicanas, y bajo US 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. *[Las Notas 26 y 27 aquí referidas, relativas a US GAAP, no están contenidas en los estados financieros de este reporte anual debido a que no son requeridas por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]*

Los efectos de inflación contabilizados bajo NIF mexicanas, no se les ha dado reversa en la conciliación de US GAAP. Ver Nota 26 de nuestros estados financieros consolidados auditados. *[La Nota 26 aquí referida, relativa a US GAAP, no está contenida en los estados financieros de este reporte anual debido a que no es requerida por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]*

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.

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

	2007⁽¹⁾	2007	2006	2005	2004	2003⁽²⁾
(en millones de dólares (“\$”) y millones de pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre de 2007, excepto los datos por acción, el número promedio ponderado de acciones en circulación y porcentajes)						
Datos del Estado de Resultados:						
NIF Mexicanas:						
Ingresos totales	\$ 13,516	Ps. 147,556	Ps. 136,120	Ps. 119,462	Ps. 109,500	Ps. 92,132
Utilidad de operación	1,793	19,569	18,467	17,439	15,858	14,380
Impuestos a la utilidad ⁽³⁾	454	4,950	4,608	4,620	2,801	4,173
Utilidad neta consolidada	1,093	11,936	9,860	9,073	10,729	5,662
Utilidad neta mayoritaria	780	8,511	7,127	5,951	6,917	3,905
Utilidad neta minoritaria	313	3,425	2,733	3,122	3,812	1,757
Utilidad neta mayoritaria por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B	0.04	0.42	0.36	0.31	0.39	0.22
Serie D	0.05	0.53	0.44	0.39	0.49	0.27
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9	8,217.6	8,217.6
Serie D	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1	7,683.0	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%
US GAAP:						
Ingresos totales	\$ 7,636	Ps. 83,362	Ps. 75,704	Ps. 63,031	Ps. 55,557	Ps. 49,777
Utilidad de operación	706	7,710	7,821	6,911	6,011	5,379
Participación en ingresos de Coca-Cola FEMSA ⁽⁵⁾	333	3,635	2,420	2,205	2,936	1,263
Interés minoritario	(3)	(32)	169	—	(524)	(429)
Utilidad neta	784	8,557	6,973	6,059	7,352	3,838
Utilidad neta por acción ⁽⁴⁾ :						
Serie B	0.04	0.43	0.35	0.32	0.42	0.22
Serie D	0.05	0.53	0.43	0.40	0.52	0.27
Número promedio ponderado de acciones en circulación (millones):						
Serie B	9,246.4	9,246.4	9,246.4	8,834.9	8,217.6	8,217.6
Serie D	8,644.7	8,644.7	8,644.7	8,260.1	7,683.0	7,683.0

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

	2007 ⁽¹⁾	2007	2006	2005	2004	2003 ⁽²⁾
(en millones de dólares (“\$”) y millones de pesos mexicanos (“Ps.”) al 31 de diciembre de 2007, excepto los datos por acción, el número promedio ponderado de acciones en circulación y porcentajes)						
Datos del Balance General:						
NIF Mexicanas:						
Total activos	\$ 15,187	Ps. 165,795	Ps. 154,516	Ps. 139,823	Ps. 138,533	Ps. 128,598
Pasivo circulante	3,060	33,404	28,060	22,510	27,250	21,285
Deuda largo plazo ⁽⁶⁾	2,809	30,665	35,673	32,129	40,563	39,378
Otros pasivos largo plazo	1,106	12,073	12,575	10,786	10,963	11,840
Capital social	490	5,348	5,348	5,348	4,979	4,979
Total capital contable	8,212	89,653	78,208	74,398	60,027	56,095
Interés mayoritario	5,915	64,578	56,654	52,400	40,314	35,096
Interés minoritario	2,297	25,075	21,554	21,998	19,713	20,999

US GAAP:

Total activos	\$ 11,430	Ps. 124,775	Ps. 114,693	Ps. 98,869	Ps. 92,613	Ps. 80,827
Pasivo circulante	1,702	18,579	14,814	10,090	16,997	11,652
Deuda largo plazo ⁽⁶⁾	1,518	16,569	18,749	15,177	16,254	8,343
Otros pasivos largo plazo	579	6,323	7,039	4,996	3,470	5,529
Interés minoritario	64	698	166	52	56	5,968
Capital social	490	5,348	5,348	5,348	4,979	4,979
Capital contable	7,567	82,606	73,925	68,554	55,836	49,334

Otra información:

NIF Mexicanas:

Depreciación ⁽⁷⁾	\$ 452	Ps. 4,930	Ps. 4,954	Ps. 4,682	Ps. 4,280	Ps. 3,708
Inversiones en activo fijo ⁽⁸⁾	1,031	11,257	9,422	7,508	7,948	8,085
Margen de operación ⁽⁹⁾	13.3%	13.3%	13.6%	14.6%	14.5%	15.6%

US GAAP:

Depreciación ⁽⁷⁾	\$ 194	Ps. 2,114	Ps. 2,163	Ps. 2,079	Ps. 1,990	Ps. 2,009
Margen de operación ⁽⁹⁾	9.2%	9.2%	10.3%	11.0%	10.8%	10.8%

⁽¹⁾ Conversión a dólares a un tipo de cambio de \$10.9169 pesos mexicanos por \$1.00 dólar, sólo para conveniencia del lector.

⁽²⁾ Nuestra información financiera del 2003 no es comparable a los periodos subsecuentes, debido a la adquisición de Panamco México, S.A. de C.V. en mayo del 2003 por nuestra subsidiaria Coca-Cola FEMSA.

⁽³⁾ Incluye impuesto sobre la renta e impuesto al activo. A partir del 2007, nos requirieron 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 US GAAP y es registrado bajo método de participación, como se menciona en la Nota 26 a) de nuestros estados financieros consolidados auditados. [La Nota 26 aquí referida, relativa a US GAAP, no está contenida en los estados financieros de este reporte anual debido a que no es requerida por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]

⁽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.

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 (US\$), cantidades que fueron realmente pagadas en cada una de las fechas respectivas de pago de los años del 2003 al 2007.

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 2004	2003	Ps. 531,379,672	Ps. 0.0298	\$ 0.0026	Ps. 0.0373	\$ 0.0033
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. 0.1009	\$ 0.0095	Ps. 0.0807	\$ 0.0076

⁽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.

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 a la compra de mediodía publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, expresada en pesos mexicanos por un dólar. Los tipos de cambio no han sido re-expresados en unidades de moneda constantes y representan valores nominales históricos.

	Tipo de Cambio			Fin de Periodo
	Alto	Bajo	Promedio ⁽¹⁾	
2003.....	11.41	10.11	10.80	11.24
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

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

	Tipo de Cambio		
	Alto	Bajo	Fin de Periodo
2006:			
Primer Trimestre	Ps. 10.95	Ps. 10.46	Ps. 10.90
Segundo Trimestre	11.46	10.84	11.29
Tercer Trimestre.....	11.18	10.74	10.98
Cuarto Trimestre	11.06	10.71	10.80
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
Diciembre.....	10.92	10.80	10.92
2008:			
Enero	Ps. 10.97	Ps. 10.82	Ps. 10.82
Febrero	10.82	10.67	10.73
Marzo	10.85	10.63	10.63
Abril	10.60	10.44	10.51
Mayo	10.57	10.31	10.33
Junio ⁽¹⁾	10.44	10.29	10.37

⁽¹⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2008.

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 2007, aproximadamente el 95% 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. 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 no alcohólicas 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 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 México vencen en 2013 y 2015, y son renovables en ambos casos en periodos de diez años. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Argentina vence en 2014. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá (otras bebidas), Venezuela y Colombia vencen en septiembre del 2008. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Brasil venció en diciembre del 2004. 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. Coca-Cola FEMSA está en el proceso de negociar renovaciones para estos contratos en términos y condiciones similares como a los de otros países. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company actualmente están operando bajo los términos de los contratos existentes. No existe certeza alguna sobre la decisión de The Coca-Cola Company de la posibilidad de no renovar alguno de estos contratos. Del mismo modo, en caso de incumplimiento con los términos de estos contratos pueden darse por terminados. La terminación anticipada 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 en noviembre de 2007 en conjunto con The Coca-Cola Company llevo a cabo la adquisición del 100% de las acciones en circulación de Jugos del Valle, S.A.B. de C.V., al cual nos referimos como Jugos del Valle, un productor mexicano de jugos y bebidas con operaciones en México, Brasil y Estados Unidos. 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 compete contra bebidas 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 compete 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 refrescos de bajo precio en presentaciones más grandes en tamaños familiares. 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 InBev S.A., 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 no alcohólicas 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 bebidas. 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 propios de acuerdo a las concesiones otorgadas por el gobierno mexicano. La mayor parte del agua utilizada en la producción de bebidas 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 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 las compañías designadas por 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. 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 utilizados en el embotellamiento de sus productos, principalmente resina y preformas para producir botellas de plástico, botellas de plástico terminadas y latas de aluminio, se pagan en o determinan su precio con referencia al dólar por lo que podrían encarecerse en caso de que el dólar estadounidense sufriera una reevaluación frente a la divisa de

cualquiera de los países en los que Coca-Cola FEMSA opera, especialmente contra el peso mexicano. 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. Los precios en dólares americanos que Coca-Cola FEMSA paga por la resina se mantuvieron relativamente estables en el 2007, 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. Durante 2007 el precio de los edulcorantes en todos los países en los que opera Coca-Cola FEMSA a excepción de México y Argentina, tuvieron un ligero incremento. 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 al impuesto al consumo y al impuesto al valor agregado en muchos 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. En 2003, México impuso un impuesto al consumo del 20% sobre bebidas carbonatadas que utilizan un endulzante distinto al azúcar. Este impuesto fue eliminado en 2007. Ciertos países en Centroamérica, Argentina y Brasil tienen impuestos sobre las bebidas no alcohólicas. En el futuro, las autoridades gubernamentales en los países donde opera Coca-Cola FEMSA podrían imponer o aumentar 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. 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 nuevos 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 condición 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. 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 o Estados Unidos. En particular, la demanda en el norte de México, donde hay un gran número de poblaciones fronterizas, puede verse más adversamente afectada por el comportamiento de la economía en Estados Unidos. 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 nuestros resultados de operación ya que una porción significativa de nuestros costos y gastos están denominados en dólares o determinados con referencia al dólar.

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 del aluminio incrementaron aproximadamente 3% en 2007. En virtud de que los precios de aluminio están denominados en dólares, una apreciación del dólar frente al peso mexicano incrementaría el costo de FEMSA Cerveza como un porcentaje de venta neto, ya que sus ventas son generalmente en pesos mexicanos. Los precios de la cebada se incrementaron aproximadamente más del 35% en el 2007. FEMSA Cerveza espera que sus precios de granos se incrementen en promedio 35% en el 2008, lo anterior debido a los incrementos en el precio internacional de los granos. 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 en el costo de las materias primas podría afectar negativamente sus resultados de operación y flujos de efectivo.

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 Companhia de Bebidas das Americas (“AmBev”), 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 2.3% en términos de volumen de ventas en el mercado mexicano de cerveza del 2007. Según el Tratado de Libre Comercio de América del Norte o TLCAN, los aranceles aplicables a las cervezas importadas de los Estados Unidos y Canadá se eliminaron en enero del 2001. No obstante, el aumento de la competencia de importación 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 o regulaciones sobre la venta de cerveza fría 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. FEMSA Cerveza continúa implementando una serie de iniciativas para buscar mejorar el desempeño de Kaiser, sin embargo FEMSA Cerveza no ha manejado operaciones en este mercado de cerveza anteriormente, y 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 19% durante el periodo de 2003 al 2007. En este periodo, esta 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 30 de mayo de 2008, un Fideicomiso de Voto, cuyos participantes son integrantes de cinco familias, era propietario de 65% de nuestro capital social y de 74.78% 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 nueva Ley del Mercado de Valores, a la cual nos referimos como la Ley de Valores Mexicana. 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 acción ADSs, el depositario de ADSs, será sujeto de ciertas limitaciones, cediendo 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—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 segmento geográfico más importante en lo individual. Para el año finalizado el 31 de diciembre de 2007, el 72% de nuestros ingresos totales consolidados se atribuyeron a México. En el pasado, México ha experimentado periodos prolongados de debilidad y deterioros en las condiciones económicas que han tenido un impacto negativo en nuestra Compañía. No podemos garantizar que dichas condiciones no volverán o que dichas condiciones no tendrán un efecto adverso material en los resultados operativos y nuestra situación financiera.

Nuestro negocio podría ser afectado significativamente por las condiciones generales de la economía mexicana o por la tasa de inflación en México, las tasas de interés en México y los tipos de cambio o control de cambios del peso mexicano. Bajas en la tasa de crecimiento de la economía mexicana, periodos de decrecimiento y/o crecimientos en inflación o las tasas de interés podrían resultar en una baja en la demanda de nuestros productos, menor precio real de nuestros productos o un cambio hacia productos de menor margen. Debido a que un gran porcentaje de nuestros costos y gastos son fijos, no podríamos reducir costos y gastos en caso de ocurrir cualquiera de esos sucesos, y nuestros márgenes de utilidad podrían sufrir como resultado. Además, 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 20% del total de nuestra deuda al 31 de diciembre de 2007 (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.

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 podría incrementar 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 podrían tener un efecto negativo en nuestra situación financiera y los resultados netos de las operaciones. Una severa devaluación o depreciación del peso mexicano podría también 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. 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.

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 por lo menos hasta la próxima elección del Congreso en el 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 han sido beneficiados por las altas tasas de crecimiento y la relativa estabilidad económica en periodos recientes, a pesar de que históricamente estos países han presentado volatilidad económica e inestabilidad política. 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 2007. Esta tasa mayor del crecimiento de ingresos totales podría resultar en una gran contribución de los resultados de operación para estos territorios, pero como resultado podría también exponernos a grandes riesgos en estos territorios. La devaluación de la moneda local con respecto al dólar podría incrementar nuestros costos operativos en esos países, y una depreciación con respecto al peso mexicano afectaría negativamente los resultados de las operaciones en esos países dado que se reporta en nuestros estados financieros. En años recientes el peso mexicano se ha mantenido estable frente al dólar americano, mientras que las monedas de otros países, específicamente el real brasileño y el peso colombiano se han apreciado frente al dólar americano y al peso mexicano. 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. El 5 de diciembre de 2006, de conformidad con la nueva Ley del Mercado de Valores en México, cambiamos nuestra denominación social para reflejarnos como una sociedad anónima bursátil de capital variable, mientras que anteriormente las denominaciones sociales en México, incluyendo la nuestra, no indicaba si una compañía se encontraba listada en la bolsa. 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. Muguerra, 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, llegando a aproximadamente 34.596 millones de hectolitros en el 2007.

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), 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 adquirió de Molson Coors Brewing Company (“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, a través de nuestra subsidiaria CIBSA 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 30 de mayo de 2008, 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 noviembre del 2007, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company adquirieron el 100% de las acciones de Jugos del Valle por el monto agregado de \$456 millones de dólares, incluyendo la deuda neta existente por aproximadamente \$86 millones de dólares.

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.

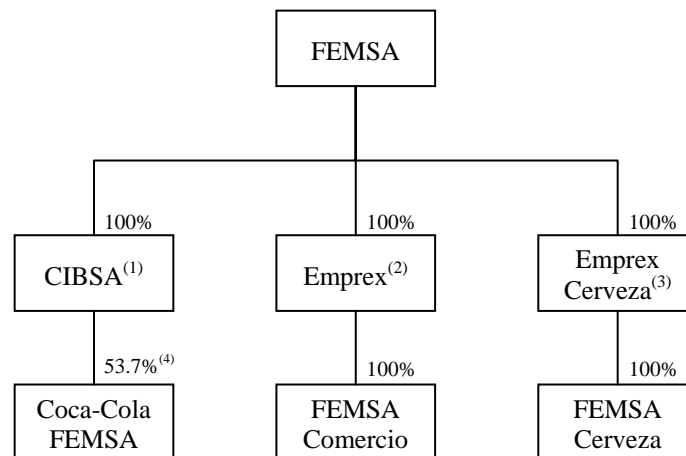
El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de enmendar nuestros estatutos para preservar la estructura accionaria en unidades que tenemos desde mayo de 1998 y para mantener la estructura existente posterior al 11 de mayo de 2008. Nuestros estatutos anteriormente determinaban 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 hasta 51% de nuestro capital total accionario y de acciones Serie D-B y Serie D-L, las cuales en conjunto pueden representar hasta 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”.

Don Eugenio Garza Lagüera, nuestro Presidente Honorario Vitalicio, falleció el 24 de mayo de 2008. 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.

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 30 de mayo de 2008



(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 2007
y % de crecimiento vs año anterior⁽¹⁾:

	Coca-Cola FEMSA		FEMSA Cerveza		FEMSA Comercio	
	(expresados en millones de pesos constantes, excepto los empleados)					
Ingresos totales	Ps. 69,251	8.1%	Ps. 39,566	4.3%	Ps. 42,103	14.3%
Utilidad de operación....	11,447	11.7	5,404	(11.7)	2,315	39.1
Activos totales.....	87,178	8.4	65,539	5.3	14,284	16.0
Empleados.....	58,122	2.5	21,748	1.9	15,824	38.2

Resumen de Ingresos Totales por Segmento⁽¹⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2007	2006	2005
	(expresados en millones de pesos constantes)		
Coca-Cola FEMSA	Ps. 69,251	Ps. 64,046	Ps. 59,642
FEMSA Cerveza	39,566	37,919	29,768
FEMSA Comercio.....	42,103	36,835	31,021
Otros	8,124	7,966	6,485
Ingresos totales consolidados ..	Ps. 147,556	Ps. 136,120	Ps. 119,462

Resumen de Ingresos Totales por Región Geográfica⁽²⁾

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2007	2006	2005
	(expresados en millones de pesos constantes)		
México.....	Ps. 106,136	Ps. 99,310	Ps. 90,561
Centroamérica.....	4,850	4,592	4,022
Colombia.....	7,051	6,556	6,147
Venezuela.....	9,792	7,997	7,188
Brasil	16,093	14,378	8,433
Argentina	4,034	3,458	3,256
Ingresos totales consolidados ..	Ps. 147,556	Ps. 136,120	Ps. 119,462

⁽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⁾ 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.

Principales Subsidiarias

La siguiente tabla presenta nuestras más significativas subsidiarias al 31 de mayo de 2008:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA ⁽¹⁾	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽²⁾	México	53.7% ⁽²⁾
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V. (Panamco)	México	53.7%
Panamco México, S.A. de C.V.	México	53.7%
Refrescos Latinoamericanos, S.A. de C.V.	México	53.7%
Emprex Cerveza	México	100.0%
Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Cerveza	México	100.0%
Cervezas Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	México	100.0%
Grupo Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	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 2007, 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 2007 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 replicables 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, además de los principales centros urbanos de Sudamérica—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 del 2007. 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, Campiñas, Santos, el estado de Mato Grosso do Sul 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 de la Ley 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 2007:

Operaciones por Segmento Por el año terminado el 31 de diciembre de 2007⁽¹⁾

	Ingresos Totales	Porcentaje de los Ingresos Totales	Utilidad de Operación	Porcentaje de la Utilidad de Operación
México.....	Ps. 32,550	47.0%	Ps. 6,569	57.4%
Centroamérica	4,808	7.0	715	6.2
Colombia	6,933	10.0	1,242	10.9
Venezuela	9,785	14.1	572	5.0
Argentina.....	4,034	5.8	492	4.3
Brasil	11,141	16.1	1,857	16.2

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

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 para 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 del 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 del 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, cuando 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 extraordinarias) 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 sociedad en cuyo capital social participan 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, S.A.B. de C.V. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Adquisición de Jugos del Valle”.

El 30 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA celebró un contrato de compra-venta con The Coca-Cola Company para adquirir una franquicia de su propiedad localizada en el estado de Minas Gerais (Refrigerantes Minas Gerais Ltda., “REMIL”) en Brasil.

El 21 de diciembre de 2007 y el 30 de mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA vendió la mayoría de sus marcas propias a The Coca-Cola Company. Estas marcas registradas ahora están siendo licenciadas a Coca-Cola FEMSA por The Coca-Cola Company.

Al 31 de marzo de 2008, 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 *The New York Stock Exchange*, 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 2007, 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 para su inversión incrementando nuestra rentabilidad. El elemento clave para alcanzar dicha rentabilidad consiste en aumentar nuestros ingresos por medio de 1) implantación de estrategias de multisegmentación en nuestros mercados más grandes para atacar distintos grupos divididos por intensidad competitiva y nivel socioeconómico; 2) creación de un producto bien planificado, estrategias de empaque y precios por medio del canal de distribución; y 3) mejora de eficiencia operativa en 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 nuevos segmentos del mercado y crear efectivas campañas publicitarias para 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 que han resultado exitosas a través de toda la cadena de distribución;
- 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 relación 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 bebidas 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 rendimiento 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 equipos de refrigeración, 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 el área 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 2003 y 2004, como parte del proceso de integración por su adquisición de Panamco, Coca-Cola FEMSA cerró varios centros de fabricación sub-utilizados y cambió actividades de distribución hacia otras instalaciones ya existentes. Adicionalmente, Coca-Cola FEMSA cerró centros de distribución en 2005, 2006 y 2007. 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.

Mercados de Coca-Cola FEMSA

El siguiente mapa muestra la ubicación de 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 post-mix) 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 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 franquiciadas por terceros. Las bebidas marca *Coca-Cola* incluyen colas, refrescos de sabores, agua y bebidas en otras categorías como bebidas de jugo e isotónicos. En diciembre, Coca-Cola FEMSA vendió ciertas de sus marcas propias a The Coca-Cola Company. La siguiente tabla muestra marcas principales de Coca-Cola FEMSA al 31 de marzo de 2007:

<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>Ciel</i>	✓					
<i>Crystal</i>					✓	
<i>Manantial</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 de sabor sin calorías (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 (post-mix), 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:			
	2007	2006	2005
	(millones de cajas unidad)		
México.....	1,110.4	1,070.7	1,025.0
Centroamérica.....	128.1	120.3	109.4
Colombia.....	197.8	190.9	179.7
Venezuela.....	209.0	182.6	172.5
Argentina.....	179.4	164.9	150.1
Brasil ⁽¹⁾	296.1	268.7	252.5
Volumen Total.....	<u>2,120.8</u>	<u>1,998.1</u>	<u>1,889.2</u>

⁽¹⁾ Excluye volumen de ventas de cerveza.

Mezcla de Producto y Empaque

La marca de Coca-Cola FEMSA más importante es *Coca-Cola* y sus extensiones de línea, *Coca-Cola Light*, *Coca-Cola Light sin Cafeína* y *Coca-Cola Zero*, las cuales en conjunto representaron el 62.7% del total del volumen de ventas en el 2007. *Ciel* (incluyendo presentaciones en garrafón), *Fanta*, *Sprite*, *Lift* y *Fresca*, las segundas marcas más grandes en orden consecutivo de Coca-Cola FEMSA representaron 10.8%, 6.9%, 2.9%, 1.6% y 1.4%, respectivamente, del volumen total de ventas en el 2007. Coca-Cola FEMSA utiliza el término extensiones para referirse a los diferentes sabores en los 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 nuestras bebidas de la marca *Coca-Cola* van desde 4 onzas tamaño individual a tamaño familiar de 20 litros. 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. Las presentaciones retornables y no-retornables le permiten ofrecer diferentes combinaciones de conveniencia y precio para implantar estrategias de administración de ingresos y dirigir 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 post-mix. Coca-Cola FEMSA también vende productos de agua embotellada en garrafón, que se refiere a tamaños mayores a 17 litros y cuyo precio por caja unidad es menor que el de sus otros productos.

Además, de las bebidas marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA produce, comercializa y distribuye algunas otras bebidas franquiciadas de terceros distintos a The Coca-Cola Company en varias presentaciones.

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 se ha mejorado a pesar de las interrupciones operativas de corto plazo que enfrentó 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 2007, 2006 y 2005.

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 2007 fue de 414 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:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	1,110.4	1,070.7	1,025.0
% Crecimiento.....	3.7%	4.5%	3.5%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	78.3%	79.6%	79.6%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	20.7	19.5	19.7
Otras Categorías	1.0	0.9	0.7
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 52% del volumen total de ventas de refrescos en México en el 2007. En 2007, las presentaciones familiares representaron 62.4% del volumen total de ventas de refrescos en México, creciendo cerca de 2.2% en comparación con el 2006. Las estrategias comerciales de Coca-Cola FEMSA pretender incrementar el consumo en presentaciones personales y mantuvieron los volúmenes de ventas de las presentaciones familiares. En 2007, las presentaciones no retornables de refresco de Coca-Cola FEMSA tuvieron un ligero incremento como porcentaje del volumen total de ventas de 69.5% en 2006 a 71.8% en 2007.

El volumen total de ventas alcanzó 1,110.4 millones de cajas unidad en el 2007, un incremento de 3.7% comparado con 1,070.7 millones de cajas unidad en el 2006. El volumen de ventas de refrescos aumentó 2.1%, representando más de 50% del incremento en el volumen total durante el año. 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 2007, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Centroamérica fue de 150 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:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	128.1	120.3	109.4
% Crecimiento.....	6.5%	10.0%	(1.1)%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	89.7%	90.9%	93.6%
Agua Embotellada.....	4.3	4.4	4.3
Otras Categorías	6.0	4.7	2.1
Total	100.0%	100.0%	100.0%

En 2007, las presentaciones tamaño familiar representaron el 51.8% del volumen total de ventas de refrescos en Centroamérica, comparado con 50.6% en el 2006.

El volumen total de ventas fue 128.1 millones de cajas unidad en el 2007, un incremento de 6.5% comparado con 120.3 millones en el 2006. Durante el año, el volumen de ventas de refrescos registró más del 70% 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 en bebidas marca *Coca-Cola*, algunos productos que se venden bajo marcas propias y otras marcas, de las cuales Coca-Cola FEMSA cuenta con la licencia de venta por parte de un tercero. En 2007, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Colombia fue de 90 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:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	197.8	190.9	179.7
% Crecimiento.....	3.6%	6.2%	7.5%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	87.6%	87.9%	87.9%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	11.0	10.9	11.7
Otras Categorías	1.4	1.2	0.4
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de garrafón.

En 2007, las presentaciones tamaño familiar representaron el 49.9% del volumen total de ventas de refrescos en Colombia. En 2008, como parte de los esfuerzos de 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 197.8 millones de cajas unidad durante el 2007, un incremento de 3.6% comparado con 190.9 millones en el 2006, impulsado por el crecimiento en el volumen de ventas de refrescos, el cual representó más de 80% del incremento en el volumen total.

Venezuela

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Venezuela consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2007, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Venezuela fue de 165 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:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	209.0	182.6	172.5
% Crecimiento.....	14.5%	5.9%	(0.1)%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	90.4%	87.7%	86.6%
Agua Embotellada ⁽¹⁾	5.7	7.5	8.7
Otras Categorías	3.9	4.8	4.7
Total	100.0%	100.0%	100.0%

⁽¹⁾ Incluye el volumen de ventas de garrafón.

Durante el 2007, Coca-Cola FEMSA continuó enfrentando dificultades operativas periódicas que no les permitieron producir y distribuir cantidades suficientes para satisfacer la oferta. Coca-Cola FEMSA implementó una estrategia de racionalización en su portafolio de productos, la cual generó un aumento del 14.5% en el volumen total de ventas en el año.

En 2007, las presentaciones familiares representaron el 90.4% del volumen total de ventas de refrescos en Venezuela. El volumen de ventas fue 209.0 millones de cajas unidad en el 2007, un incremento del 14.5% comparado con 182.6 millones en el 2006, impulsado por el crecimiento de volumen en el segmento de refrescos.

Argentina

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Argentina consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola*. En 2007, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Argentina fue de 370 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:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	179.4	164.9	150.1
% Crecimiento.....	8.8%	9.8%	4.0%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	96.2%	96.6%	97.3%
Agua Embotellada.....	1.0	1.2	1.4
Otras Categorías	2.8	2.2	1.3
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Durante el 2007, los empaques retornables representaron el 25.2% del volumen total de ventas en Argentina en el 2007, comparado con 24.7% en el 2006. En 2006, como parte de los esfuerzos de revitalizar la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una extensión de línea de la marca *Coca-Cola*.

El volumen total de ventas fue de 179.4 millones de cajas unidad en el 2007, un incremento de 8.8% comparado con 164.9 millones en el 2006. La mayoría del volumen incremental provino de las presentaciones no retornables, el cual

representó más del 60% del volumen de ventas incremental. En 2007, las presentaciones familiares permanecieron sin cambios en 83.7% del volumen total de ventas.

Brasil

El portafolio de productos de Coca-Cola FEMSA en Brasil consiste principalmente en bebidas marca *Coca-Cola* y otros productos vendidos bajo marcas propias y las marcas de cerveza de *Kaiser*, las cuales se venden y distribuyen en nuestro nombre. En 2007, el consumo per cápita de refrescos *Coca-Cola* en Brasil fue de 220 porciones de ocho onzas.

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

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2007	2006	2005
Volumen de ventas por producto	(millones de cajas unidad)		
Total	296.1	268.7	252.5
% Crecimiento.....	10.2%	6.4%	11.0%
Mezcla de ventas por categoría	(en porcentajes)		
Total Refrescos.....	91.7%	91.7%	92.3%
Agua Embotellada.....	6.7	7.3	6.9
Otras Categorías	1.6	1.0	0.8
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Durante 2007, casi el 100% de su volumen incremental provino de refrescos en presentaciones no-retornables en el año.

El volumen total de ventas fue de 296.1 millones de cajas unidad en el 2007, un incremento de 10.2% comparado con 268.7 millones en el 2006. Este incremento incluyó un crecimiento de 10.3% del volumen de ventas de refrescos durante el año. En 2007, como parte de los esfuerzos de revitalizar la marca *Coca-Cola*, Coca-Cola FEMSA lanzó *Coca-Cola Zero*, una extensión de línea de la marca *Coca-Cola*.

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 en Cervejarias Kaiser. Coca-Cola FEMSA continúa distribuyendo el portafolio de cervezas de Kaiser y asumir la función de ventas en São Paulo, Brasil, consistente con los acuerdos establecidos antes del 2004. A partir del segundo trimestre de 2005, Coca-Cola FEMSA no consolida la cerveza que distribuye en Brasil en su volumen de ventas. Para propósitos de comparación, el volumen de ventas presentado en este reporte no incluye las ventas de cerveza de 2005, 2006 y 2007.

Adquisición de Jugos del Valle

El 10 de octubre de 2007 Administración, S.A.P.I. de C.V. o Administración, una sociedad en cuyo capital social participamos directa o indirectamente Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company llevó a cabo una oferta pública de compra de hasta el 100% de las acciones representativas del capital social de la empresa Jugos del Valle, por un monto aproximado de \$370 millones de dólares en efectivo, equivalente a un precio de \$6.34 dólares por acción, adicionalmente asumiendo pasivos por una cantidad aproximada de \$86 millones de dólares.

El 8 de noviembre de 2007, Administración, una vez que la oferta pública de compra se llevó a cabo exitosamente, adquirió las acciones que representaban el 100% del capital social de Jugos del Valle. Esta transacción cumplió con la aprobación de las autoridades regulatorias en México. Jugos del Valle produce jugos envasados, néctares y bebidas hechas a base de fruta. Está basado en México, pero comercializa sus productos internacionalmente, particularmente en Brasil y los Estados Unidos de América.

Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company invitaron al resto de los embotelladores de los productos con marcas de The Coca-Cola Company en México y Brasil a participar en una alianza estratégica en el negocio mexicano y brasileño, de Jugos del Valle, bajo los mismos términos y condiciones. En México y Brasil, todos los embotelladores de los

productos con marcas de *Coca-Cola* acordaron participar en la correspondiente venta de acciones, la cual se espera sea finalizada durante 2008.

En Febrero de 2008, Coca-Cola FEMSA inició a distribuir los productos de la marca *Jugos del Valle* en sus operaciones en México.

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 2007 de Coca-Cola FEMSA, neto de las contribuciones de The Coca-Cola Company, fueron de Ps. 2,606 millones. En 2007, The Coca-Cola Company contribuyó con un adicional de Ps. 1,582 millones. 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 segmentos de mercado 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 segmentar su mercado y desarrollar esfuerzos dirigidos a cada segmento 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 carbonadas 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 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 2007**

	<u>México</u>	<u>Centro América</u>	<u>Colombia</u>	<u>Venezuela</u>	<u>Argentina</u>	<u>Brasil</u>
Centros de distribución.....	84	29	37	32	5	12
Detallistas (en miles) ⁽¹⁾	600.1	110.9	346.0	233.8	80.9	126.6

⁽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 2007, Coca-Cola FEMSA cerró 8 de 92 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 “*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 a los detallistas a través de una combinación de flota propia de camiones y distribuidores terceros. A finales de 2007 operaban 29, 37, 32, 5 y 12 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 más del 21% del volumen total de ventas en 2007 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 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. 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 no alcohólicas.

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 asociación 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 cream soda, la cual es la segunda categoría más popular en la industria de las bebidas carbonadas en términos del volumen total de ventas, y además también vende productos Pepsi. Postobón es un productor integrado de manera vertical,

los propietarios manejan importantes intereses comerciales en Colombia. Durante la segunda mitad de 2007, Big Cola, un productor de bajo precio, comenzó a operar en Colombia, aumentando nuestra competencia en presentaciones familiares. Coca-Cola FEMSA espera que la competencia se intensifique en 2008.

Venezuela

En Venezuela el principal competidor de Coca-Cola FEMSA es Pepsi-Cola Venezuela, C.A., una asociación 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 carbonadas 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 de dieta, 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 en México en un periodo de tres años comenzando en el 2007 y en Brasil comenzando en el 2006. Como parte del nuevo marco de cooperación que Coca-Cola FEMSA acordó con The Coca-Cola Company a finales del 2006, The Coca-Cola Company proveerá un parte relevante de fondos derivados del incremento en incidencia para impulsar el portafolio de refrescos y no carbonatadas. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas—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. En México, el precio promedio de resina se mantuvo relativamente estable durante el 2007.

Bajo el acuerdo de Coca-Cola FEMSA con The Coca-Cola Company, es posible utilizar azúcar cruda, refinada o alta fructuosa 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 en combustible alternativo.

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. con la cual ALPLA Fábrica de Plásticos, S.A. de C.V., conocida como ALPLA, produce botellas de plástico no retornables para Coca-Cola FEMSA utilizando la resina que compra.

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.

En diciembre del 2001, el gobierno mexicano expropió la mayor parte de los ingenios azucareros en México. Para administrar la industria, el gobierno de México firmó un contrato de fideicomiso con Nacional Financiera, S. N. C., la cual se refiere como Nafin, un banco de desarrollo del gobierno conforme al cual Nafin actúa como fiduciario. Adicionalmente, el gobierno mexicano impuso un impuesto especial del 20% a partir del 1° de enero de 2002, a los refrescos endulzados con alta fructosa de maíz. Como resultado, Coca-Cola FEMSA realizó modificaciones en sus plantas productivas para poder producir basados en caña de azúcar desde principios de 2002. El 1° de enero de 2003 amplió el alcance de este impuesto a los refrescos producidos con endulzantes sin azúcar. El efecto de este impuesto limita la capacidad de Coca-Cola FEMSA de sustituir el azúcar por otros endulzantes. Coca-Cola FEMSA inició procesos en tribunales federales mexicanos en contra de este impuesto especial, lo cual permitió dejar de pagar estos impuestos en 2005 y 2006. Coca-Cola FEMSA además está usando nuevamente alta fructuosa de maíz como endulzante. A finales del 2006, efectivo iniciando en el 2007, el gobierno mexicano eliminó este impuesto especial. El gobierno acordó devolver los molinos expropiados a sus anteriores propietarios. Este proceso ha iniciado y la mayoría de los molinos han sido devueltos a los propietarios.

Es posible obtener azúcar por medio de compras en el mercado internacional, el cuál está sujeto a aranceles de importación y dicha cantidad la establece el gobierno mexicano. Como resultado los precios del azúcar en México son mayores al precio internacional de mercado. En 2006 y 2007, los precios del azúcar se incrementaron.

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 proveedores, en donde su competidor Postobón posee un 40% de la participación de capital. Existen otros proveedores de botellas de vidrio, sólo es posible obtener latas 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 2003, 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 internacionales. Coca-Cola FEMSA compra sus presentaciones de lata y para productos con base de jugo para distribución de sus clientes en Buenos Aires, de CICAN, S.A., de la que Coca-Cola FEMSA participa directa o indirectamente con el 100% del capital social, después de dar efecto a la adquisición del restante 51.1% en noviembre de 2007.

Brasil

El azúcar en Brasil está disponible en el mercado local, con precios históricamente más bajos que los internacionales. Los precios de azúcar en Brasil en periodos recientes han sido volátiles, y el costo de compra de Coca-Cola FEMSA disminuyó en 2007. Coca-Cola FEMSA compra botellas de vidrio, botellas de plástico y latas de diversos proveedores tanto nacionales como internacionales.

FEMSA Cerveza

Resumen y Antecedentes

FEMSA Cerveza produce cerveza en México y Brasil, y exporta sus productos a 47 países en todo el mundo, siendo Norteamérica el mercado de exportaciones más importante, seguido de ciertos países en Europa, Latinoamérica y Asia. En 2007, FEMSA Cerveza fue clasificada como la decimosegunda 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 2007, aproximadamente el 67.5% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza provino de México, 24.5% de Brasil y 8.0% de exportaciones. En 2007, FEMSA Cerveza vendió 39.940 millones de hectolitros de cerveza.

FEMSA Cerveza es una compañía controladora mexicana cuyas principales subsidiarias son Grupo 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 adquirió de Molson Coors Brewing Company (“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 completó 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 para reflejar 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 principales productos 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 39.940 millones de hectolitros en el 2007, lo que representó un incremento de 5.9% sobre el volumen de ventas total de 37.697 millones de hectolitros en el 2006. En 2007, el volumen de ventas de cerveza en México de FEMSA Cerveza se incrementó 3.9% a 26.962 millones de hectolitros, el volumen de ventas de cerveza en Brasil se incrementó 9.6% a 9.795 millones de hectolitros y el volumen de ventas de exportación de cerveza aumentó 13.2% a 3.183 millones de hectolitros. El volumen de ventas de cerveza en Brasil previo al 2006 no es reportado debido a que FEMSA Cerveza no era propietario, ni poseía la operación previa a enero del 2006.

Volumen Total de Ventas de Cerveza					
(en miles de hectolitros)					
Por los años terminados el 31 de diciembre del:					
	2007	2006	2005	2004	2003
Volumen de México	26,962	25,951	24,580	23,442	22,582
Volumen de Brasil	9,795	8,935	NA	NA	NA
Volumen de exportación	3,183	2,811	2,438	2,240	1,982
Volumen total	39,940	37,697	27,018	25,682	24,564

En México, el volumen de ventas nacional de cerveza de FEMSA Cerveza para el periodo del 2003 al 2007 registró una tasa de crecimiento compuesto de 4.5%, mientras que la industria de la cerveza mexicana creció 4.1%. Esto se compara con la tasa de crecimiento compuesto promedio de 3.8% registrada para el Producto Interno Bruto mexicano para el mismo periodo. Las ventas netas nacionales de FEMSA Cerveza durante el mismo periodo registraron una tasa de crecimiento promedio compuesto de 6.1%. El volumen de ventas por exportación de FEMSA Cerveza registró una tasa de crecimiento promedio compuesto de 12.6% para el mismo periodo, mientras la tasa de crecimiento compuesto para ventas de exportación de FEMSA Cerveza fue de 17.8%.

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 comercios minoristas;
- **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 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;
- **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 y tipos de equipo de refrigeración y material de mercadotecnia en los puntos de venta;
- **alcanzar niveles de distribución minorista 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 octavo mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2007 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 frecuente de reglamentaciones gubernamentales con respecto a licencias, y (4) elementos demográficos favorables en la población que consume cerveza.

Producción mexicana de cerveza

Desde 1985, México ha tenido, de hecho, 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 2007, este segmento representó aproximadamente 2.3% del mercado total de cerveza en México. 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.

Diferencias de participación en mercados regionales

FEMSA Cerveza y Grupo Modelo tienen fuertes posiciones cada uno 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, FEMSA Cerveza estima que 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

Región	% de la Población Total en 2007	% del PIB Total en 2007	PIB Per Cápita en 2007⁽¹⁾
Norte	26.9%	33.5%	Ps. 106.1
Sur.....	22.9	15.3	56.9
Centro	50.2	51.1	86.8
Total del País	100.0%	100.0%	Ps. 85.2

⁽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.

Previo al 2005, los impuestos federales en cerveza consistían 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 ha sido un patrocinador activo de un programa nacional de “conductores designados” 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 alcanzó aproximadamente 59 litros en el 2007. 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 38% 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 0.8% por año durante el periodo del 2008 a 2012. 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.

En 2007, el estimado anual del consumo de cerveza per cápita fue aproximadamente 59 litros en México, en comparación a aproximadamente 82 litros en los Estados Unidos.

Influencias macroeconómicas que afectan el consumo de cerveza

Consideramos que la actividad de consumo en el mercado de cerveza mexicano se ve fuertemente afectada por el nivel general de actividad económica en México, la base de sueldos brutos del país, los cambios en el ingreso disponible real y los niveles de empleo. Como resultado, la industria de la cerveza reacciona agudamente ante los cambios económicos. En general, la industria experimenta un crecimiento elevado del volumen en periodos de solidez económica y un menor crecimiento o una contracción del volumen en los periodos de retracción económica. En México, las ventas nacionales de cerveza disminuyeron en 1982, 1983 y 1995. Estas disminuciones en las ventas corresponden a periodos en los cuales la economía mexicana sufrió graves trastornos. De manera similar, la debilidad económica observada en el 2002 se tradujo en una reducción en las ventas nacionales de cerveza para el 2002. En 2003, dado que se mantuvo el efecto de desaceleración económica en los consumidores, FEMSA Cerveza decidió no incrementar sus precios. 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, pese a los incrementos de precios en la industria de la cerveza mexicana, los precios en términos reales (incluyendo el efecto de inflación) disminuyeron y el crecimiento del volumen en la industria de la cerveza de México fue menor que el crecimiento del PIB de México. En 2005, 2006 y 2007, el crecimiento en las ventas de cerveza superó al crecimiento en el producto interno bruto de México. En 2006, el crecimiento en las ventas de cerveza fue el más grande registrado en los últimos diez años, debido al fortalecimiento de la economía, lo cual incentivó el consumo de nuestros productos.

Precios de la Cerveza

Durante el 2005, FEMSA Cerveza incrementó los precios de sus productos en México en línea con la inflación de ese año. En 2006, FEMSA Cerveza nuevamente incrementó los precios de sus productos; sin embargo, el incremento en precios en el 2006 fue por debajo del aumento promedio registrado en el índice nacional de precios al consumidor. Durante el 2007, el incremento de precios de FEMSA Cerveza fue compensado parcialmente por el aumento de precios en materias primas.

De acuerdo con el índice de precios de la cerveza emitido por el Banco de México, el efecto neto durante el año 2007 fue un aumento en los precios promedio de 2.9% en términos nominales, o prácticamente sin cambio en términos reales. La siguiente tabla muestra los precios relativos promedio real a minoristas desde el año 2003 para la industria cervecera de México:

Industria Mexicana de Cerveza				
Índice Acumulado de Precios Reales de la Cerveza— 2003-2007				
Al 31 de diciembre del:				
2007	2006	2005	2004	2003
93.7	94.8	94.9	98.0	100.0

Fuente: Banco de México.

Descripción del Producto

Al 31 de diciembre de 2007, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 21 marcas de cerveza bajo 14 diferentes presentaciones, resultando en un portafolio de 102 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 89% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en México durante el 2007.

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 85% de su volumen de ventas de cerveza mexicano; operando a través de 234 centros de distribución, propiedad de la Compañía. El 15% restante del volumen de ventas de cerveza fue vendido a través de 68 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, 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 más de 5,500 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. En los últimos años, FEMSA Cerveza ha implementado el proceso de pre-venta para la distribución en sus mercados, con el propósito de mejorar sus prácticas de distribución. FEMSA Cerveza completó el proceso de pre-venta en todos sus centros de distribución propios. El proceso de pre-venta es un método de distribución en el cual funciones de ventas y entrega se encuentran separadas y los camiones son cargados con la mezcla necesaria de productos que han sido previamente ordenados. Uno de los principales objetivos de la pre-venta es separar las funciones de venta de las de distribución, para asegurar la disciplina en las prácticas de mercado y mejorar la eficiencia del sistema de distribución, reduciendo la cantidad de rutas de distribución secundarias en mercados muy fragmentados. En los lugares en los que se instituyó la pre-venta, hemos experimentado una significativa reducción en los productos no vendidos que salen del almacén y una reducción neta del personal de distribución. La existencia del proceso de pre-venta facilita la entrega sistemática de los productos y ayuda a disciplinar el nivel de inventario en el punto de venta. Además, la pre-venta le ha servido a FEMSA Cerveza para recoger y almacenar información acerca de sus clientes y consumidores directamente del mercado, lo cual es un factor valioso para la definición de carteras de marcas por canales. Véase “—Estrategia de Mercadotecnia”.

Al 31 de diciembre de 2007, FEMSA Cerveza cuenta con más de 340,000 detallistas en México y su red de distribución opera aproximadamente 2,137 de rutas de distribución.

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 mexicana 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. Segmentando sus mercados, nos referimos a la técnica a través de la cual diseñamos y ejecutamos alcanzando un posicionamiento relevante y distinguido, así como desarrollamos estrategias de comunicación que nos permiten satisfacer las diferentes necesidades de consumo. 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 ha implementado un programa llamado Innovación para facilitar eficientemente el crecimiento de las estrategias corporativas. Este programa, el cual se sustenta 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 2.88 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad anual de aproximadamente 34.6 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 2007**



**Resumen de Capacidad de Plantas de FEMSA Cerveza en México
Al 31 de diciembre de 2007**

	Capacidad Promedio Anualizada
	(Miles de Hectolitros)
Monterrey.....	8,100
Orizaba.....	7,800
Toluca.....	5,400
Navojoa.....	5,400
Tecate.....	4,680
Guadalajara.....	3,216
Total.....	34,596
Capacidad promedio de utilización.....	85.7%

Entre el 2003 y 2007, FEMSA Cerveza aumentó la capacidad de producción mensual promedio en aproximadamente 175,000 hectolitros mediante inversiones adicionales en instalaciones existentes.

Durante el 2005, FEMSA Cerveza abrió una nueva planta de producción de malta en la ciudad de Puebla, México, incrementando su capacidad de producción de malta en 16% para llegar a 154,000 toneladas por año. Esta nueva planta cubre un área de 18,000 metros cuadrados y es una de las más grandes y tecnológicamente avanzadas en el mundo.

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 asociación entre FEMSA Cerveza, varias otras compañías locales y el gobierno del Estado de Veracruz.

En noviembre del 2007, FEMSA Cerveza anunció una inversión de \$275 millones de dólares para la construcción de una planta en el municipio de Meoqui, Chihuahua, la cual entrará en operación en el 2010. En su primera etapa, la nueva cervecería tendrá una capacidad de producción de 5 millones de hectolitros anual, lo cual representa un incremento del 15% sobre la capacidad actual de FEMSA Cerveza en México.

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 2007

Producto	Ubicación	Capacidad de Producción Anual ⁽¹⁾	% de Utilización Promedio de la Capacidad
Latas de bebidas	Ensenada	1,700	100.0
	Toluca	2,400	100.0
		4,100	100.0
Tapas de latas	Monterrey	4,600	100.0
Hermetapas	Monterrey	18,000	85.0
Botellas de vidrio	Orizaba	1,190	80.6
Decoración de las botellas	Nogales	330	60.3
Arena sílica	Acayucan	550	95.3

⁽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 2007, 60.3% 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 las botellas son decoradas en una planta ubicada en Nogales, Veracruz. Durante el 2007, 82.8% del volumen de botellas de vidrio producidas por dichas plantas fue utilizado por FEMSA Cerveza, y el remanente 17.2% fue vendido a Coca-Cola FEMSA.

Adicional a la construcción de la planta cervecería en Meoqui, Chihuahua, FEMSA Cerveza anunció una inversión de \$117 millones de dólares para la construcción de una nueva fábrica de botellas de vidrio en Meoqui, la cual también entrará en operación en el 2010.

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 operaciones 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 por contrato y en el mercado.

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. Por lo general, tales contratos se celebran por plazos de seis meses o un año, y especifican los precios libre a bordo en instalaciones de FEMSA Cerveza. Empresas tales como Alcoa, Nittetsu-Shoji, Noreli, 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 las operaciones de empaque.

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 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 abastecidos 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 por dos años consecutivos de las cosechas en Europa y Australia (dos de los más grandes productores) a consecuencia de sequías y escasas lluvias. Adicionalmente, el precio del trigo, el cual no es un ingrediente de nuestras cervezas pero compete por tierra para siembra de cebada y otros granos, ha incrementado debido a la caída en las cosechas e incremento en la demanda; y por lo tanto, el precio del trigo presiona el precio de los granos a nivel mundial.

El lúpulo es el único ingrediente que no se encuentra disponible de fuentes domésticas en México. FEMSA Cerveza importa el lúpulo principalmente de los Estados Unidos y Europa.

Operaciones en Brasil

El Mercado Brasileño de Cerveza

El mercado brasileño de cerveza fue el quinto mercado de cerveza más grande del mundo en términos de volumen de ventas en el 2007 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 empresa cervecera de Bélgica, InBev. Las principales marcas de cerveza de AmBev 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, con su principal marca *Nova Schin* y Cervejaria Petropolis con su principal marca *Crystal*. 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 2007. 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 37% 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 1.3% por año durante el periodo del 2008 al 2012. Estimamos que, durante los próximos 10 años, aproximadamente 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 2007, FEMSA Cerveza producía y/o distribuía 12 marcas de cerveza en Brasil en 7 diferentes presentaciones resultando en un portafolio de 37 ofertas distintas de producto. Las marcas más importantes en el portafolio de FEMSA Cerveza en Brasil incluyen: *Kaiser*, *Bavaria*, *Sol*, *Heineken* y *Xingu*. Todas estas cinco marcas son distribuidas a nivel nacional en Brasil, representando aproximadamente el 98% del volumen de ventas de FEMSA Cerveza en Brasil durante 2007.

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 a la mejora de la economía en Brasil.

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 17 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. Seis de las ocho cervecerías brasileñas de FEMSA Cerveza ha recibido las certificaciones ISO 9001 14.000 y OHASA 18.000. Durante el 2007, dos cervecerías recibieron la certificación ISO 9001. 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 2007**



**Resumen de Capacidad de Plantas de FEMSA Cerveza en Brasil
Al 31 de diciembre de 2007**

	Capacidad Promedio Anualizada
	(Miles de Hectolitros)
Jacareí	7,800
Ponta Grossa	3,100
Araraquara.....	2,800
Feira de Santana	2,000
Pacatuba	1,800
Gravataí.....	1,700
Cuiabá	400
Manaus	400
Total.....	20,000
Utilización de capacidad promedio.....	49%

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 los mercados clave para las cervezas de importación localizados al Este de los Estados Unidos. FEMSA Cerveza considera que dichas regiones de los 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 hasta el 2017. Este acuerdo fue efectivo el 1° de enero de 2008.

El volumen de ventas de exportación de cerveza de 3.183 millones de hectolitros en el 2007 representó el 8.0% del volumen total de ventas de cerveza de FEMSA Cerveza y el 10.9% de las ventas totales de cerveza de FEMSA Cerveza. 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:				
	2007	2006	2005	2004	2003
Volumen de exportación de cerveza ⁽¹⁾	3,183	2,811	2,438	2,240	1,982
Crecimiento del volumen ⁽²⁾	13.2%	15.3%	8.8%	13.0%	1.4%
Porcentaje del volumen total de ventas de cerveza ⁽³⁾ ...	8.0%	7.4%	9.0%	8.7%	8.1%
Ingresos por exportaciones					
Pesos mexicanos ⁽⁴⁾ (millones)	3,339	2,977	2,717	2,008	1,737
Dólares ⁽⁵⁾ (millones)	299	256	227	156	133
Crecimiento de los ingresos (Dólares) ⁽²⁾	16.5%	13.0%	45.8%	16.7%	4.6%
Porcentaje del total de Ingresos	8.4%	8.1%	10.2%	8.1%	7.2%

Fuente: FEMSA Cerveza.

⁽¹⁾ Miles de hectolitros.

⁽²⁾ Cambio porcentual contra el año anterior.

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

⁽⁴⁾ Pesos mexicanos constantes al 31 de diciembre de 2007.

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

Actualmente FEMSA Cerveza exporta sus productos a 47 países. El principal mercado de exportación de FEMSA Cerveza es Norteamérica, el cual representó el 89% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza, en el 2007.

Las principales marcas de exportación de FEMSA Cerveza son *Tecate*, *XX Lager*, *Dos Equis (Ámbar)* y *Sol*. Estas marcas en forma conjunta representaron el 93% del volumen de ventas de exportación de FEMSA Cerveza para el año terminado el 31 de diciembre de 2007.

FEMSA Comercio

Resumen y Antecedentes

FEMSA Comercio, comercialmente conocida como "OXXO", opera la cadena de tiendas de conveniencia más grande en México, medida en número de tiendas al 31 de diciembre de 2007. A esa fecha, FEMSA Comercio operaba 5,563 tiendas OXXO, ubicadas en 31 estados 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 2007, las ventas de cerveza a través de las tiendas OXXO representaron un 11% del volumen de

ventas de FEMSA Cerveza en México, así como aproximadamente 13.4% de los ingresos de FEMSA Comercio. En 2007, una tienda OXXO típica ofrecía aproximadamente 1,800 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 de 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 675, 706 y 716 nuevas tiendas OXXO en los años 2005, 2006 y 2007, respectivamente. En 2007, la expansión acelerada se tradujo en un crecimiento total en ingresos de 14.3% para alcanzar Ps. 42,103 millones, mientras que las ventas en las mismas tiendas crecieron 3.3%, considerablemente por encima del promedio de la industria de comercio minorista. FEMSA Comercio registró aproximadamente 1,357 millones de transacciones en 2007, comparado con 1,168 millones en 2006.

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 su base de tiendas existente.

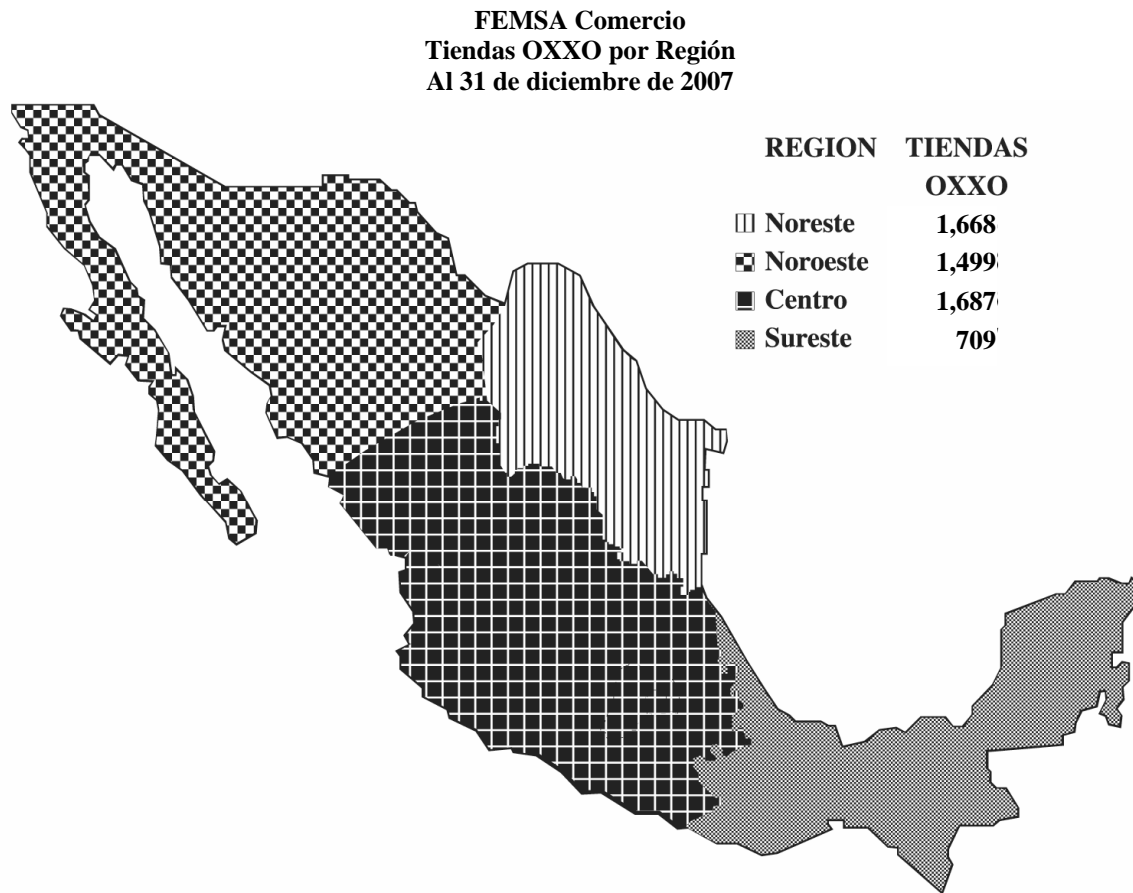
FEMSA Comercio ha elaborado un esquema propio de negocio que le permite identificar las ubicaciones óptimas para sus locales, el formato de los mismos y la línea de productos apropiada. Este modelo utiliza datos demográficos específicos del lugar y la experiencia de FEMSA Comercio en ubicaciones similares 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 abarrotos en ciertas tiendas.

Ubicación de las Tiendas

Con 5,563 tiendas OXXO en México al 31 de diciembre de 2007, FEMSA Comercio opera la mayor cadena de tiendas de conveniencia de Latinoamérica (en base al número de tiendas). Las tiendas OXXO están concentradas en el norte de México, pero también tienen una creciente presencia en el centro del país y en la costa del Golfo.



FEMSA Comercio ha expandido en forma agresiva el número de tiendas durante los últimos años. La inversión promedio requerida para abrir un nuevo local depende de la ubicación y el formato o 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:				
	2007	2006	2005	2004	2003
Total tiendas OXXO.....	5,563	4,847	4,141	3,466	2,798
% de crecimiento en tiendas (respecto al año anterior)	14.8%	17.0%	19.5%	23.9%	26.3%

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 2003 y 2007, el número total de tiendas OXXO aumentó en 2,765, resultado de la inauguración de 2,874 nuevas tiendas y del cierre de 109 existentes.

Competencia

Los competidores principales de OXXO en el segmento de tiendas de conveniencia del mercado de comercio minorista se integran por 7-Eleven, Super Extra, Super City, Circle-K y AM/PM, así como otras cadenas regionales de tiendas de conveniencia. El formato de estas tiendas es similar al de las tiendas OXXO. OXXO compite tanto por los consumidores como por locales comerciales así como por los gerentes que operan las tiendas. En base a un estudio de mercado realizado por FEMSA Comercio, creemos que al 31 de diciembre de 2007 existían aproximadamente 8,898 tiendas en México que podrían considerarse parte del segmento de tiendas de conveniencia de dentro del mercado de comercio al detalle. OXXO es la cadena más grande de México, operando más de la mitad de estas tiendas. Por otra parte, FEMSA Comercio, con su presencia en 31 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 actual de la superficie de ventas de las tiendas OXXO es de aproximadamente 111 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 440 metros cuadrados.

FEMSA Comercio—Indicadores Operativos

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2007	2006	2005	2004	2003
	(cambio porcentual respecto al año anterior)				
Ingresos totales.....	14.3%	18.7%	21.8%	24.8%	24.5%
Ventas mismas tiendas OXXO ⁽¹⁾	3.3%	8.2%	8.7%	8.9%	8.2%
	(porcentaje del total)				
Datos categoría cerveza:					
Ventas de cerveza como % del total de ventas de las tiendas.....	13.4%	13.5%	13.0%	13.4%	12.8%
Ventas de cerveza en tiendas OXXO como % del volumen de FEMSA					
Cerveza	11.0%	9.9%	8.6%	7.3%	5.4%

⁽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 76% de las tiendas de conveniencia OXXO es operado 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 empleador legal del personal de la misma, siendo típicamente promedio 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 56% 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 nueve bodegas regionales ubicadas en Monterrey, México D.F., Guadalajara, Mexicali, Mérida, León, Obregón, Puebla y Chihuahua. Los centros de distribución operan una flota de 242 camiones que efectúan entregas a cada tienda aproximadamente cada 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 180,300 unidades al 31 de diciembre de 2007. En 2007, vendió 161,519 unidades de refrigeración, 16% de las cuales se vendieron a FEMSA Cerveza, 32% a Coca-Cola

FEMSA, 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 empaques flexibles por año. En 2007, vendió el 46% de su producción de etiquetas a FEMSA Cerveza, 21% a Coca-Cola FEMSA y el 33% 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 otorgados bajo licencia para ser operados 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 a Emprex 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 2007 éramos propietarios de todas nuestras instalaciones de producción y de la gran mayoría de las bodegas y centros de distribución. Las 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 12.7% de los locales comerciales de OXXO, mientras que las otras tiendas están ubicadas en propiedades arrendadas con 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 2007**

<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
	Cedro, Distrito Federal.....	Embotellado de refrescos	18
	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	90
	Apizaco, Tlaxcala	Embotellado de refrescos	80
	Coatepec, Veracruz.....	Embotellado de refrescos	142
<i>Guatemala</i>	Guatemala	Embotellado de refrescos	46
<i>Nicaragua</i>	Managua	Embotellado de refrescos	60
<i>Costa Rica</i>	San José	Embotellado de refrescos	52
<i>Panamá</i>	Panamá.....	Embotellado de refrescos	29
<i>Colombia</i>	Barranquilla	Embotellado de refrescos	27
	Bogotá.....	Embotellado de refrescos	84
	Bucaramanga	Embotellado de refrescos	26
	Cali.....	Embotellado de refrescos	87
	Manantial	Embotellado de refrescos	67
	Medellín	Embotellado de refrescos	45
<i>Venezuela</i>	Antimano	Embotellado de refrescos	14
	Barcelona	Embotellado de refrescos	141
	Maracaibo	Embotellado de refrescos	68
	Valencia	Embotellado de refrescos	100
<i>Brasil</i>	Campo Grande	Embotellado de refrescos	36
	Jundiaí.....	Embotellado de refrescos	191
	Moji das Cruzes	Embotellado de refrescos	95
<i>Argentina</i>	Alcorta	Embotellado de refrescos	73

**Instalaciones productivas de FEMSA
Al 31 de diciembre de 2006**

<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 Norte	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 Norte.....	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
Ponta Grossa		Cervecería	44
Araraquara		Cervecería	38
Feira de Santana.....		Cervecería	26
Pacatuba.....		Cervecería	34
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 la Aseguradora Allianz México, S.A., y la cobertura es parcialmente reasegurada en el mercado internacional de reaseguradoras. Consideramos que nuestra cobertura es consistente con la cobertura mantenida por empresas similares que operan en México

Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo

Nuestras inversiones en activo fijo para los años terminados el 31 de diciembre del 2007, 2006 y 2005 fueron de Ps. 11,257 millones, Ps. 9,422 millones y Ps. 7,508 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:		
	2007	2006	2005
	(en millones de pesos mexicanos constantes)		
Coca-Cola FEMSA.....	Ps. 3,682	Ps. 2,863	Ps. 2,516
FEMSA Cerveza.....	5,373	4,419	3,197
FEMSA Comercio.....	2,112	1,943	1,528
Otros.....	90	197	267
Total	<u>Ps. 11,257</u>	<u>Ps. 9,422</u>	<u>Ps. 7,508</u>

Coca-Cola FEMSA

Durante 2007, 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 equipo de refrigeración con los detallistas y mejoras en la eficiencia del sistema de distribución. La inversión en activo fijo en México fue aproximadamente Ps. 1,945 millones, representando aproximadamente 50% de lo que invirtió Coca-Cola FEMSA de forma consolidada.

FEMSA Cerveza

Producción

Durante 2007, FEMSA Cerveza invirtió aproximadamente Ps. 643 millones en la mejora y sustitución de equipo para sus plantas cerveceras. La capacidad instalada mensual de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2007 era de 4.55 millones de hectolitros, equivalente a una capacidad instalada anual de 54.6 millones de hectolitros. Además, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 645 millones para mejoras de sus instalaciones y equipos en sus plantas de latas de bebidas y botellas de vidrio.

Distribución

En 2007, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 778 millones en su red de distribución. Aproximadamente Ps. 213 millones de este monto se invirtió en el reemplazo de camiones de la flota de distribución, Ps. 353 millones en terrenos, edificios y mejoras a propiedades arrendadas destinadas a distintas funciones de distribución, y los Ps. 212 millones restantes en otros proyectos relacionados con distribución.

Inversiones de mercado

Durante 2007, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 3,198 millones en actividades relacionadas con el mercado y el apoyo a las marcas en el mercado nacional. Aproximadamente 53% de estas inversiones se destinó a arreglos con clientes y apoyo comercial a distribuidores propios e independientes. Las inversiones en estos acuerdos con plazos superiores a un año se capitalizan y amortizan durante la vigencia del arreglo. En términos generales, los arreglos con los clientes de FEMSA Cerveza se celebran por un periodo de cuatro a cinco años. Otras inversiones de mercado incluyen la compra de equipos de refrigeración, hieleras, muebles de plástico y otros artículos promocionales. Estos artículos se colocan en los comercios detallistas para facilitar el que brinden un mejor servicio al cliente y para fomentar la imagen y perfil de las marcas de FEMSA Cerveza.

Inversiones en tecnología de información

Adicionalmente, durante el 2007, FEMSA Cerveza invirtió Ps. 109 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 2007, FEMSA Comercio abrió 716 tiendas nuevas netas. El monto invertido por FEMSA Comercio en el 2007, fue de Ps.

2,112 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 a 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” y “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales—FEMSA Cerveza—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 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 reglamentaciones 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 reglamentaciones 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 localizadas en México D.F. 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.

En las operaciones de Coca-Cola FEMSA en México, Coca-Cola FEMSA, durante el 2004 construyó una planta de reciclaje de PET, en sociedad con The Coca-Cola Company y ALPLA, la cual produce botellas de plástico para Coca-Cola FEMSA en México. Esta planta, ubicada en Toluca, México, 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 (ECOCE).

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, el conocimiento 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 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.

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 y la Ley Penal del Ambiente. 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.

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 y la disposición de aguas residuales, los cuales imponen sanciones, como multas, clausura e instalaciones o cargos criminales dependiendo del nivel de incumplimiento.

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

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.

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 sus propios pozos 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. Esta renovación es obtenida por el mismo periodo de tiempo que en la concesión original. 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 tres 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 mejor 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. Consideramos que cumplimos con los términos de nuestras concesiones vigentes actualmente.

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. Sin embargo, no es posible asegurar que el agua subterránea estará disponible en las cantidades suficientes para satisfacer nuestras futuras necesidades de producción, o que vayamos a mantener nuestras concesiones actuales.

De acuerdo a la constitución brasileña, el agua se considera un activo del gobierno y sólo puede ser explotada en el interés de la nación, por brasileños o compañías constituidas bajo las leyes de Brasil. Los concesionarios son responsables por los daños ocasionados al medio ambiente. La explotación y utilización del agua es regulada por el Código de Mineración (Decreto n°. 227/67), por el Código de Águas Minerais (Decreto n°. 7841/45) y también por las regulaciones emitidas para esos efectos. Las compañías que explotan el agua son supervisadas por el Departamento Nacional de Produção Mineral (DNPM) en conjunto con autoridades de sanidad, federales, estatales y municipales (Ministério da Saúde y Secretarias da Saúde). Creemos que actualmente estamos en cumplimiento con estas regulaciones en Mogi das Cruzes y Jacareí.

Actualmente no requerimos de algún permiso para obtener aguas en nuestros demás territorios. En Nicaragua, Costa Rica y en algunas plantas en Colombia y Venezuela, somos propietarios de pozos de agua privados. Sin embargo, en Colombia requerimos de un permiso específico ante las autoridades ambientales. 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 o que reglamentos adicionales relacionados con la utilización del agua no vayan a ser adoptados en un futuro.

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 US GAAP. Las Notas 26 y 27 de nuestros estados financieros consolidados incluyen una descripción de las principales diferencias entre las Normas de Información Financiera y los US GAAP que afectan a la Compañía, una conciliación a US 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 US GAAP, por los mismos periodos que se presentan

bajo Normas de Información Financiera, así como una conciliación bajo US GAAP de la utilidad neta y del capital contable. Véase “—Conciliación US 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* continua generando 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 continúa incrementando el número de tiendas OXXO y 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 2008.

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

Estructura de acciones y unidades FEMSA

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 hasta 51% de nuestro capital total accionario y de acciones Serie D-B y Serie D-L, las cuales en conjunto pueden representar hasta 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”.

Impuestos en la industria de bebidas en Brasil

El 24 de junio de 2008, el presidente de Brasil aprobó una Medida Provisional 413/08, la cual cambia la forma de recaudación de impuestos aplicable a la industria de bebidas en Brasil. Esta medida provisional se encuentra en proceso de revisión por las autoridades fiscales de Brasil. Al día de la presentación de este informe, no ha sido publicado ni el esquema de implementación ni el periodo a partir del cual el nuevo impuesto es aplicable. Actualmente estamos evaluando la materialidad de estos impuestos.

Cambios en las Normas de Información Financiera para la presentación de Estados Financieros

De acuerdo a las Normas de Información Financiera B-3 (NIF B-3), comenzando el 1° de enero de 2007, estándares genéricos fueron establecidos para la presentación y estructuración del estado de resultados, los cuales desarrollaron

requisitos de contenidos mínimos y estándares de apertura general. Adicionalmente, bajo la Interpretación de Normas de Información financiera No. 4 o INIF 4, el reparto de utilidades (PTU) actualmente se presenta en “Otros gastos” en el estado de resultados. Anteriormente presentábamos el PTU en la línea de impuestos. Para efectos de comparación, nuestra información histórica ha sido reclasificada y presentada de acuerdo a los nuevos 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 2007, 2006 y 2005 el 72%, 73% y 76%, 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 se espera incremente para periodos futuros.

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. Además, un incremento en tasas de interés en México podría incrementar el costo de nuestra deuda en pesos mexicanos a una tasa de interés variable, y podría tener un efecto adverso en nuestra posición financiera y en los resultados de operación. Una devaluación del peso mexicano contra el dólar americano podría incrementar nuestro costo de materias primas, ya que el precio de algunas de estas es pagado en dólares y/o determinado en referencia al dólar, y el costo de nuestra deuda denominada en dólares, de tal modo que podrían afectar negativamente nuestra posición financiera y resultados de operación.

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 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

La reserva de cuentas incobrables se determina en base a la antigüedad de nuestra cartera de cuentas por cobrar. La reserva considera nuestra proporción histórica de pérdidas en cuentas por cobrar y el ambiente económico 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

Las botellas y cajas retornables se registran a su costo de adquisición y su valor se actualiza a valor de reemplazo. 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. Determinamos la depreciación de botellas y cajas sólo para propósito de impuestos.

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.

En la Nota 4 g) de nuestros estados financieros consolidados auditados se describe la metodología utilizada para actualizar el valor de los activos de procedencia extranjera, el cual implica la actualización mediante la aplicación de factores de inflación y el tipo de cambio del país de origen bajo las Normas de Información Financiera. Consideramos que este método presenta de manera más precisa el valor razonable de los activos, que la actualización mediante la aplicación de los factores derivados del INPC.

Valuamos a valor razonable todos los activos adquiridos, considerando sus condiciones operativas y el flujo de efectivo futuro que se espera genere de acuerdo con la vida útil estimada 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 implementó 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 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. 42,225 millones como resultado de la adquisición de Panamco;

- marcas registradas y derechos de distribución por Ps. 11,299 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. 4,802 millones; y
- otros activos intangibles con vida indefinida por la suma de Ps. 784 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 aplicando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre del año. De acuerdo a las Normas de Información Financiera, hasta el 31 de diciembre de 2004, el crédito mercantil se amortizaba usando el método de línea recta en un periodo no mayor a veinte años. El monto de la amortización del crédito mercantil en el 2004 fue de Ps. 16 millones. En 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 de larga vida

Revisamos anualmente el valor en libros de nuestro crédito mercantil y activos de larga vida y cuando las circunstancias indican que la cantidad en libros de la unidad de reporte puede exceder su valor razonable implicado. Revisamos el valor por deterioro de acuerdo a nuestras estimaciones descontadas de flujos de efectivo a ser generados por dichos activos. Consideramos que nuestras estimaciones de flujos de efectivo futuros son razonables, sin embargo, supuestos distintos en la determinación de dichos flujos podrían afectar significativamente nuestras estimaciones.

Nuestras evaluaciones durante el 2007 y a la fecha de este reporte anual, nos lleva a concluir que no existe deterioro importante del crédito mercantil o de los activos de larga duración. 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 nuestros procesos de planeación interna.

Pasivo laboral

Nuestras obligaciones 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 dependen de la estimación de ciertos supuestos utilizados por los actuarios independientes 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 en el 2007. Durante el 2006, nuestros planes de pensión y jubilación proporcionaba pagos mensuales de por vida como agregado al pago de pensiones recibido por el Instituto Mexicano del Seguro Social (“IMSS”). Nuestros planes de pensión y jubilación modificados, disponen de un pago único al personal disponible a partir del 1° de enero de 2007.

Adicionalmente, en el 2006 modificamos los supuestos económicos de largo plazo utilizados en los cálculos actuariales para las subsidiarias mexicanas basado en cambios propuestos por la Compañía, en base a revisiones estimadas de los precios actuales para determinar nuestras obligaciones relacionadas como resultado de la reciente estabilidad en la economía Mexicana. 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 a cuenta del costo de servicios pasados y la pérdida neta actuarial sin reconocer, la cual será amortizada durante el periodo esperado en servicio de nuestro personal. El efecto neto de los cambios mencionados será un incremento en el plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad e indemnizaciones por causa distinta de reestructuración, alcanzando Ps. 797 millones, Ps. 19 millones y Ps. 23 millones, respectivamente.

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 distintos pagos 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. 231 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. 106 millones fueron registrados en resultados consolidados para el 2008.

De acuerdo con las Normas de Información Financiera, los resultados reales que difieran de los supuestos (ganancias y pérdidas actuariales) se calculan y se amortizan en periodos futuros y por lo tanto, generalmente afectan nuestro gasto y la obligación en periodos futuros. Si bien 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 2007, 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	Tasa 2008 ⁽¹⁾ (en términos reales)	Impacto por Tipo de Cambio ⁽²⁾	
		+ 1%	- 1%
Subsidiarias Nacionales y Extranjeras:			
Tasa de descuento	4.5%	Ps. (668)	Ps. 776
Tasa de incremento de la nómina	1.5%	486	(385)
Retorno sobre activos	4.5%	24	(34)

⁽¹⁾ Calculado usando datos de diciembre del 2007.

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

Impuestos a la utilidad

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 de 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 2008 y 2009 serán 16.5% y 17%, 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 diferido.

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 2007, 2006, 2005 fue 28%, 29% y 30% respectivamente.

Contingencias impositivas y legales

Estamos sujetos a varias reclamaciones y contingencias relacionados con los 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

Como se menciona en la Nota 4 r), el efecto inicial acumulado por la adopción del Boletín C-10 “Instrumentos Financieros Derivados y Operaciones de Cobertura” que se aplica a partir del 2005, requiere que se valúen 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 intercambiados, 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

Aún y cuando estamos en el proceso de valorar los efectos de nuestra adopción a las nuevas normas de información financiera descritas a continuación, no anticipamos que tenga impacto significativo en el estado de situación financiera consolidado, en los resultados de operación o cambios en la situación financiera o flujos de efectivo.

De acuerdo a Normas de Información Financiera (NIF):

- ***NIF B-2, Estado de Flujo de Efectivo***

Establece las normas generales para la presentación, estructura y elaboración del estado de flujos de efectivo, así como las revelaciones que complementan a dicho estado. Sustituye al estado de cambios en la situación financiera e indica que se deben mostrar las entradas y salidas de efectivo que ocurrieron en la entidad durante el periodo. Los rubros que se muestran deben presentarse preferentemente en términos brutos. Los flujos de efectivo por actividades de financiamiento se presentaran después de los de inversión, a diferencia del estado de cambios donde estos se presentaban después. Adicionalmente, establece la posibilidad de determinar y presentar los flujos de efectivo de las actividades de operación usando el método directo o el método indirecto, según lo decida la entidad. NIF B-2 entró en vigor el 1º de enero de 2008.

- ***NIF B-10, Efectos de la Inflación***

Establece dos entornos económicos: a) entorno inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es igual o superior a 26%, caso en el cual, requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación mediante la aplicación del método integral, y b) entorno no inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es menor a 26% y en este caso, establece que no se deben reconocer los efectos de la inflación en los estados financieros. Además elimina los métodos de valuación de costos de reposición e indexación específica para inventarios y activo fijo, respectivamente y requiere que el resultado por tenencia de activos no monetarios acumulado se reclasifique a resultados acumulados, si es que se identifica como realizado y el no realizado se mantendrá en el capital contable para aplicarlo al resultado del periodo en el que se realice la partida que le dio origen. NIF B-10 entró en vigor el 1º de enero de 2008. El 31 de diciembre de 2007, la tasa de inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores en México, Colombia, Brasil, Panamá y Guatemala era menor a 26% y de acuerdo a lo previsto, no se reconocieron los efectos de inflación para el 2008 en nuestras subsidiarias localizadas en esos países. Para Costa Rica, Nicaragua, Argentina y Venezuela, vamos a continuar reconociendo los efectos de la inflación para nuestras subsidiarias en dichos países.

- **NIF B-15, *Conversión de Monedas Extranjeras***

Desaparece las clasificaciones de operación extranjera integrada y de entidad extranjera en virtud de que se incorporan los conceptos de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe; establece los procedimientos para convertir la información financiera de una operación extranjera: a) de la moneda de registro a la funcional; y, b) de la moneda funcional a la de informe y permite que la entidad presente sus estados financieros en una moneda de informe diferente a su moneda funcional. NIF B-15 entró en vigor el 1° de enero de 2008.

- **NIF D-3, *Beneficios a los Empleados***

Incorpora a la PTU causada y diferida, como parte de su normatividad y establece que la diferida se deberá determinar con la misma metodología de la NIF D-4. Se incluye el concepto de carrera salarial y el periodo de amortización de la mayor parte de las partidas se disminuye a 5 años. NIF D-3 entró en vigor el 1° de enero de 2008.

- **NIF D-4, *Impuestos a la Utilidad***

Reubica las normas de reconocimiento contable relativas a PTU causada y diferida en la NIF D-3, elimina el término de diferencia permanente, además de precisar e incorporar algunas definiciones. La NIF D-4 entró en vigor el 1° de enero de 2008.

De acuerdo a Normas PCGA Americanos (US GAAP)

- **FSP FASB Interpretación No. 39 Balance de Cantidades Relacionadas a Ciertos Contratos, o FSP FIN No. 39**

Este FSP modifica el párrafo 3 de la Interpretación No. 39 FASB para reemplazar los términos “contratos condicionales” y “contratos de intercambio” por el término “instrumentos derivados” como se define en la SFAS No. 133. Además, este FSP modifica el párrafo 10 de la interpretación No. 39 FASB para permitir que una organización que reporta pueda netear las cantidades de valor razonable reconocidas para el derecho de reclamo de efectivo colateral o la obligación de retorno de efectivo colateral contra cantidades de valor razonable reconocido para instrumentos derivados ejecutados con la misma contraparte bajo el mismo arreglo principal que ha sido balanceado de acuerdo con ese párrafo. Este FSP entró en vigor para los años fiscales empezando el 15 de noviembre del 2007.

- **La Opción de Valor razonable para los Activos Financieros y Pasivos Financieros, o SFAS No. 159**

Este estándar permite a las organizaciones escoger medir los instrumentos financieros y otras cuentas al valor razonable para mitigar la volatilidad en los ingresos reportados. De acuerdo con la SFAS No. 159, los siguientes conceptos son elegibles para el uso de la medida del valor razonable: (1) activos financieros reconocidos y pasivos financieros; (2) compromisos de la empresa que de otra manera no van a ser reconocidos al inicio y que involucran solo instrumentos financieros; (3) contratos y garantías de seguros no financieros que el asegurador puede establecer pagando a una tercera parte para proveer esos bienes o servicios; y (4) instrumentos financieros congregados resultantes de una separación de un instrumento derivado no financiero implantado de un instrumento mixto no financiero. La opción de valor razonable establecida por SFAS No 159 permite a todas las entidades escoger el medir objetos elegibles al valor razonable en ciertas fechas de elección especificadas. Una entidad de negocio debe reportar las ganancias y pérdidas no realizadas en objetos para los cuales la opción de valor razonable ha sido elegida en ganancias a cada fecha de los siguientes reportes. SFAS No. 159 entró en vigor en el primer año fiscal de la entidad empezando después del 15 de noviembre del 2007. Estamos en el proceso de determinar el impacto de adoptar este nuevo principio contable en nuestra posición financiera consolidada y resultado de operaciones.

- **Combinaciones de negocio, una modificación de SFAS No. 141, o SFAS No. 141 (R)**

Esta declaración requiere (a) a una compañía que reconozca activos adquiridos, pasivos asumidos y cualquier interés no controlado en la adquisición a valor razonable en la fecha de adquisición; y (b) al adquirente en los periodos de preadquisición a gastar todos los costos de adquisición relativos. SFAS No. 141 (R) requiere que cualquier ajuste a un activo adquirido de impuesto diferido de una empresa y el balance de pasivo que ocurra después de la medición sea registrado como un componente de un gasto de ingreso de impuestos. Este tratamiento contable es requerido para las combinaciones de negocio consumadas antes de la fecha efectiva de SFAS No.

141(R), de otra forma, debe ser aplicada de manera prospectiva, teniendo prohibida la adopción temprana. La SFAS No. 141 (R) es efectiva para los años fiscales empezando el 15 de diciembre del 2008 o después.

- **Medidas del Valor razonable, o SFAS No. 157**

Esta declaración establece una estructura para la medida del valor razonable y expande las revelaciones acerca de la medida el valor razonable. SFAS No. 157 clarifica la definición del precio de intercambio como el precio entre los participantes del mercado en una transacción dirigida a vender un activo o transferir un pasivo en el mercado en el cual la entidad reportante va a realizar una transacción para el activo o pasivo, que es, el mercado principal o de mayor ventaja para el activo o pasivo. Los cambios a las prácticas actuales resultantes de una aplicación de esta declaración relacionada con el definido del valor razonable, los métodos usados para medir el valor razonable y las revelaciones expandidas acerca de las medidas del valor razonable. SFAS No. 157 es efectiva para años fiscales empezados después del 15 de noviembre del 2007. El 12 de febrero del 2008, el FASB emitió FSP FAS 157-1 y FSP FAS 157-2, el cual remueve transacciones prestadas contabilizadas bajo SFAS No. 136 del alcance de SFAS No. 157 y difiere parcialmente la fecha efectiva de SFAS No. 157 con respecto a la medida de valor razonable no recurrida de activos no financieros y pasivos no financieros hasta los años fiscales empezando después del 15 de noviembre del 2008.

- **Intereses No Controlados en los Estados Financieros Consolidados, o SFAS No. 160**

Esta declaración tiene los siguientes efectos en los estados financieros de una entidad: (a) modifica ARB No. 51 para establecer estándares contables y de reporte para los intereses no controlados en una subsidiaria y la desconsolidación de una subsidiaria; (b) cambiar la forma en que el estado de resultados consolidado es presentando; (c) establece un método sencillo para contabilizar los cambios en los interés de un tenedora sobre una subsidiaria que no resulta en desconsolidación; (d) requiere que una tenedora reconozca una ganancia o pérdida en el ingreso neto cuando una subsidiaria es desconsolidada; y (e) requiere revelaciones en los estados financieros consolidados que claramente identifiquen y distingan entre los interés de la compañía tenedora y los intereses de los dueños de una subsidiaria no controlada. SFAS No. 160 debe ser aplicado de manera prospectiva y adopción temprana esta prohibida. SFAS No. 160 es efectiva para años fiscales empezando el 15 de diciembre del 2008. Estamos en el proceso de determinar el impacto de adoptar este nuevo principio contable para nuestra posición financiera consolidada.

Resultados de Operación

La siguiente tabla muestra nuestro estado de resultados consolidado por los años terminados el 31 de diciembre del 2007, 2006 y 2005:

	Por los años terminados el 31 de diciembre de:			
	2007	2007	2006	2005
	(en millones de dólares (“\$”) y pesos mexicanos (“Ps.”) constantes al 31 de diciembre de 2007)			
Ventas netas	\$ 13,472	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799
Otros ingresos de operación	44	487	473	663
Ingresos totales	13,516	147,556	136,120	119,462
Costo de ventas	7,310	79,801	73,366	63,721
Utilidad bruta	6,206	67,755	62,754	55,741
Gastos de operación:				
De administración	842	9,191	8,973	7,957
De ventas	3,571	38,995	35,314	30,345
Total de gastos de operación	4,413	48,186	44,287	38,302
Utilidad de operación	1,793	19,569	18,467	17,439
Otros gastos, neto	(119)	(1,297)	(1,650)	(1,108)
Gasto financiero	(417)	(4,554)	(4,299)	(4,759)
Producto financiero	70	769	792	765
Gasto financiero, neto	(347)	(3,785)	(3,507)	(3,994)
Ganancia por fluctuación cambiaria, neta.	63	691	(217)	318
Ganancia por posición monetaria, neta	151	1,639	1,488	1,204
Ganancia de valor de mercado en parte proporcional derivada del instrumento financiero	6	69	(113)	(166)
Costo integral de financiamiento	(127)	(1,386)	(2,349)	(2,638)
Utilidad antes de impuestos sobre la renta	1,547	16,886	14,468	13,693
Impuestos sobre la renta	454	4,950	4,608	4,620
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Utilidad neta mayoritaria	780	8,511	7,127	5,951
Utilidad neta minoritaria	313	3,425	2,733	3,122
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073

La siguiente tabla muestra información financiera por segmento reportado conforme a las Normas de Información Financiera para los años 2007, 2006 y 2005:

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:				
	2007	2006	2005	Porcentaje de Crecimiento	
				2007 vs. 2006	2006 vs. 2005
	(en millones de pesos mexicanos constantes al 31 de diciembre de 2007, excepto por los porcentajes)				
Ventas Netas					
Coca-Cola FEMSA	Ps. 68,969	Ps. 63,820	Ps. 59,181	8.1%	7.8%
FEMSA Cerveza	39,284	37,680	29,593	4.2%	27.3%
FEMSA Comercio	42,103	36,835	31,021	14.3%	18.7%
Ingresos Totales					
Coca-Cola FEMSA	69,251	64,046	59,642	8.1%	7.4%
FEMSA Cerveza	39,566	37,919	29,768	4.3%	27.4%
FEMSA Comercio	42,103	36,835	31,021	14.3%	18.7%
Costo de Ventas					
Coca-Cola FEMSA	35,881	33,745	30,558	6.3%	10.4%
FEMSA Cerveza	17,889	16,487	11,998	8.5%	37.4%
FEMSA Comercio	30,301	26,839	22,792	12.9%	17.8%
Utilidad Bruta					
Coca-Cola FEMSA	33,370	30,301	29,084	10.1%	4.2%
FEMSA Cerveza	21,677	21,432	17,770	1.1%	20.6%
FEMSA Comercio	11,802	9,996	8,229	18.1%	21.5%
Utilidad de Operaciones					
Coca-Cola FEMSA	11,447	10,251	9,973	11.7%	2.8%
FEMSA Cerveza	5,404	6,121	5,800	(11.7)%	5.5%
FEMSA Comercio	2,315	1,664	1,360	39.1%	22.4%
Depreciación					
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	2,637	2,595	2,610	1.6%	(0.6)%
FEMSA Cerveza	1,637	1,818	1,617	(10.0)%	12.4%
FEMSA Comercio	543	431	348	26.0%	23.8%
Margen Bruto⁽²⁾					
Coca-Cola FEMSA	48.2%	47.3%	48.8%	0.9%	(1.5)%
FEMSA Cerveza	54.8%	56.5%	59.7%	(1.7)%	(3.2)%
FEMSA Comercio	28.0%	27.1%	26.5%	0.9%	0.6%
Margen de Operación⁽³⁾					
Coca-Cola FEMSA	16.5%	16.0%	16.7%	0.5%	(0.7)%
FEMSA Cerveza	13.7%	16.1%	19.5%	(2.4)%	(3.4)%
FEMSA Comercio	5.5%	4.5%	4.4%	1.0%	0.1%

⁽¹⁾ Incluye rotura de botellas.

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

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

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 1.9%. 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 por completo 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, lo cual disminuye la disponibilidad para venta a terceros.

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado aumento 8.8% a Ps. 79,801 millones en 2007 comparado con Ps. 73,366 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; 33.2% a Coca-Cola FEMSA y 21.8% a FEMSA Cerveza.

La utilidad bruta consolidada aumentó 8.0% a Ps. 67,755 millones en 2007 en comparación con Ps. 62,754 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 8.8% a Ps. 48,186 millones en 2007 comparados con Ps. 44,287 millones de 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 fueron 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 2.4% a Ps. 9,191 millones en 2007 comparado con Ps. 8,973 millones en 2006. Sin embargo, como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de administración consolidados disminuyeron 0.4 puntos porcentuales a 6.2% en 2007, comparado con 6.6% 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. 38,995 millones en 2007 comparado con Ps. 35,314 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 fueron 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.

La utilidad de operación consolidada aumentó 6.0% a Ps. 19,569 millones en 2007 comparada con Ps. 18,467 millones en 2006, impulsada por los resultados de Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio, los cuales compensaron por completo la disminución en FEMSA Cerveza. El margen de operación consolidado en 2007 fue de 13.3% 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 en los resultados consolidados, el cual tiene menor margen comparado con nuestras operaciones de bebidas.

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 principalmente a este incremento, representando más del 75% del crecimiento.

El volumen total 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 por caja unidad en 2007 fue Ps. 32.15, un incremento de 1.9% en términos reales en comparación a Ps. 31.56 en 2006. Incrementos en los precios promedio en la mayoría de nuestros territorios, compensaron el menor precio promedio de México.

Utilidad Bruta

El costo de ventas en términos absolutos aumentó 6.3% a Ps. 35,881 millones en 2007 en comparación con Ps. 33,745 millones en 2006. La utilidad bruta aumentó 10.1% a Ps. 33,370 millones en 2007 comparado con Ps. 30,301 millones en 2006, 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. 21,923 millones en 2007 principalmente como un 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 e (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 31.7% en 2007.

La utilidad de operación incrementó 11.7% a Ps. 11,447 millones en 2007 en comparación con Ps. 10,251 millones en 2006. Brasil, Colombia y Venezuela contribuyeron a la mayoría de la utilidad incremental, y compensaron por completo la ligera disminución de México. El margen de operación incrementó 0.5 puntos porcentuales a 16.5% 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. Cerveza de exportación representó 8.4% de los ingresos totales del 2007 comparado con 7.9% durante el 2006.

El volumen de ventas de cerveza de 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 de 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 en línea con el 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 doble dígito 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 8.5% en 2007 a Ps. 17,889 millones comparado a Ps. 16,487 millones en 2006. Este incremento refleja 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. 21,677 millones en 2007 comparado con Ps. 21,432 millones en 2006. A pesar del incremento de 1.1% en la utilidad bruta en 2007, el margen bruto decreció 1.7 puntos porcentuales, de 56.5% en 2006 a 54.8% en 2007.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 6.3% a Ps. 16,273 millones en 2007 en comparación con Ps. 15,312 millones en 2006. Los gastos administrativos incrementaron 0.8% a Ps. 4,316 millones en 2007 comparado con Ps. 4,283 millones en 2006. El gasto de ventas aumentó 8.4% a Ps. 11,957 millones en 2007 en comparación con Ps. 11,029 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 11.7% a Ps. 5,404 millones en 2007, resultando en un margen de 13.7% 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 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% como porcentaje 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. 9,487 millones en 2007 en comparación con Ps. 8,332 millones en 2006. Los gastos administrativos disminuyeron 0.4% a Ps. 751 millones en 2007 en comparación con Ps. 754 millones en 2006, 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 ventas como porcentaje de los ingresos totales permanecieron estables en 20.7% durante 2007, en términos absolutos tuvieron un incremento de 15.3% a Ps. 8,736 millones en comparación con Ps. 7,578 millones en 2006. La utilidad de operación incrementó 39.1% a Ps. 2,315 millones en 2007 en comparación con Ps. 1,664 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. 3,785 millones en 2007 comparado con Ps. 3,507 millones en 2006, principalmente debido a un mayor gasto financiero debido a 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 registrarlo en el impuesto sobre la renta (“ISR”). 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”).

Resultados de Operación para el año terminado el 31 de diciembre de 2006, comparados con los del año terminado el 31 de diciembre de 2005

FEMSA Consolidado

En 2006, FEMSA Cerveza adquirió 99.83% de la cervecería brasileña, Cervejarias Kaiser (“Kaiser”), a través de una serie de transacciones entre Molson Coors y Heineken N.V. Los resultados consolidados para el año 2006 integran los de nuestra subsidiaria en Brasil. Sin embargo, dado a que no contábamos con la operación de Brasil previo a esta fecha, las comparaciones de resultados consolidados y los de FEMSA Cerveza respecto al periodo anterior no son comparables.

Ingresos Totales

Los ingresos totales consolidados aumentaron 13.9% ascendiendo a Ps. 136,120 millones en el 2006 en comparación con Ps. 119,462 millones en el 2005. Todas las operaciones de FEMSA – refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia – contribuyeron positivamente para este crecimiento en los ingresos. FEMSA Cerveza fue el mayor contribuyente al crecimiento en los ingresos totales consolidados, representando aproximadamente 51.1% del incremento, debido a la inclusión de nuestras operaciones cerveceras en Brasil y a un crecimiento de 9.3% en las ventas de cerveza en México, alcanzando Ps. 26,227 millones en el 2006. El resto del crecimiento proviene principalmente de FEMSA Comercio y Coca-Cola FEMSA. Los ingresos totales de FEMSA Comercio se incrementaron 18.7% a Ps. 36,835 millones, debido en gran medida a la apertura de 706 nuevas tiendas netas durante el año. Coca-Cola FEMSA registró un incremento en los ingresos totales de 7.4% alcanzando Ps. 64,046 millones, resultado principalmente del aumento en precios y el crecimiento de volumen en la mayoría de sus nueve países de operación. Este incremento fue parcialmente compensado por la continua presión en los precios en México, que a la vez fue retribuido por el mejoramiento de precios en otras áreas.

Utilidad Bruta

El costo de ventas consolidado registró un aumento de 15.1% ascendiendo a Ps. 73,366 millones en el 2006 comparado con Ps. 63,721 millones en el 2005. Aproximadamente 79% de este incremento provino de FEMSA Comercio debido su rápido ritmo de expansión de tiendas OXXO y de FEMSA Cerveza quien incrementó su costo de ventas debido a la adquisición de sus operaciones de cerveza en Brasil.

La utilidad bruta consolidada aumentó 12.6% a Ps. 62,754 millones en el 2006 en comparación con Ps. 55,741 millones en el 2005. Aproximadamente 52% de este incremento fue resultado de FEMSA Cerveza, gracias a la inclusión de las operaciones en Brasil. El margen bruto disminuyó 0.6 puntos porcentuales que representa el 46.1% de los ingresos totales consolidados en el 2006, comparado al 46.7% de ingresos totales consolidados en el 2005. Esta ligera contracción en el margen bruto se debió a la inclusión de las operaciones con menor margen de Brasil en FEMSA Cerveza; así como a una mayor contribución de FEMSA Comercio, que tiene un margen bruto inferior en relación con otras operaciones, característica en las tiendas de conveniencia y de minoristas.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación consolidados aumentaron 15.6% ascendiendo a Ps. 44,287 millones en el 2006 comparados con los Ps. 38,302 millones registrados en el 2005. Aproximadamente 56% de este incremento se debió a FEMSA Cerveza quien incrementó sus gastos debido a la inclusión de su nueva adquisición de operaciones brasileñas y el crecimiento en el gasto de ventas en el mercado mexicano, principalmente por gastos de publicidad e iniciativas relacionadas al mercado. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación consolidados se incrementaron 0.5 puntos porcentuales alcanzando 32.5% en el 2006 en comparación de 32.0% en el 2005.

Los gastos administrativos consolidados aumentaron 12.8% a Ps. 8,973 millones en el 2006 comparado con Ps. 7,957 millones en el 2005. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos administrativos consolidados disminuyeron 0.1 puntos porcentuales alcanzando 6.6% en el 2006 comparado con 6.7% en el 2005. La disminución en el nivel de gastos administrativos relativo al crecimiento de los ingresos totales resultó de una reducción de 0.1% en los gastos administrativos de Coca-Cola FEMSA y un estable comportamiento de los gastos administrativos como un porcentaje de los ingresos totales de FEMSA Cerveza (excluyendo Brasil) y FEMSA Comercio.

El gasto de ventas consolidado se incrementó 16.4% ascendiendo a Ps. 35,314 millones en el 2006 comparado con Ps. 30,345 millones en el 2005. Aproximadamente 56% de este aumento se debió a FEMSA Cerveza con la inclusión de su nueva adquisición de operaciones brasileñas, mientras que el 27% se debió a FEMSA Comercio por el rápido ritmo de crecimiento. Como porcentaje de los ingresos totales de cerveza, el gasto de ventas se incrementó 0.6 puntos porcentuales alcanzando 25.9% en el 2006 en comparado de 25.3% en el 2005.

Incurrimos en diversos gastos relacionados con la distribución de nuestros productos los cuales fueron registrados como gasto de ventas. Durante el 2006 y 2005, estos costos de distribución ascendieron a Ps. 9,921 millones y Ps. 9,273 millones, respectivamente. El no incluir estos cargos 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.

La utilidad de operación consolidada aumentó 5.9% a Ps. 18,467 millones en el 2006 en comparación con Ps. 17,439 millones en el 2005. Más de la tercera parte de este aumento fue resultado de FEMSA Cerveza con su sólido crecimiento en ingresos combinado con mejorías en el margen bruto, lo cual compensó el incremento de gastos de operación y el impacto negativo debido a la inclusión de la nueva adquisición de operaciones brasileñas. El resto de este crecimiento se atribuye a FEMSA Comercio y Coca-Cola FEMSA, representando aproximadamente 30% y 27%, respectivamente. El margen de operación consolidado se disminuyó 1.0 punto porcentual con respecto de los niveles del 2005, para alcanzar 13.6% de los ingresos totales consolidados en el 2006. La disminución del margen de operación se debió principalmente a la inclusión de las operaciones cerveceras en Brasil, lo cual generó una pérdida de Ps. 94 millones debido principalmente a un incremento en el gasto de mercadotecnia por la marca *Kaiser* y el lanzamiento de la marca *Sol*, una contracción en el margen en nuestras operaciones de bebidas y un incremento en la contribución de la cadena de conveniencia OXXO que aporta un menor margen de operación comparado al resto de nuestras unidades de negocio de bebidas.

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 aumentaron 7.4% ascendiendo a Ps. 64,046 millones en el 2006 en comparación con Ps. 59,642 millones en el 2005. Las ventas netas se incrementaron 7.8% a Ps. 63,820 millones en el 2006 comparado a Ps. 59,181 millones en el 2005, representando 99.6% de los ingresos totales del 2006. Este crecimiento resultó principalmente de nuestros territorios en Brasil, México y Venezuela, registrando aproximadamente 36%, 18% y 17% del incremento de los ingresos totales, respectivamente.

El volumen de ventas alcanzó 1,998 millones de cajas unidad en el 2006 en comparación con 1,889 millones de cajas unidad en el 2005, representando un aumento de 5.8%, impulsado principalmente por el 6.4% de crecimiento en volumen de la marca *Coca-Cola*, la cual representó casi el 70% del incremento en el volumen. El crecimiento del volumen de ventas en México y Brasil, representó más del 57% de nuestro incremento en el volumen. El volumen de ventas de refrescos creció 5.8% a 1,694.7 millones de cajas unidad, debido al incremento en el volumen en todos nuestros territorios.

El precio promedio por caja unidad (calculado mediante la división de ventas netas entre volumen total, sin incluir resultados de cerveza en Brasil) permaneció prácticamente sin cambio en Ps. 31.56 (\$2.61 dólares) en el 2006, debido al incremento de precio en nuestras operaciones con excepción en México y Argentina.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 10.4% ascendiendo a Ps. 33,745 millones en el 2006 en comparación con Ps. 30,558 millones en el 2005. Como porcentaje de los ingresos totales, el costo de ventas se incrementó 1.5 puntos porcentuales con respecto al 2005, alcanzando 52.7% de los ingresos totales en el 2006. Este incremento fue debido principalmente a los altos costos del edulcorante en todas nuestras operaciones, combinado con los altos precios de las botellas de plástico en algunos de nuestros territorios y a los altos costos de empaque por un cambio en la mezcla de empaque hacia presentaciones no retornables.

La utilidad bruta aumentó 4.2% a Ps. 30,301 millones en el 2006 comparado a Ps. 29,084 millones en el 2005, Brasil y México contribuyeron con más del 45% de este crecimiento. El margen bruto disminuyó 1.5 puntos porcentuales debido al alto costo por caja unidad en todos nuestros territorios, con excepción en México y Argentina.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 4.9% a Ps. 20,050 millones en el 2006 en comparación con Ps. 19,111 millones en el 2005, principalmente como un resultado de los incrementos de salario por encima de la inflación en algunos de los países en los que operamos, de los altos gastos de operación debido al incremento en los gastos de mantenimiento y altos costos de fletes en algunos territorios, y de la alta inversión en mercadotecnia en nuestras principales operaciones relacionado con varias iniciativas con la intención de reforzar nuestra presencia en el mercado y construir valor de marca. Como un porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación disminuyeron de 32.0% en el 2005 a 31.3% en el 2006 debido a la mayor absorción del costo fijo derivado del incremento en volumen y al mayor precio promedio por caja unidad. Los gastos administrativos se incrementaron 5.7% a Ps. 3,540 millones en el 2006 comparado a Ps. 3,348 millones en el 2005. Los gastos de venta se incrementaron 4.7% a Ps. 16,510 millones en el 2006 en comparación con Ps. 15,763 millones en el 2005. Ubicándose en 25.8% de los ingresos totales en el 2006, los gastos de venta disminuyeron 0.7 puntos porcentuales en relación con los niveles del 2005.

Después de llevar a cabo un profundo análisis, por una empresa externa, respecto a las condiciones actuales y la expectativa de vida útil de nuestros inventarios de enfriadores en nuestros territorios de México, decidimos modificar la vida útil de cinco a siete años en estos enfriadores de Coca-Cola FEMSA. Esta decisión fue determinada en base a la política de mantenimiento del equipo de Coca-Cola FEMSA y a nuestra habilidad para manejar la plataforma de enfriadores en el mercado. Esta modificación fue realizada de manera prospectiva en nuestra información financiera reduciendo nuestros gastos de amortización por Ps. 132 millones en el 2006, e incrementando nuestra utilidad de operación por una cantidad similar.

La utilidad de operación se incrementó 2.8% ascendiendo a Ps. 10,251 millones en el 2006 en comparación con Ps. 9,973 millones en el 2005, como resultado de una mayor absorción de costos fijos debido al incremento en los ingresos. El crecimiento en la utilidad de operación en Colombia, Centroamérica y Brasil compensó la estable utilidad de operación en México y la disminución en Venezuela y Argentina. El margen de operación se disminuyó 0.7 puntos porcentuales a 16.0% en el 2006 comparado con 16.7% en el 2005, debido principalmente al alto costo por caja unidad.

FEMSA Cerveza

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza aumentaron 27.3% ascendiendo a Ps. 37,919 millones en el 2006 en comparación con Ps. 29,768 millones en el 2005. Las ventas netas, que incluyen las ventas de cerveza y empaque, representaron 99.4% de los ingresos totales. Este crecimiento resultó principalmente de la inclusión de las operaciones FEMSA Cerveza en Brasil, lo cual representó aproximadamente 66% del incremento en los ingresos totales. El crecimiento restante provino de los incrementos del 9.6% en las ventas de exportación de cerveza, del 9.3% en las ventas de cerveza en México y del 6.5% en las ventas de empaque.

México

El volumen de ventas en México aumentó 5.6% a 25.951 millones de hectolitros en el 2006 en comparación con 24.580 millones de hectolitros en el 2005. Este crecimiento en los ingresos, fue resultado de la innovación de producto, la amplia disponibilidad de nuestras cervezas, la exitosa ejecución en el punto de venta, las iniciativas de administración de ingresos y el continuo fortalecimiento en la demanda del consumidor. También fue notable el crecimiento de nuestras

marcas *Tecate Light* y *Sol*, las cuales a través de iniciativas enfocadas a mercadotecnia fortalecieron su valor de marca y sus indicadores de salud.

En México, el precio por hectolitro aumentó 3.5% a Ps. 1,010.6 en el 2006 en comparación con Ps. 976.2 en el 2005. Lo anterior fue impulsado por (1) el mayor gasto con la adquisición del volumen de terceros que se convirtió en distribución directa a principios de año, (2) un efecto positivo en la mezcla y (3) la administración de ingresos y otras iniciativas para optimizar los puntos de precio por unidad en inventario y en canal, ajustando el margen ofrecido a selectos detallistas.

Brasil

El volumen de ventas en Brasil alcanzó 8.935 millones de hectolitros en el 2006. El precio por hectolitro en Brasil fue de Ps. 604.1 en el 2006.

Exportación

El volumen de ventas de exportación aumentó 15.3% a 2.811 millones de hectolitros en el 2006 en comparación con 2.438 millones de hectolitros en el 2005. Este resultado estuvo ligeramente por encima de nuestras expectativas, en parte a la excelente contribución de Heineken USA, quien nos permitió sobrepasar el crecimiento de la categoría de cervezas importadas en Estados Unidos por segundo año consecutivo.

El precio de exportación por hectolitro disminuyó 5.0% a 1,059.0 en el 2006 en comparación con Ps. 1,114.5 en el 2005. La disminución en el precio de exportación refleja un efecto negativo en el tipo de cambio debido al fortalecimiento del peso mexicano, y en menor medida debido a la mezcla de presentación y canal de distribución de *Tecate* en 24 onzas de FEMSA Cerveza, la cual continúa creciendo en los puntos de venta.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 37.4% ascendiendo a Ps. 16,487 millones en el 2006 en comparación con Ps. 11,998 en el 2005. Como porcentaje de los ingresos totales, el costo de ventas se incrementó 3.2 puntos porcentuales con respecto al 2005. Este incremento relativo al crecimiento de los ingresos totales, resultó de la inclusión de nuestras operaciones de cerveza en Brasil, las cuales tienen menor margen bruto en comparación con las operaciones en México y de exportación. Excluyendo nuestras operaciones de cerveza en Brasil, como un porcentaje de los ingresos, el costo de ventas se hubiera disminuido 0.5 puntos porcentuales con respecto al 2005.

La utilidad bruta alcanzó Ps. 21,432 millones en el 2006 en comparación con Ps. 17,770 millones en el 2005, resultando en un margen bruto de 56.5% en comparación de 59.7%. Los 3.2 puntos porcentuales en la disminución sobre el 2005, resultaron de la inclusión de nuestras operaciones de cerveza en Brasil. Excluyendo nuestras operaciones de cerveza en Brasil, el margen bruto se hubiera mejorado 0.5 puntos porcentuales con respecto al 2005, derivado de los ahorros generados por la mayor absorción del costo fijo por volumen y el incremento en eficiencias de operación, lo cual fue compensado por el aumento de la presión en los precios de materias primas, particularmente en el aluminio.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 27.9% a Ps. 15,312 millones en el 2006 en comparación con Ps. 11,970 millones en el 2005. Los gastos administrativos se incrementaron 15.1% a Ps. 4,283 millones en el 2006 comparado con Ps. 3,720 millones en el 2005. El gasto de ventas aumentó 33.7% a Ps. 11,029 millones en el 2006 en comparación con Ps. 8,250 millones en el 2005, de los cuales 63% del incremento corresponde a la inclusión de nuestras operaciones de cerveza en Brasil y el remanente de 37% refleja los cambios en la red de distribución, debido a mejoras en nuestra infraestructura y actividades relacionadas. Aproximadamente 63% del incremento en los gastos de venta resultaron de la inclusión de nuestras operaciones de cerveza en Brasil, y la mayor parte del resto de este incremento, fue resultado del incremento en los gastos de venta en el mercado mexicano debido a la incorporación de la estructura de gastos adquirida en el volumen de terceros que se convirtió en distribución directa durante el año, un incremento en los servicios a detallistas a quienes ajustamos los márgenes, un aumento en la activación en los puntos de venta y un fortalecimiento de la estructura comercial de ventas.

La utilidad de operación se incrementó 5.5% ascendiendo a Ps. 6,120 millones en el 2006 en comparación con Ps. 5,800 millones en el 2005. Esto refleja un incremento en los ingresos totales generado por un fuerte crecimiento en volumen

y el precio unitario, combinado con mayores costos de ventas y gastos de operación. La inclusión de las operaciones de cerveza en Brasil resultó en una reducción de Ps. 94 millones en el total de utilidad de operación.

FEMSA Comercio

Ingresos Totales

Los ingresos totales de FEMSA Comercio aumentaron 18.7% ascendiendo a Ps. 36,835 millones en el 2006 en comparación con Ps. 31,021 millones en el 2005. El incremento en los ingresos totales resultó principalmente de la agresiva expansión de la cadena de tiendas de conveniencia OXXO, lo que sumó 706 nuevas tiendas netas OXXO durante el 2006. Al 31 de diciembre de 2006 contamos con 4,847 tiendas OXXO en todo el país. Este es el decimoprimer año consecutivo que OXXO incrementa el número de aperturas de tiendas con respecto al año anterior.

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

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 17.8% a Ps. 26,839 millones en el 2006, por debajo del crecimiento de los ingresos totales, en comparación con Ps. 22,792 millones en el 2005. Como resultado, la utilidad bruta alcanzó Ps. 9,996 millones en el 2006, representando un incremento de 21.5% en relación con el 2005. El margen bruto se incrementó 0.6 puntos porcentuales que representa el 27.1% de los ingresos totales, resultado principalmente de esfuerzos coordinados con los proveedores ofreciendo adecuadas promociones y mejores productos para los consumidores.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 21.3% a Ps. 8,332 millones en el 2006 en comparación con Ps. 6,870 millones en el 2005. Los gastos administrativos se incrementaron 19.3% a Ps. 754 millones en el 2006 en comparación con Ps. 632 millones en el 2005, relacionados a nuestro cumplimiento con las nuevas regulaciones de valores, así como al incremento de personal administrativo para apoyar la expansión de tiendas. Los gastos de ventas aumentaron 21.5% a Ps. 7,578 millones en el 2006 en comparación con Ps. 6,238 millones en el 2005, debido a un incremento en gastos relacionados en la mejora de capacidad en la distribución directa, la apertura de nuevas oficinas administrativas en Colima, Tapachula y Tuxtla Gutiérrez, un incremento en las tarifas y consumo de energía por el aumento en alternativas de comida rápida, así como mayores gastos de depreciación generados por la renovación de varios formatos de tiendas OXXO.

La utilidad de operación se incrementó 22.4% ascendiendo a Ps. 1,664 millones en el 2006 en comparación con Ps. 1,360 millones en el 2005. Este incremento estuvo por encima del crecimiento en ingresos y contribuyó a un aumento de 0.1 puntos porcentuales en el margen de operación, el cual alcanzó 4.5% en el 2006 comparado a 4.4% en el 2005.

FEMSA Consolidado – Utilidad Neta

Costo Integral de Financiamiento

El gasto financiero neto fue de Ps. 3,507 millones en el 2006 comparado con Ps. 3,994 millones en el 2005, resultando de una menor tasa promedio de interés y de una disminución en la deuda denominada en pesos, la cual tiene una mayor tasa de interés que la deuda denominada en dólares americanos.

El resultado de la fluctuación cambiaria fue de una pérdida de Ps. 217 millones en el 2006 comparada con una ganancia de Ps. 318 millones en el 2005. Este efecto negativo se debió a la debilidad del peso mexicano sobre el dólar americano, reflejado en nuestra deuda denominada en dólares durante el 2006.

La ganancia por posición monetaria fue de Ps. 1,488 millones en el 2006 comparado con una ganancia de Ps. 1,204 millones en el 2005. Este incremento en la cantidad de ganancia del 2006 comparado con el 2005 refleja la inflación sobre el incremento en nuestros pasivos durante el 2006.

Impuestos

Los impuestos reconocidos durante el 2006 fue de Ps. 4,608 millones comparados con Ps. 4,620 millones en el 2005. Esta disminución de 0.26% con respecto al 2005 se debió principalmente a una reducción en las tasas corporativas de impuestos. Como consecuencia, la tasa efectiva de impuestos en el 2006 fue de 31.8% comparada con una tasa de 33.7% en el 2005.

A partir del 2007, conforme a las Normas de Información Financiera, registramos la participación de los trabajadores en las utilidades en el rubro de “otros gastos”, en lugar de registrarlos en el renglón de “impuestos sobre la renta”. Para efectos de comparación, estamos reflejando este cambio en la información presentada para el 2006.

Utilidad Neta

La utilidad neta aumentó 8.7% ascendiendo a Ps. 9,860 millones en el 2006 en comparación con Ps. 9,073 millones en el 2005. Este incremento fue debido al crecimiento del 6.0% en los ingresos de operación combinado con una disminución del 12.2% en el gasto financiero neto, mayor ganancia por posición monetaria de 23.6%, y reducción en la tasa efectiva de impuestos, compensada parcialmente por un incremento en otros gastos.

La utilidad neta mayoritaria consolidada alcanzó Ps. 7,127 millones en el 2006 en comparación con Ps. 5,951 millones en el 2005, un incremento de 19.8% en relación con los niveles registrados en el 2005. La utilidad neta mayoritaria por Unidad FEMSA (considerando las Unidades BD y B de FEMSA) fue de Ps. 1.992 para todo el año 2006. La utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, considerando un tipo de cambio de Ps. 10.9169 por dólar, fue de \$1.824 dólares en el 2006.

Liquidez y Recursos de Capital

Liquidez

Cada una de nuestras compañías subtenedoras, generalmente, financian sus propios requerimientos de operación y de capital de forma independiente. Al 31 de diciembre de 2007, el 74.5% de nuestra deuda consolidada está registrada al nivel de las compañías subtenedoras. Esta estructura resulta, en parte, por 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, pudiéramos 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 nuestra deuda.

Evaluamos continuamente las oportunidades para compra, asociación 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. El siguiente es un resumen de los principales usos de los recursos por los tres años terminados el 31 de diciembre de 2007:

Principales Usos de los Recursos

	Por los años terminados el 31 de diciembre del:		
	2007	2006	2005
	(en millones de pesos mexicanos constantes)		
Recursos netos generados en la operación.....	Ps. 18,022	Ps. 16,934	Ps. 15,192
Inversiones de capital ⁽¹⁾	(11,257)	(9,422)	(7,508)
Préstamos bancarios y documentos	(1,191)	5,112	(12,457)
Dividendos declarados y pagados.....	(1,909)	(1,459)	(1,103)

⁽¹⁾ Incluyendo propiedad, planta y equipo, activos intangibles y otros activos.

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.

Tradicionalmente, 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, además de 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.

Nuestra deuda total consolidada fue de Ps. 40,029 millones al 31 de diciembre de 2007, comparada con Ps. 42,419 millones al 31 de diciembre de 2006. La deuda a corto plazo (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo) y deuda a largo plazo fueron de Ps. 9,364 millones y Ps. 30,665 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2007, comparada con Ps. 6,746 millones y Ps. 35,673 millones, respectivamente al 31 de diciembre de 2006. Efectivo y valores de realización inmediata ascendieron a Ps. 10,456 millones al 31 de diciembre de 2007, comparado con Ps. 8,766 millones al 31 de diciembre de 2006.

Creemos que nuestras fuentes de liquidez al 31 de diciembre de 2007, 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 2008 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 2007:

	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. 5,093	Ps. 4,840	Ps. 8,487	Ps. 11,934	Ps. 30,354
Dólares americanos ⁽¹⁾	632	3,411	762	1,155	5,960
Reales brasileños ⁽¹⁾	190	76	–	–	266
Arrendamiento Financiero					
Dólares americanos	2	–	–	–	2
Pagos de Intereses⁽²⁾					
Pesos mexicanos	2,546	4,052	3,155	2,289	12,042
Dólares americanos	381	442	195	59	1,077
Reales brasileños	14	2	–	–	16
Swap de Tasa de Interés⁽³⁾					
Pesos mexicanos	249	397	331	430	1,407
Arrendamientos Operativos					
Pesos mexicanos	1,309	2,450	2,197	6,639	12,595
Dólares americanos	720	509	13	–	1,242
Reales brasileños	76	164	22	–	262
Contratos de Precio de Materias Primas					
Dólares americanos	1,905	504	10	–	2,419
Obligaciones por Compras	514	347	–	–	861
Contribuciones que se espera sean aportadas al plan de pensiones, primas de antigüedad, servicios médicos para jubilados e indemnizaciones	639	878	975	2,232	4,724
Otras Deudas a Largo Plazo⁽⁴⁾	–	–	–	4,771	4,771

⁽¹⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio con lo cual ¥2,416 millones de deuda a largo plazo denominada en yenes japoneses se convierte a reales brasileños por un monto de Ps. 230 millones.

⁽²⁾ Los intereses se calcularon usando la deuda a largo plazo y las tasas de interés al 31 de diciembre de 2007 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. 10.8662 por dólar, el tipo de cambio que nos fue cotizado para la liquidación de obligaciones en moneda extranjera el 31 de diciembre de 2007.

⁽³⁾ Reflejan la cantidad de los pagos futuros que tendríamos que realizar. Se calcularon los montos aplicando la diferencia entre los swaps de tasas de interés y tasas de interés nominales contratadas para las deudas a largo plazo al 31 de diciembre de 2007.

⁽⁴⁾ Otros pasivos de largo plazo principalmente incluyen contingencias e instrumentos financieros derivados. 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 2007, Ps. 9,364 millones de nuestra deuda total consolidada era deuda a corto plazo, (incluyendo vencimientos de la deuda a largo plazo).

Al 31 de diciembre de 2007, nuestro costo promedio de deuda consolidada era, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés, de aproximadamente el 8.7%, muy similar al 8.8% registrado en 2006. Al 31 de diciembre de 2007, incluyendo el efecto de swap de tipo de cambio, el 76.2% de nuestra deuda total consolidada estaba denominada y era pagadera en pesos mexicanos, 20.8% era en dólares, 1.3% en pesos argentinos, 1.1% era en bolívares venezolanos y el 0.6% 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 2007:

	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>Dólares americanos:</i>					
Préstamos bancarios	Ps. –	Ps. 132	Ps. 2,240	Ps. –	Ps. 2,372
<i>Pesos argentinos:</i>					
Préstamos bancarios	–	500	–	–	500
<i>Bolívares venezolanos</i>					
Préstamos bancarios	–	425	–	–	425
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Préstamos bancarios	–	–	150	–	150
Deuda a Largo Plazo⁽¹⁾					
<i>Pesos mexicanos:</i>					
Certificados bursátiles	6,000	8,250	–	–	14,250
Préstamos bancarios ⁽²⁾	1,712	4,549	7,335	–	13,596
<i>Dólares americanos:</i>					
Bono Yankee	–	3,199	–	–	3,199
Préstamos bancarios	–	1,847	914	–	2,761
Arrendamiento financiero	–	2	–	–	2
Unidades de Inversión (UDI's)⁽³⁾	2,508	–	–	–	2,508
<i>Reales brasileños⁽⁴⁾:</i>					
Préstamos bancarios	–	–	266	–	266
Total	Ps. 10,220	Ps. 18,904	Ps. 10,905	–	Ps. 40,029
Costo Promedio⁽⁵⁾					
Pesos mexicanos	9.9%	8.9%	8.9%	–	9.3%
Dólares americanos	–	6.4%	6.5%	–	6.5%
Pesos argentinos	–	11.0%	–	–	11.0%
Bolívares venezolanos	–	15.7%	–	–	15.7%
Reales brasileños	–	–	11.4%	–	11.4%
Total	9.9%	8.4%	8.3%	–	8.7%

⁽¹⁾ Incluye la porción circulante de deuda a largo plazo por Ps. 5,917 millones.

⁽²⁾ Garantizado por FEMSA Comercio.

⁽³⁾ Garantizado por FEMSA Cerveza.

⁽⁴⁾ Incluye el efecto de swap de tipo de cambio de yenes japoneses a reales brasileños en relación con Ps. 230 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, los convenios 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. 2,500 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, 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, si FEMSA deja de controlar FEMSA Cerveza.

Al 31 de diciembre de 2007, 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 2007:

- *Coca-Cola FEMSA*: La deuda total de Coca-Cola FEMSA ascendió a Ps. 18,904 millones al 31 de diciembre de 2007, comparada con Ps. 20,208 millones al 31 de diciembre de 2006. La deuda a corto plazo (incluyendo la porción circulante de la deuda a largo plazo) y largo plazo fue de Ps. 4,809 millones y Ps. 14,095 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2007, comparado con Ps. 3,419 millones y Ps. 16,789 millones, respectivamente, al 31 de diciembre de 2006. El efectivo y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos principalmente de pesos mexicanos, reales brasileños, bolívares venezolanos y dólares americanos, representando 50%, 33%, 10% y 4%, respectivamente. El efectivo y los valores de realización inmediata fue de Ps. 7,542 millones al 31 de diciembre de 2007, en comparación con Ps. 5,074 millones al 31 de diciembre de 2006. Aproximadamente Ps. 238 millones en efectivo se consideran efectivo restringido, porque se ha depositado para pagar cuentas por cobrar en Venezuela y Brasil. Al 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA tuvo un superávit de capital de trabajo (definido como el exceso de activo circulante sobre pasivo circulante) de Ps. 1,261 millones, reflejando el incremento 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. En el 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 ser requeridos, para 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 6.4% en dólares americanos, 8.9% en pesos mexicanos, 15.7% en bolívares venezolanos y 11.0% en pesos argentinos al 31 de diciembre de 2007, en comparación con 7.0% en dólares americanos, 9.5% en pesos mexicanos, 8.0% en pesos colombianos, 11.3% en bolívares venezolanos y 9.7% en pesos argentinos al 31 de diciembre de 2006.

- *FEMSA Cerveza*: Al 31 de diciembre de 2007, la deuda total de FEMSA Cerveza, ascendía a Ps. 10,905 millones, la cual incluía Ps. 2,390 millones en préstamos de contratación a corto plazo y capital de trabajo. Al 31 de diciembre de 2007, FEMSA Cerveza tenía Ps. 8,515 millones de deuda a largo plazo consistente en préstamos bancarios bilaterales y préstamos para el financiamiento de equipos. El efectivo y los valores de realización inmediata estuvieron compuestos de pesos mexicanos, reales brasileños y dólares americanos, representando 80%, 12% y 8%, respectivamente. El efectivo y los valores de realización inmediata fue de Ps. 1,435 millones al 31 de diciembre de 2007, en comparación con Ps. 2,016 millones al 31 de diciembre de 2006.

El costo de deuda promedio de FEMSA Cerveza al 31 de diciembre de 2007, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 8.9% en pesos mexicanos, 6.5% en dólares americanos y 11.4% en reales brasileños.

- *FEMSA Comercio*: Al 31 de diciembre de 2007, FEMSA Comercio no tenía deuda.
- *FEMSA y Otros Negocios*: Al 31 de diciembre de 2007, la deuda total de FEMSA y de las compañías que conforman nuestros otros negocios fue de Ps. 10,220 millones, toda a largo plazo. Esto incluye Ps. 2,500 millones de certificados bursátiles, los cuales vencen en julio del 2008 y julio del 2009; Ps. 6,008 millones de certificados bursátiles, los cuales vencen en diciembre del 2012 y diciembre del 2017, ambos garantizados por FEMSA Cerveza; y Ps. 1,712 millones con vencimiento en agosto de 2010, garantizado por FEMSA Comercio. Al 31 de diciembre de 2007, el costo de deuda promedio de FEMSA, incluyendo el efecto del swap de tasa de interés, era de 9.9% en pesos mexicanos.

Contingencias

Tenemos varias contingencias, para las cuales se han registrado reservas en aquellos casos donde creemos probable sea una resolución no favorable. Véase “Punto 8. Información Financiera—Procedimientos Legales” La mayoría de estas contingencias fueron registradas como reservas contra los activos intangibles 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 2007:

Contingencias	
Al 31 de diciembre de 2007	
(en millones de pesos mexicanos constantes)	
Fiscales	Ps. 1,725
Legales	268
Laborales	649
Total.....	Ps. 2,642

Como es común en Brasil, las Autoridades de Impuestos nos han solicitado saldar las contingencias fiscales actualmente en disputa por Ps. 1,887 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 2007, la suma de las contingencias por las cuales no hemos registrado una reserva fue de \$311 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. 11,257 millones en el 2007, en comparación con Ps. 9,422 millones en el 2006, un aumento de 19.5%. El incremento se debió principalmente por inversiones en FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA. 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 en FEMSA Cerveza. Véase “Punto 4. Información de la Compañía—Inversiones y Desinversiones en Activo Fijo”.

Presupuesto de Inversiones en Activo Fijo para el 2008

Nuestro presupuesto de inversión para el 2008 asciende aproximadamente a \$1,400 millones de dólares. El siguiente análisis se basa en los presupuestos internos del año 2008 preparados por cada una de nuestras compañías subtenedoras. El presupuesto de inversión para el 2008 está sujeto a cambios en las condiciones del mercado, los resultados de las operaciones y los recursos financieros de las subsidiarias.

En 2008, se espera que las inversiones en activo fijo de Coca-Cola FEMSA serán aproximadamente \$470 millones, 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.

Coca-Cola FEMSA estima que la inversión proyectada para el 2008 será distribuida de forma similar en su operación en México y los territorios fuera de México.

En 2008, se espera que el presupuesto de inversiones en activo fijo de FEMSA Cerveza será aproximadamente \$733 millones de dólares. FEMSA Cerveza espera destinar parte de este presupuesto a inversiones en sus plantas de producción en México y Brasil, relacionado con la construcción de la planta cervecera y fábrica de vidrio en Meoqui y en expansiones de capacidad marginales de sus cervecerías y modernización de equipos. 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 su 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 2008, se espera que el presupuesto de inversiones en activo fijo de FEMSA Comercio será aproximadamente \$172 millones de dólares y se destinará a la apertura de nuevas tiendas OXXO, y en menor medida la remodelación de algunas tiendas OXXO existentes. Adicionalmente, FEMSA Comercio tiene inversiones planeadas para los sistemas de informática, 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 de mercado de los contratos sobre instrumentos derivados al 31 de diciembre de 2007. El valor razonable nos es proporcionado principalmente por fuentes externas que son nuestras contrapartes en los contratos.

	Valor Razonable				Valor Razonable Activo (Pasivo)
	Vence menos de 1 año	Vence 1 - 3 años	Vence 3 - 5 años	Vence en más de 5 años	
	Al 31 de diciembre de 2007				
	(en millones de pesos mexicanos constantes)				
Precios cotizados por fuentes externas	(164)	(171)	(139)	17	(457)

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:	
	2007	2006
	(en millones de pesos mexicanos constantes)	
Coca-Cola FEMSA	Ps. 94	Ps. 196
FEMSA Cerveza.....	218	293
FEMSA y otras	250	307
Total	Ps. 562	Ps. 796

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 US GAAP

Las principales diferencias entre las NIF mexicanas y los US 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 y bajo US GAAP es presentada 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;
- capitalización del resultado integral de financiamiento;
- obligaciones laborales, y
- gastos por inicio de operaciones.

Una descripción más detallada de las diferencias entre las NIF mexicanas y los US 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 US 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 US GAAP, ver Notas 26 y 27 de nuestros estados financieros consolidados auditados. *[Las Notas 26 y 27 aquí referidas, relativas a US GAAP, no están contenidas en los estados financieros de este reporte anual debido a que no son requeridas por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]*

De conformidad con las NIF mexicanas, nuestros estados financieros consolidados reconocen ciertos efectos inflacionarios de conformidad con el Boletín B-10. Estos efectos no son eliminados en la conciliación a US GAAP.

Bajo US GAAP tuvimos una utilidad neta de Ps. 8,557 millones y Ps. 6,973 millones en 2007 y 2006, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas tuvimos una utilidad neta mayoritaria de Ps. 8,511 millones y Ps. 7,127 millones en 2007 y 2006, respectivamente. En 2007, la utilidad neta bajo US 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.

El capital contable bajo US GAAP al 31 de diciembre de 2007 y 2006, fue de Ps. 82,606 millones y Ps. 73,925 millones, respectivamente. Bajo las NIF mexicanas el capital contable al 31 de diciembre de 2007 y 2006, fue Ps. 64,578 millones y Ps. 56,654 millones, respectivamente. La principal razón de la diferencia entre el capital contable bajo US 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 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. Para el año 2007, se seleccionaron 19 miembros para servir en nuestro consejo de administración. Nuestros estatutos sociales establecen que los tenedores de las Acciones Serie B eligen a por lo menos 11 consejeros y los tenedores de las Acciones Serie D eligen a cinco consejeros. Los accionistas podrán designar consejeros suplentes, quienes suplirán específicamente a los consejeros propietarios para los cuales hubieran sido designados. 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 encuentre 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 del consejo de administración e incluir asuntos en el orden del día.

Consejeros de la Serie “B”

Eugenio Garza Lagüera <i>Consejero y Presidente Honorario Vitalicio del Consejo</i>	Nacido: Designado por primera vez: Duración en el cargo hasta: Otros cargos del Consejero: Experiencia profesional: Educación: Consejera suplente:	Diciembre de 1923 1960 2009* * El Sr. Garza Lagüera falleció el 24 de mayo de 2008 Presidente Honorario Vitalicio de Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V., Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (“ITESM”) y BBVA Bancomer, S.A. Se incorporó a FEMSA en 1946 y trabajó en el Departamento de Investigaciones de Cuauhtémoc El Sr. Garza Lagüera posee títulos en Ingeniería Química de la Universidad de Texas y en Administración de Empresas del ITESM Mariana Garza de Treviño ⁽¹⁾⁽²⁾
--	--	--

José Antonio Fernández Carbajal⁽³⁾
*Consejero y Presidente del
Consejo de Administración*

Nacido: Febrero de 1954
Designado por primera vez
(Presidente del consejo): 2001
Designado por primera vez
(Consejero): 1984
Duración en el cargo
hasta: 2009
Ocupación principal: Director General de Fomento Económico Mexicano,
S.A.B. de C.V.
Otros cargos del
Consejero: Presidente del consejo de administración de Coca-
Cola FEMSA, S.A.B. de C.V., Vicepresidente del
consejo de administración del ITESM y miembro de
los consejos de administración de BBVA Bancomer,
BBVA Bancomer, S.A., Industrias Peñoles, S.A.B.
de C.V. (Peñoles), Grupo Industrial Bimbo, S.A.B.
de C.V. (Bimbo), Grupo Televisa, S.A.B. y
Controladora Vuela Compañía de Aviación, S.A. de
C.V. (“Volaris”)
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

Bárbara Garza de Braniff⁽¹⁾⁽²⁾
Consejera

Nacida: Abril de 1958
Designada por primera
vez: 2005
Duración en el cargo
hasta: 2009
Ocupación principal: Inversionista Privada
Experiencia profesional: Ex-Presidenta y 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: Eva Garza de Fernández⁽¹⁾⁽⁴⁾

José Calderón Rojas
Consejero

Nacido: Julio de 1954
Designado por primera vez: 2005
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente del consejo de administración y Director General de Servicios Administrativos de Monterrey, S.A. de C.V., Regio Franca, S.A. de C.V., Franca Servicios, S.A. de C.V. y Franca Industrias, S.A. de C.V.

Otros cargos del Consejero: Miembro del consejo de administración de BBVA Bancomer y Alfa, S.A.B. de C.V. (Alfa)
Educación: Se graduó en Derecho de la UANL y completó estudios de especialización en Impuestos en la UANL
Consejero suplente: Francisco José Calderón Rojas⁽⁵⁾

Consuelo Garza de Garza⁽⁶⁾
Consejera

Nacida: Octubre de 1930
Designada por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
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⁽⁷⁾

Max Michel Suberville
Consejero

Nacido: Julio de 1932
Designado por primera vez: 1985
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente Honorario del consejo de administración de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V.

Otros cargos del Consejero: Miembro de los consejos de administración del Grupo Lamosa, S.A.B. de C.V., Industrias Peñoles, S.A. de C.V. y Grupo Nacional Provincial, S.A. (GNP)
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⁽⁸⁾

Alberto Bailleres
Consejero

Nacido: Agosto de 1931
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente de los consejos de administración de Grupo BAL, S.A. de C.V., Peñoles, GNP, Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V., Grupo Profuturo, S.A.B. de C.V. e Instituto Tecnológico Autónomo de México

Otros cargos del Consejero: Miembro de los consejos de administración de BBVA Bancomer, BBVA Bancomer, S.A. de C.V., BBVA Bancomer, S.A., BBVA Bancomer Servicios, S.A., Dine, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Dine), Televisa, Grupo Kuo, S.A.B. de C.V. (anteriormente Grupo Desc) (Kuo), y Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V.

Educación: El Sr. Bailleres es egresado en Economía del Instituto Tecnológico Autónomo de México

Consejero suplente: Arturo Fernández Pérez

Francisco Javier Fernández Carbajal⁽⁹⁾
Consejero

Nacido: Abril de 1955
Designado por primera vez: 2005
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Consultor empresarial privado
Otros cargos del Consejero: Presidente de los consejos de administración de Primero Fianzas, S.A. de C.V. y Primero Seguros, S.A. de C.V. Miembro de los consejos de administración de Visa, Inc., Grupo Aeroportuario del Pacífico, S.A.B. de C.V., Fresnillo, Ltd., Base Internacional, Casa de Bolsa

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
Consejero

Nacido: Mayo de 1948
Designado por primera vez: 1988
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Ex-Presidente del consejo de administración, BBVA Bancomer, S.A., actualmente el presidente de su Comité de Auditoría
Otros cargos del Consejero: Miembro del consejo de administración de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V., Alfa, BBVA Bancomer, S.A. de C.V., 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⁽¹⁰⁾

Alfredo Livas Cantú
Consejero

Nacido: Julio de 1951
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente de Praxis Financiera, S.C.
Otros cargos del Consejero: Miembro del consejo de administración de Grupo Jomar, S.A. de C.V., British American Tobacco (consejo mexicano), Grupo Acosta Verde, Thermotek y Grupo Financiero Banorte (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
Consejero

Nacido: Enero de 1928
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente del consejo de administración de Bimbo.
Otros cargos del Consejero: Miembro del consejo de administración de Chrysler México S.A. de C.V., Grupo Altex, S.A. de C.V., Escuela Bancaria y Comercial, Memorial Hermann International 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⁽⁸⁾

Carlos Salguero
Consejero

Nacido: Octubre de 1929
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
Experiencia profesional: Ex-Vicepresidente Ejecutivo de Phillip Morris International
Otros cargos del Consejero: Miembro de los consejos de administración de Hotel Esencia, México, City Net, España and Mazarron Beach. Ex-miembro del consejo de administración de Tabacalera Mexicana, S.A. de C.V., Tabacalera Costarricense, S.A., Tabacalera Centroamericana, S.A. y otras empresas en Latinoamérica
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

Paulina Garza de Marroquín⁽¹⁾⁽²⁾
Consejera

Nacida: Marzo de 1972
Designada por primera vez: 1999 como consejera suplente y 2004 como propietaria
Duración en el cargo hasta: 2009
Experiencia profesional: Inversionista Privada
Educación: La Sra. Garza tiene un título en Administración de Empresas del ITESM
Consejero suplente: Carlos Salazar Lomelín

José Manuel Canal Hernando
Consejero

Nacido: Febrero de 1940
Designado por primera vez: 2003
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Consultor Privado
Otros cargos del Consejero: Presidente del consejo de administración de Banco Compartamos, S.A. Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA y miembro de su Comité de Auditoría; ALSEA, S.A.B. de C.V. y presidente de su Comité de Auditoría. Miembro de los consejos de administración y Comités de Auditorías de Dine y Kuo
Experiencia profesional: Ex-socio 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 de la Institución Mexicana 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
Consejero

Nacido: Junio de 1957
Designado por primera vez: 2006
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Director de Desarrollo Corporativo de Alfa
Otros cargos del Consejero: Miembro del Consejo de Administración de Alfa, Grupo Gigante, S.A. de C.V., El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V., Grupo Lamosa, S.A.B. de C.V., Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V. y CYDSA, S.A.B. de C.V.
Experiencia profesional: Tiene una larga carrera en Alfa, incluyendo el haberse desempeñado como Director General de Sigma Alimentos, S.A. de C.V.
Educación: El Sr. Garza Sada es Ingeniero Industrial por el ITESM, y tiene un MBA de la Universidad de Stanford
Consejero suplente: Eduardo Padilla Silva

Alexis E. Rovzar de la Torre
Consejero

Nacido: Julio de 1951
Designado por primera vez: 1989
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Socio Ejecutivo de White & Case, S.C., despacho de abogados
Otros cargos del Consejero: Miembro de los consejos de administración de Coca-Cola FEMSA (presidente de su Comité de Auditoría), Grupo 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
Consejero

Nacido: Marzo de 1940
Designado por primera vez: 1988
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Propietario de H. Paul & Company LLC (una empresa de consultoría en finanzas corporativas)
Otros cargos del Consejero: Miembro de los consejos de administración de Zurich Emerging Markets Solutions y Coca-Cola FEMSA
Experiencia profesional: Ex-director de Latin-America International Finance Corporation (IFC) y consejero 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 Muguera

Lorenzo H. Zambrano
Consejero

Nacido: Marzo de 1944
Designado por primera vez: 1995
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Presidente y Director General de Cemex, S.A.B. de C.V.
Otros cargos de Consejero: Miembro del consejo de administración de IBM Corporation, Alfa (Comité de Recursos Humanos), Vitro, S.A.B. de C.V. (presidente del Comité de Compensaciones), Grupo Televisa, S.A.B., y de 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
Consejero

Nacido: Agosto de 1945
Designado por primera vez: 2001
Duración en el cargo hasta: 2009
Ocupación principal: Socio de Munger, Tolles & Olson LLP, despacho de abogados
Otros cargos de Consejero: Miembro de los consejos de administración de Wesco Financial Corporation, US Trust Company, Lucent Technologies, Inc. y ChevronCorp.
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 *Magna Cum Laude* de la Universidad de Texas, es abogado por JD de la Facultad de Derecho de Harvard y posee una maestría en Gobierno de la Universidad de Harvard
Consejero suplente: José González Ornelas

- ⁽¹⁾ Hija de Eugenio Garza Lagüera.
- ⁽²⁾ Cuñada de José Antonio Fernández Carbajal.
- ⁽³⁾ Yerno de Eugenio Garza Lagüera.
- ⁽⁴⁾ Esposa de José Antonio Fernández Carbajal.
- ⁽⁵⁾ Hermano de José Calderón Rojas.
- ⁽⁶⁾ Hermana de Eugenio Garza Lagüera.
- ⁽⁷⁾ Hijo de Consuelo Garza de Garza.
- ⁽⁸⁾ Hijo de Max Michel Suberville.
- ⁽⁹⁾ Hermano de José Antonio Fernández Carbajal.
- ⁽¹⁰⁾ 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: 1987 Nombrado para el cargo actual: 1994
Javier Astaburuaga Sanjines <i>Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico</i>	Nacido: Julio de 1959 Se incorporó a FEMSA en: 1982 Nombrado para el cargo actual: 2006 Experiencia profesional en FEMSA: 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 Educación: El Sr. Astaburuaga posee un título de Contador Público del ITESM
Federico Reyes García <i>Director de Desarrollo Corporativo</i>	Nacido: Septiembre de 1945 Se incorporó a FEMSA en: 1999 Nombrado para el cargo actual: 2006 Experiencia profesional en FEMSA: Director de Desarrollo Corporativo, 1992, y Director de Finanzas de 1999 hasta 2006. Otra experiencia profesional: 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 Educación: El Sr. Reyes posee un título de Contador Público del ITESM

José González Ornelas
*Director de
Administración y Control
Operativo Principal*

Nacido: Abril de 1951
Se incorporó a FEMSA en: 1973
Nombrado para el cargo actual: 2001
Experiencia profesional en FEMSA:

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.

Educación:

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
Director de Recursos Humanos

Nacido: Julio de 1962
Se incorporó a FEMSA 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, Adquisiciones y Mercadeo, principalmente en Cervecería Cuauhtémoc, S.A. de C.V. y como Director General de FEMSA Empaques

Educación:

Es graduado en Ingeniería Industrial del ITESM y cursó una maestría en Administración de Empresas en el IPADE

Genaro Borrego Estrada
*Director de Asuntos
Corporativos*

Nacido: Febrero de 1949
Se incorporó a FEMSA 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

Educación:

Egresado de la carrera de Relaciones Internacionales de la Universidad Iberoamericana

<p>Carlos Aldrete Ancira <i>Director Jurídico y Secretario del Consejo</i></p>	Nacido:	Agosto de 1956
	Se incorporó a FEMSA en:	1979
	Nombrado para el cargo actual:	1996
	Otros cargos de Consejero:	Secretario del consejo de administración de FEMSA, Secretario del consejo de administración de todas las subsidiarias de FEMSA
Experiencia profesional en FEMSA:	Amplia experiencia en transacciones internacionales comerciales y financieras, emisión de deuda y reestructuraciones corporativas y derecho corporativo	
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

<p>Jorge Luis Ramos Santos <i>Director General</i></p>	Nacido:	Diciembre de 1952
	Se incorporó a FEMSA en:	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 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

<p>Carlos Salazar Lomelín <i>Director General</i></p>	Nacido:	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
*Director de Finanzas y
Administración*

Nacido: 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
Director General

Nacido: 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 2007, la remuneración total pagada a nuestros Consejeros fue de aproximadamente Ps. 5.3 millones.

Para el año terminado el 31 de diciembre de 2007, la remuneración total pagada a los directores de FEMSA y subsidiarias fue de aproximadamente Ps. 1,290 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 2007, los montos en reserva y acumulados para todos los empleados bajo estos planes de retiro fueron de Ps. 6,562 millones, de los cuales Ps. 2,902 millones se encuentran ya aportados.

Plan de Incentivos de Acciones

De 1998 hasta el 2003, nosotros, junto con nuestras subsidiarias, tuvimos un Plan de Incentivos de Acciones de cinco años para beneficio de nuestros ejecutivos, al cual nos referimos como "Plan de Incentivos de Acciones VEA". De acuerdo con sus términos, entre los años 1999 y 2003, algunos de nuestros ejecutivos fueron seleccionados para recibir un bono especial en efectivo destinado a obtener una opción sobre acciones. Cada año, nuestro Director General, junto con los directores generales y Comités de Prácticas Societarias de nuestras subtenedoras, seleccionaron a los ejecutivos que podían participar en el Plan de Incentivos de Acciones y determinaron el monto del bono especial, con base en el nivel de responsabilidad de cada ejecutivo sus logros corporativos obtenidos durante el año anterior.

Las acciones otorgadas fueron administradas por ciertos fideicomisos para el beneficio de nuestros ejecutivos seleccionados. Cada año se creó un nuevo fideicomiso para administrar las acciones adquiridas en ese año en particular. De conformidad con el Plan de Incentivos de Acciones, cada vez que se asignaba un bono especial a un ejecutivo, éste lo aportaba al fideicomiso a cambio de acciones, según lo determinamos anualmente. Cada fideicomiso es administrado por un comité técnico conformado por ejecutivos de nuestra Compañía y se rige por la ley mexicana.

Las acciones otorgadas al ejecutivo le dan el derecho de recibir Unidades BD o, en el caso de los funcionarios de Coca-Cola FEMSA, una proporción específica de Unidades BD y Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, que serán adquiridas por el fideicomiso respectivo en el mercado abierto, utilizando el bono especial aportado por cada ejecutivo. De conformidad con el Plan de Incentivos de Acciones, la titularidad de las Unidades BD y, en su caso, de las Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, será conferida al ejecutivo a una tasa anual equivalente al número de Unidades BD y, en su caso, Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, las cuales pueden adquirirse con 20% de dicho monto en acciones otorgado.

Las acciones bajo este plan fueron otorgadas en 2003 y el plan concluyó en febrero de 2008.

Plan de Incentivos de Acciones en base a VEA

En 2005, 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 30 de mayo de 2008, el fideicomiso que administra el Plan de Incentivos de Acciones VEA, tiene un total de 9,781,435 Unidades BD de FEMSA y 2,471,075 Acciones Serie L de Coca-Cola FEMSA, cada una representando el 0.05% y 0.13% de la totalidad de las acciones circulantes de FEMSA y de Coca-Cola FEMSA, respectivamente.

Pólizas de Seguro

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

Acciones Propiedad de la Administración

Varios de nuestros consejeros son participantes de un Fideicomiso de Voto. Cada uno de los participantes en el Fideicomiso de Voto se considera que tiene propiedad beneficiaria con voto compartido sobre las acciones depositadas en dicho Fideicomiso de Voto. Al 30 de mayo de 2008, 6,914,592,885 Acciones Serie B representando el 74.78% de las Acciones Serie B en circulación, fueron depositadas en el Fideicomiso de Voto. Véase “Punto 7. Principales Accionistas y Operaciones con Partes Relacionadas”.

El cuadro a continuación muestra las Acciones Serie B, las Acciones Serie D-B y las Acciones Serie D-L, al 30 de mayo de 2008, 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
La sucesión de Eugenio Garza Lagüera	7,566,600	0.08%	26,654,808	0.62%	26,654,808	0.62%
Consuelo Garza de Garza	63,024,300	0.68	12,754,950	0.30	12,754,950	0.30
Max Michel Suberville	0	0.00	34,759,260	0.80	34,759,260	0.80
Alberto Baïlles	3,093,825	0.03	11,192,112	0.26	11,192,112	0.26
Juan Guichard Michel	366,930	-	0	0.00	0	0.00
Alfonso Garza Garza	19,200	-	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 indemnizaciones ante la terminación del empleo.

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 *The New York Stock Exchange*. José González Ornelas, director del departamento de auditoría interna de FEMSA, es el Secretario del Comité de Auditoría.
- Comité de 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 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.* De acuerdo a la Ley del Mercado de Valores en México emitida en el 2006, el rol y responsabilidad del comisario ya no es necesario para las compañías públicas. Por lo tanto, las responsabilidades realizadas por el comisario han sido asumidas por el nuevo Comité de Prácticas Societarias en conjunto con el Comité de Auditoría. El Comité de Prácticas Societarias, el cual se constituye de consejeros independientes, es responsable de prevenir y reducir los riesgos en las operaciones realizadas que pudiera 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 relacionadas con terceros, 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 financieras. Lorenzo H. Zambrano es el presidente del Comité de Prácticas Societarias, el cual está conformado por los consejeros Carlos Salguero y Helmut Paul. Alfonso Garza Garza es el secretario designado de este Comité.

Empleados

Al 31 de diciembre de 2007, los empleados por región geográfica eran los siguientes: 70,603 en México, 5,282 en Centroamérica, 7,961 en Colombia, 7,980 en Venezuela, 9,786 en Brasil y 3,408 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 2007, 2006 y 2005:

Compañía subtenedora	Empleados de FEMSA por los años terminados el 31 de diciembre del:							
	2007			2006		2005		
	No Sindicalizados	Sindicalizados	Total	No Sindicalizados	Sindicalizados	No Sindicalizados	Sindicalizados	
Coca-Cola FEMSA ⁽¹⁾	32,657	25,465	58,122	31,695	24,987	32,632	23,003	
FEMSA Cerveza.....	13,751	10,708	24,459	13,426	10,570	11,765	8,049	
FEMSA Comercio ⁽²⁾	4,488	11,336	15,824	4,072	7,380	3,863	5,371	
Otras	2,661	3,954	6,615	1,978	3,662	1,943	4,105	
Total	53,557	51,463	105,020	51,171	46,599	50,203	40,528	

⁽¹⁾ Incluye empleados de distribuidores independientes que no consideramos como nuestros empleados de 16,089, 16,745 y 16,421 en 2007, 2006 y 2005, 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 2007, nuestras subsidiarias habían celebrado 420 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 las diez 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 2007**

Compañía subtenedora	Contratos Colectivos	
	de Trabajo	Sindicatos
Coca-Cola FEMSA	106	41
FEMSA Cerveza	157	8
FEMSA Comercio ⁽¹⁾	80	9
Otras	77	10
Total	420	68

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

PUNTO 7. PRINCIPALES ACCIONISTAS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS

Principales Accionistas

El siguiente cuadro identifica a cada propietario de más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones al 30 de mayo de 2008. A excepción de lo que se describe a continuación, no tenemos conocimiento de que ningún titular posea más del 5% de cualquier clase de nuestras acciones. En virtud de nuestros estatutos, solamente las acciones Clase B tienen derecho de voto pleno.

Titularidad del Capital Accionario al 30 de mayo de 2008

	<u>Acciones Serie B⁽¹⁾</u>		<u>Acciones Serie D-B⁽²⁾</u>		<u>Acciones Serie D-L⁽³⁾</u>		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	
Accionista							
Comité Técnico y Participantes del Fideicomiso de Voto ⁽⁴⁾	6,914,592,885	74.78%	0	0%	0	0%	38.65%

⁽¹⁾ Al 30 de mayo de 2008, había 9,246,420,270 Acciones Serie B en circulación.

⁽²⁾ Al 30 de mayo de 2008, había 4,322,355,540 Acciones Serie D-B en circulación.

⁽³⁾ Al 30 de mayo de 2008, 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), la sucesión de Eugenio Garza Lagüera, Paulina Garza de Lagüera Gonda, Bárbara Garza de Braniff, 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 sucesión de Eugenio 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).

Al 30 de mayo de 2008, había 296 tenedores registrados de ADSs en los Estados Unidos, los cuales representaban aproximadamente 69.9% 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 el *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 (el “Fideicomiso” o el “Fideicomiso de Voto”), quienes son nuestros principales accionistas, acordaron en abril de 1998 depositar la mayoría de sus acciones (los “Activos del Fideicomiso”) de FEMSA en el Fideicomiso de Voto, y subsecuentemente formalizaron un convenio modificatorio de fecha 8 de agosto de 2005, sustituyeron al fiduciario y designaron a Banco Invex, S.A. como nuevo fiduciario del Fideicomiso de Voto. El objeto principal del Fideicomiso de Voto es permitir que se voten los Activos del Fideicomiso como un bloque, de acuerdo con las instrucciones del comité técnico del Fideicomiso de Voto (el “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 los Activos del Fideicomiso de cada uno de dichos grupos) corresponde al número de votos que dicho grupo del Fideicomiso posee en el Comité Técnico. Gran parte de los asuntos se deciden por simple mayoría de los Activos del Fideicomiso.

Los participantes del Fideicomiso aceptaron ciertas restricciones a la transferencia de Activos del Fideicomiso. El Fideicomiso de Voto es irrevocable, por un término que finalizará el 31 de mayo del 2013 (sujeto a renovaciones adicionales de cinco años), y durante dicho término, los participantes del Fideicomiso pueden transferir los Activos del Fideicomiso a sus cónyuges y familiares directos y 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 preferencial a 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 Auditoría.

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, quien también es Consejero de FEMSA, son consejeros. Llevamos a cabo pago de intereses a favor de BBVA Bancomer respecto de estas transacciones de Ps. 305 millones, Ps. 257 millones y Ps. 253 millones al 31 de diciembre de los años 2007, 2006 y 2005, respectivamente. El monto total adeudado a BBVA Bancomer al 31 de diciembre del 2007 y 2006 fue de Ps. 1,717 millones y Ps. 1,776 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 nominales fue de aproximadamente Ps. 31 millones, Ps. 41 millones y Ps. 54 millones en los años 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

FEMSA Comercio, en el curso ordinario de sus operaciones, compró Ps. 1,324 millones, Ps. 1,034 millones y Ps. 950 millones en los años 2007, 2006 y 2005, respectivamente en productos horneados y golosinas para sus tiendas de subsidiarias de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V., de la cual Roberto Servitje, un consejero de FEMSA, es el Presidente de su consejo de administración. Adicionalmente, FEMSA Comercio compró Ps. 1,064 millones, Ps. 775 millones y Ps. 628 millones en 2007, 2006 y 2005, 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 de BAT México. 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, Ricardo Guajardo Touché y Lorenzo H. Zambrano, quienes son consejeros de FEMSA, y Eva Garza de Fernández, quien es consejera suplente 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.

Operaciones Comerciales entre Coca-Cola FEMSA y 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. 12,239 millones, Ps. 10,322 millones y Ps. 9,112 millones en 2007, 2006 y 2005, 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 equipo de refrigeración de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA recibió contribuciones para sus gastos de mercadotecnia, que incluyen el programa de inversión en equipo de refrigeración, por Ps. 1,582 millones, Ps. 1,261 millones y Ps. 1,098 millones en 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

En diciembre del 2007 y mayo del 2008, Coca-Cola FEMSA vendió ciertas marcas de su propiedad a The Coca-Cola Company. Estas marcas están siendo actualmente licenciadas a Coca-Cola FEMSA por The Coca-Cola Company.

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 manifestaron 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 S.A.P.I. de C.V., una compañía mexicana conjuntamente propiedad de Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones, representando el 100% del capital social de Jugos del Valle por \$370 millones de dólares (Ps. 4,020 millones) pagados en efectivo, asumiendo pasivos de \$86 millones de dólares (Ps. 934 millones).

PUNTO 8. INFORMACIÓN FINANCIERA

Información Financiera Consolidada

Ver páginas F-1 a F-40, 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 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 negativo significativo 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, como resultado de denuncias presentadas por PepsiCo y algunos de sus embotelladores en México, inició una investigación en contra de The Coca-Cola Company y sus embotelladores. Más adelante en el 2002, la Comisión Federal de Competencia determinó que los embotelladores de The Coca-Cola Company incurrieron en prácticas monopólicas a través de acuerdos de exclusividad con detallistas. La Comisión Federal de Competencia no impuso multa alguna, pero ordenó a los embotelladores de The Coca-Cola Company, incluyendo a ciertas subsidiarias mexicanas de Coca-Cola FEMSA, a abstenerse de celebrar cualquier tipo de acuerdo de exclusividad con detallistas que vendan refrescos en botellas de 2.0 litros. Coca-Cola FEMSA, junto con otros embotelladores de *Coca-Cola*, se inconformaron con la resolución emitida en el 2002 con un recurso de reconsideración presentado ante la Comisión Federal de Competencia. La Comisión Federal de Competencia confirmó su determinación original emitiendo una resolución en el mismo sentido en julio del 2002. Coca-Cola FEMSA y sus subsidiarias mexicanas, posteriormente apelaron tal resolución ante el poder judicial federal por medio de varios juicios de amparo y obtuvieron sentencias definitivas favorables no sujetas a revisión. Bajo dichos fallos, la resolución de la Comisión Federal de Competencia fue anulada y se ordenó a dicha Comisión emitir una nueva resolución.

El caso estuvo inactivo hasta mayo del 2005, cuando la Comisión Federal de Competencia ordenó reanudar el proceso. En dicho procedimiento, la Comisión Federal de Competencia determinó, como en su primera resolución, que los embotelladores de The Coca-Cola Company incurrieron en prácticas monopólicas y (1) ordenó la suspensión inmediata de dichas prácticas de presuntos acuerdos de exclusividad e (2) impuso una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones a cada una de las seis compañías subsidiarias investigadas.

Coca-Cola FEMSA interpuso juicios de amparo respecto a los procedimientos de esta resolución ante un juzgado de distrito, quien emitió una resolución en su favor, la cual garantiza protección en contra de la determinación de la Comisión Federal de Competencia. La Comisión Federal de Competencia y los demandantes apelaron dicha orden ante el Tribunal Colegiado de Circuito, el cual turnó el caso a la Suprema Corte de Justicia de la Nación para que emita resolución final sobre este tema basado en cuestiones constitucionales. La Suprema Corte de Justicia de la Nación emitió una decisión y envió el caso de regreso al Tribunal Colegiado de Circuito. En mayo del 2008, el Tribunal Colegiado de Circuito emitió resolución final en contra de dos de las compañías subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, imponiendo una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones a cada compañía. Coca-Cola FEMSA está en espera de la resolución final para las otras cuatro subsidiarias restantes.

En marzo del 2003, en un proceso distinto, la Comisión Federal de Competencia inició una investigación a The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA y a otros embotelladores de *Coca-Cola* en virtud de denuncias presentadas por detallistas y Ajemex, S.A. de C.V. (Big Cola). En septiembre del 2003, la Comisión Federal de Competencia solicitó a embotelladores de Coca-Cola, incluyendo a subsidiarias mexicanas de Coca-Cola FEMSA, proporcionar información.

Coca-Cola FEMSA promovió juicios de amparo, y los tribunales federales mexicanos emitieron una sentencia definitiva resolviendo que el requerimiento de información de la Comisión Federal de Competencia era inconstitucional. Sin embargo, el agosto del 2004, como resultado de una investigación de la Comisión Federal de Competencia, ésta emitió oficios de presunta responsabilidad afirmando que Coca-Cola FEMSA y sus subsidiarias operativas en México, así como otros embotelladores, incurrieron en prácticas monopólicas y solicitó información adicionales. Coca-Cola FEMSA respondió a los oficios de presunta responsabilidad ofreciendo cierta evidencia, incluyendo reportes de expertos, los cuales fueron rechazados por la Comisión Federal de Competencia.

La Comisión Federal de Competencia subsecuentemente emitió una nueva orden requiriendo información de mercado. Coca-Cola FEMSA impugnó este requerimiento ante el juzgado de distrito interponiendo juicios de amparo. La Comisión Federal de Competencia inició el periodo para presentar alegatos, durante el cual Coca-Cola FEMSA presentó los alegatos relevantes. La Comisión Federal de Competencia emitió una resolución, en donde determinaba que ciertas subsidiarias de Coca-Cola FEMSA incurrieron en prácticas anticompetitivas y (1) ordenó la suspensión inmediata de tales prácticas de presuntos acuerdos de exclusividad y acuerdos condicionados y (2) impuso una multa de aproximadamente Ps. 10.5 millones a cada una de las seis compañías subsidiarias investigadas.

Las compañías investigadas presentaron una apelación ante la Comisión Federal de Competencia de México, la cual confirmó la resolución previa. Coca-Cola FEMSA interpuso un amparo objetando dicho fallo y el juzgado emitió un fallo en contra de Coca-Cola FEMSA. Coca-Cola FEMSA apeló esta sentencia ante el Tribunal Colegiado de Circuito, quien turnó el caso a la Suprema Corte de Justicia de la Nación para que rinda una resolución final basada en cuestiones constitucionales. La Suprema Corte de Justicia de la Nación rindió una decisión y envió el caso de regreso al Tribunal Colegiado de Circuito. En junio del 2008, Coca-Cola FEMSA fue informado que una resolución final adversa emitida por el Tribunal Colegiado de Circuito en contra de las seis compañías subsidiarias de Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola FEMSA aun no ha recibido el texto de la resolución.

Centroamérica

Asuntos de competencia en Costa Rica. Durante agosto del 2001, la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica, a la cual nos referiremos como Comisión de Competencia de Costa Rica, de conformidad con una denuncia presentada por PepsiCo y su embotellador en Costa Rica inició una investigación sobre las prácticas comerciales de The Coca-Cola Company y la subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica por presuntas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas, incluyendo ventas obtenidas por medio de contratos de exclusividad. En julio del 2004 la Comisión de Competencia de Costa Rica emitió una resolución que determinó que la Coca-Cola FEMSA incurrió en prácticas monopólicas respecto de acuerdos de exclusividad, de precio y el compartir los equipos de refrigeración 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., embotellador de Big Cola en Costa Rica, entabló una demanda ante la Comisión para Promover la Competencia en Costa Rica con base en supuestas prácticas monopólicas en el canal de distribución a detallistas por medio de la implantación de contratos de exclusividad contra The Coca-Cola Company y una subsidiaria de Coca-Cola FEMSA en Costa Rica. La Comisión para Promover la Competencia en 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 se encuentra a la espera de la resolución final de la Comisión de Competencia de Costa Rica, la cual se ha retrasado desde que uno de los magistrados ha sido cambiado.

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 Sureste 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 sanciones, daños punitivos 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 determinados 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 actuales ascienden a la cantidad aproximada de \$17 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 del acuerdo de esta demanda, 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 expedido. Coca-Cola FEMSA ha acordado voluntariamente participar en este proceso de discusiones en curso.

Brasil

Asuntos de competencia. Varias denuncias han sido presentadas en contra de Coca-Cola FEMSA por entidades privadas, las cuales están pendientes de resolución por parte la Secretaría de Derecho y Economía que suponen 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. Bajo las leyes brasileñas, cada una de estas denuncias pudiera generar multas sustanciales, así como otras penalidades. Consideramos que estas demandas son infundadas y pretendemos defendernos en estos procedimientos.

FEMSA Cerveza

Asuntos de competencia. En junio de 2003, la Comisión Federal de Competencia anunció su intención de iniciar una investigación sobre la supuesta práctica de la industria cervecera de celebrar convenios de exclusividad con sus clientes. FEMSA Cerveza, entre otras cerveceras, recibió un requerimiento de información por parte de la Comisión Federal de Competencia e interpuso varios procedimientos de amparo impugnando la legalidad de las acciones de la Comisión Federal de Competencia. Hasta el momento, los tribunales federales han decidido en todos estos procesos, encontrando que dichos requerimientos carecen de sustento legal válido. A la fecha del presente informe anual, la Comisión Federal de Competencia no ha concluido formalmente su investigación, ni ha determinado que FEMSA Cerveza se ha comportado de manera ilegal. En junio del 2008 expiró el periodo de prescripción para la acción por parte de la Comisión Federal de Competencia. Sin embargo, FEMSA Cerveza no puede asegurar que cualquier acción tomada como resultado de esta investigación no afectará negativamente las operaciones de FEMSA Cerveza en el futuro.

En agosto de 2004, la Comisión Federal de Competencia anunció el inicio de una investigación sobre las prácticas de la industria de la cerveza relativas a acuerdos de exclusividad en general. Nosotros y FEMSA Cerveza, entre otras compañías, recibimos requerimientos de información por parte de la Comisión Federal de Competencia en septiembre de 2004. En octubre de 2004, nosotros y FEMSA Cerveza interpusimos juicios de amparo ante los juzgados federales de distrito competentes para impugnar los motivos de la investigación y el requerimiento de información por parte de la Comisión Federal de Competencia. Concluyendo que nosotros y FEMSA Cerveza injustificadamente incumplimos en proporcionar la información y documentación solicitada, la Comisión Federal de Competencia interpuso una multa monetaria a nosotros y FEMSA Cerveza, quienes recurrimos dicha resolución.

En octubre de 2005, sin embargo, y como resultado de su investigación, la Comisión Federal de Competencia emitió un Oficio de Presunta Responsabilidad señalando que FEMSA y FEMSA Cerveza llevaron a cabo presuntas prácticas monopólicas. FEMSA y FEMSA Cerveza han presentado sus respectivas contestaciones a dicho oficio, y los

procedimientos siguen en marcha. En junio del 2007, la Comisión Federal de Competencia cerró su investigación y emitió resolución a favor de FEMSA y FEMSA Cerveza.

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, a falta de acción futura de nuestros accionistas, la estructura de unidades vinculadas para nuestras acciones que ha existido desde mayo de 1998 y de 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 la unidad B continuarán existiendo; y
- el dividendo preferencial de las Acciones de las Series D-B y D-L del 125% de cualquier cantidad distribuida respecto a las Acciones Serie B continuará existiendo.

En el siguiente cuadro se incluye información sobre nuestro capital accionario al 30 de mayo de 2008:

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	1,417,048,500	39.6	76.6
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 *The New York Stock Exchange* 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 corporación, cuyos accionistas son 33 casas de bolsa, que son las únicas autorizadas para hacer la compra y venta de acciones en este mercado. 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, S.A. de C.V., Instituto para el Depósito de Valores, una institución de depósito de valores privada que actúa como cámara de compensación para las transacciones de la Bolsa Mexicana de Valores.

Precios Históricos

La siguiente tabla establece, para los periodos indicados, los precios de venta altos, bajos y de cierre, y el promedio de los volúmenes negociados diariamente de las Unidades B y Unidades BD en la Bolsa Mexicana de Valores, y los precios de venta altos, bajos y de cierre, y los volúmenes negociados promedio diarios para los ADSs de la Bolsa de Valores de Nueva York.

Unidades B⁽¹⁾

	Pesos Nominales				Cierre US\$⁽⁴⁾	Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo⁽²⁾	Mínimo⁽²⁾	Cierre⁽³⁾	Tipo de Cambio		
2003	13.63	11.23	12.90	11.24	1.15	6,833
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						
Primer Trimestre	30.00	23.00	30.00	10.90	2.75	644,887
Segundo Trimestre	34.03	30.67	30.67	11.29	2.72	242,022
Tercer Trimestre	33.33	30.33	33.33	10.98	3.04	2,476
Cuarto Trimestre	33.67	32.17	33.33	10.80	3.09	3,742
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
Octubre	37.80	37.80	37.80	10.70	3.53	100
Noviembre	37.80	31.79	31.79	10.90	2.92	5,038
Diciembre	37.00	33.68	37.00	10.92	3.39	2,191
2008						
Primer Trimestre	41.95	32.00	41.94	10.63	3.95	692
Enero	41.00	32.00	33.00	10.82	3.05	771
Febrero	41.95	37.00	41.95	10.73	3.91	2,800
Marzo	41.94	41.94	41.94	10.63	3.95	200
Abril	46.00	44.99	44.99	10.51	4.28	1,006
Mayo	45.00	40.00	40.00	10.33	3.87	79,447
Junio ⁽⁵⁾	40.00	40.00	40.00	10.37	3.86	3,025

⁽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 (US\$) 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* en tal fecha.

⁽⁵⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2008.

Unidades BD⁽¹⁾

	Pesos Nominales				Cierre US\$⁽⁴⁾	Promedio de Volumen Diario (Unidades)
	Máximo⁽²⁾	Mínimo⁽²⁾	Cierre⁽³⁾	Tipo de Cambio		
2003	14.89	11.17	13.83	11.24	1.23	3,033,155
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						
Primer Trimestre	33.57	25.69	33.15	10.90	3.04	2,549,119
Segundo Trimestre	35.36	27.91	31.64	11.29	2.80	2,635,345
Tercer Trimestre	36.44	29.53	35.59	10.98	3.24	1,793,562
Cuarto Trimestre	42.25	34.20	41.72	10.80	3.86	2,526,820
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
Octubre	42.42	37.45	37.45	10.70	3.50	2,688,461
Noviembre	36.85	32.73	35.19	10.90	3.23	3,204,045
Diciembre	42.00	35.04	41.70	10.92	3.82	2,415,932
2008						
Primer Trimestre	46.53	36.13	44.77	10.63	4.21	3,197,835
Enero	41.80	36.13	39.07	10.82	3.61	3,326,586
Febrero	46.53	40.10	42.71	10.73	3.98	3,516,495
Marzo	44.77	41.93	44.77	10.63	4.21	2,686,406
Abril	47.40	44.92	45.80	10.51	4.36	3,462,336
Mayo	49.19	45.50	48.53	10.33	4.70	2,645,010
Junio ⁽⁵⁾	47.93	43.62	45.57	10.37	4.40	3,543,140

⁽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 (US\$) 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* en tal fecha.

⁽⁵⁾ Información del 1° al 15 de junio de 2008.

	ADSs ⁽¹⁾			
	Dólares			Promedio de Volumen Diario (ADSs)
	Máximo ⁽²⁾	Mínimo ⁽²⁾	Cierre ⁽³⁾	
2003	14.04	10.22	12.29	750,425
2004	17.64	12.34	17.54	846,888
2005	24.58	16.97	24.17	986,032
2006				
Primer Trimestre	30.65	24.85	30.55	1,067,163
Segundo Trimestre	32.33	24.41	27.91	1,592,433
Tercer Trimestre	33.30	26.89	32.31	1,054,114
Cuarto Trimestre	39.17	31.78	38.59	984,757
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
Octubre	39.27	34.90	35.61	1,275,323
Noviembre	34.65	29.96	32.40	1,340,079
Diciembre	38.42	32.25	38.17	1,066,591
2008				
Primer Trimestre	43.35	33.37	41.78	1,173,074
Enero	38.24	33.37	35.98	1,325,635
Febrero	43.35	37.07	40.00	1,390,375
Marzo	41.78	38.54	41.78	795,585
Abril	47.40	44.92	45.80	3,462,336
Mayo	47.48	43.70	47.05	1,058,520
Junio ⁽⁴⁾	46.37	41.88	44.08	1,230,483

⁽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 2008.

PUNTO 10. INFORMACIÓN ADICIONAL

Estatutos

A continuación se incluye un breve 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 nuevo Comité de Prácticas Societarias y el Comité de Auditoría, así como por nuestro auditor externo;
- posibilidad en beneficio 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. El 5 de diciembre de 2006, de conformidad con la nueva Ley del Mercado de Valores, cambiamos nuestra denominación social para reflejarnos como una sociedad anónima bursátil de capital variable, mientras que anteriormente las denominaciones sociales en México, incluyendo la nuestra, no indicaban si una compañía se encontraba listada en la bolsa. La Compañía fue inscrita en el registro público de comercio de Monterrey, N. L. el 30 de mayo de 1936 bajo el número 16, 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-B y D-L 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-B y D-L 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 FEMSA, distinta a la transformación de sociedad anónima de capital variable a sociedad anónima y viceversa; (2) fusión con otra sociedad, si FEMSA 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-B y Acciones Serie D-L 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 bis 228 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, en el Artículo 53 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 incluidas en las Unidades BD o Unidades B) y a votar sobre cuestiones que están sujetas a los votos de los accionistas de las acciones subyacentes.

El quórum para una asamblea ordinaria de Acciones Serie B 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 FEMSA 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 FEMSA 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% del capital de FEMSA. 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 FEMSA. 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.

Los montos asignados como dividendos serán pagados a los accionistas de nuestra Compañía en la forma siguiente. 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 y Derechos de Retiro

Las acciones de capital en circulación de FEMSA 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 FEMSA 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 FEMSA 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 FEMSA 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

Excepto en circunstancias limitadas por la ley mexicana, 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 FEMSA 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 FEMSA, 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 FEMSA tenedores de Unidades UBD y Unidades UB (1) serán considerados mexicanos con 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 FEMSA, 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 cualesquier derechos 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 FEMSA 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 FEMSA 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 FEMSA 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 FEMSA de acuerdo con el último balance general de FEMSA, 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, al contrario de la ley del mercado de valores anterior, 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 abstenerse de 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 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 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 de 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 lo contrario es verdad. Si se le considera a una persona moral o un individuo tener un establecimiento permanente en México para efectos fiscales, todos los impuestos sobre la renta atribuibles al establecimiento permanente estarán sujetos a los impuestos mexicanos, de acuerdo con las leyes fiscales aplicables.

Impuestos sobre Dividendos. Bajo las leyes mexicanas del impuesto sobre la renta, los dividendos, ya sea en efectivo o en cualquier tipo, pagados respecto a nuestras acciones representadas por nuestros ADS no están sujetos a la retención del impuesto mexicano.

Impuestos sobre las Disposiciones de ADS. Las ganancias provenientes de la venta o disposición de ADS por los tenedores no-residentes no estarán sujetas al impuesto mexicano, si la disposición es llevada a cabo a través de una bolsa de valores reconocida bajo las leyes fiscales mexicanas aplicables.

Ganancias por la venta o disposición de ADS realizadas en circunstancias diferentes a aquellas establecidas en el párrafo anterior generalmente estarán sujetas al impuesto mexicano, sin importar la nacionalidad o residencia del transmisor. Sin embargo, bajo el Tratado sobre Tributación, un tenedor que es capaz de reclamar los beneficios del Tratado sobre Tributación, será exento del impuesto mexicano sobre las ganancias producto de una venta o de otra disposición de nuestros ADS en una transacción que no sea llevada a cabo a través de nuestra Bolsa Mexicana de Valores o cualquier otro mercado de valores aprobado, en tanto el tenedor no sea propietario, directa o indirectamente, del 25% o mas del capital social (incluyendo acciones representadas por nuestros ADS) dentro de un periodo de 12 meses precedente a dicha venta o disposición. Los depósitos de acciones a cambio de ADS y retiros de acciones a cambio de nuestros ADS no ocasionarán impuesto mexicano.

Otros impuestos mexicanos. No existen impuestos mexicanos sobre herencia, donación, sucesión o impuesto al valor agregado a la propiedad, transferencia, intercambio o disposición de nuestros ADS. No existe sello, emisión, registro o impuestos similares o aranceles pagables por los tenedores de nuestros ADS.

Tributación en Estados Unidos

Impuestos sobre Dividendos. El importe bruto de cualquier dividendo pagado con respecto a nuestras acciones representativas de nuestros ADS generalmente será incluido en el ingreso bruto de un tenedor estadounidense como un ingreso ordinario en el día en que los dividendos son recibidos por el depositario de ADS y no será elegible para la deducción de dividendos recibidos permitida a las corporaciones bajo el *Internal Revenue Code of 1986* (Código de Hacienda Pública de 1986), vigente. Los dividendos, los cuales serán pagados en pesos mexicanos, serán incluidos en el ingreso del tenedor estadounidense en la cantidad calculada en dólares estadounidenses, en general, en referencia a la tasa de cambio vigente en la fecha de recepción por parte del depositario de los ADS (a pesar de que dichos pesos mexicanos sean o no en realidad convertidos en dólares estadounidenses en tal fecha). Si dichos dividendos son convertidos en dólares estadounidenses en la fecha recibida, un tenedor estadounidense generalmente no necesitará reconocer pérdida o ganancia en la divisa extranjera respecto a los dividendos. Los tenedores estadounidenses deberán consultar a sus asesores fiscales respecto al trato de ganancia o pérdida de la divisa extranjera, en caso de que exista, en cualquier cantidad en pesos mexicanos recibida que sean convertidas en dólares estadounidenses en una fecha subsecuente de la fecha de recepción. Sujeto a ciertas excepciones por posiciones de corto plazo y cobertura, el dólar estadounidense de dividendos recibido por un individuo tenedor estadounidense respecto de los ADS por ejercicios fiscales comenzando anteriormente al 1° de enero de 2011 está sujeto a tributación en una tasa máxima del 15% si los dividendos son “dividendos calificados”. Dividendos pagados por los ADS serán tratados como dividendos calificados si (1) calificamos para los beneficios de un tratado del impuesto sobre la renta completo con los Estados Unidos de América que el *Internal Revenue Service* (Servicio de Hacienda Pública) haya aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados y (2) no hayamos sido, en el año anterior al año en que el dividendo fue pagado, y no somos, en el año en el cual el dividendo es pagado, una compañía de inversión extranjera pasiva. El tratado del impuesto sobre la renta entre México y Estados Unidos de América fue aprobado para efectos de las reglas de dividendos calificados. En base a nuestros estados de resultados consolidados auditados e información relevante del mercado y de los accionistas, creemos que no somos considerados como una compañía de

inversión extranjera pasiva para los efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense respecto a nuestro año fiscal 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 fueren retenidos por más de un año de la fecha de dicha venta. Cualquiera de las ganancias a largo plazo reconocida por un tenedor estadounidense que sea una persona física está sujeta a la tasa reducida del impuesto sobre la renta. La deducción de pérdida de capital está sujeta a las limitaciones por efectos de impuesto federal sobre la renta estadounidense. Los depósitos y retiros de acciones por un tenedor estadounidense en canje por ADS no resultarán en la obtención de ganancias o pérdidas para efectos del impuesto federal sobre la renta estadounidense.

Cualquier ganancia realizada por un tenedor estadounidense en una venta u otra disposición de ADS será tratada como una fuente de ingreso para efectos del crédito fiscal extranjero estadounidense.

Un tenedor no-estadounidense de los ADS no estará sujeto a la retención o al impuesto federal sobre la renta estadounidense en cualquier ganancia obtenida en una venta de ADS, excepto (1) si dicha ganancia está directamente relacionada con la conducción, por parte de un tenedor no-estadounidense, de una operación comercial o negocio en los Estados Unidos de América, o (2) en caso de una ganancia obtenida por un individuo tenedor no-estadounidense quien se encuentre presente en los Estados Unidos de América por 183 días o más del año fiscal de la venta y otras ciertas condiciones se cumplan.

Retención preventiva y Reportes de Información en los EUA. Un tenedor estadounidense de ADS podrá, bajo ciertas circunstancias, estar sujeto a “retención preventiva” respecto a ciertos pagos a dicho tenedor estadounidense, tales como dividendos, intereses o las ganancias por una venta o disposición de ADS, excepto que dicho tenedor (1) sea una corporación o si es está incluido en ciertas categorías de exención, y demuestra este hecho cuando sea necesario o (2) proporcione un número correcto de identificación fiscal, certifica que no está sujeto a alguna retención o que de otro modo cumple con los requerimientos aplicables con las reglas de retención preventiva. Cualquier cantidad retenida bajo estas reglas no constituye un impuesto por separado y será acreditable contra pasivo fiscal del impuesto sobre la renta estadounidense del tenedor. Mientras los tenedores no-estadounidenses generalmente están exentos de la retención preventiva, un tenedor no-estadounidense podría, bajo ciertas circunstancias, ser requerido para cumplir con ciertos procedimientos de información e identificación a fin de probar esta exención.

Contratos Principales

Nosotros y nuestras subsidiarias hemos celebrado diversos contratos 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.

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 la incidencia concentrada de precios 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.
- The Coca-Cola Company podrá requerir el establecimiento de una estrategia a largo plazo distinta para Brasil. Si, después de tomar en cuenta el funcionamiento de Coca-Cola FEMSA en Brasil, The Coca-Cola Company no considera a Coca-Cola FEMSA para ser parte de esta solución estratégica a largo plazo para Brasil, entonces Coca-Cola FEMSA venderá su franquicia Brasileña a The Coca-Cola Company o a quien ésta designe a un valor justo de mercado. El valor justo de mercado sería determinado por una casa de bolsa independiente de cada una de las partes, a su propio costo, de conformidad con los procedimientos especificados.
- 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 esta reunión, 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 expira en diciembre del 2006.

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 nuevo marco de cooperación para iniciar una nueva etapa de colaboración para el futuro. El nuevo 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 está estructurado sobre tres objetivos principales:

- *Crecimiento sostenible en refrescos y el portafolio de bebidas no carbonatadas:* Junto con The Coca-Cola Company, Coca-Cola FEMSA ha definido una plataforma para conjuntamente conseguir orgánicamente y mediante adquisiciones, el crecimiento incremental de la categoría de refrescos, así como acelerar el desarrollo del portafolio de bebidas no carbonatadas a través de Latinoamérica. A este punto, The Coca-Cola Company proporcionará una porción relevante de los fondos derivados por el incremento de la incidencia en apoyo a mercadotecnia de los portafolios de refrescos y bebidas no carbonatadas. Adicionalmente, el nuevo marco contempla una nueva estructura de negocio para el desarrollo del segmento 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 refrescos 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 post-mix.

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 productos de refresco, 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 2007, 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 de su 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 2015 para dos de sus otros dos territorios, y son renovables en cada caso por términos de diez años. Los contratos de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá (otras bebidas) y Colombia vencieron el 30 de septiembre de 2008. Estos contratos de embotellador son renovables por mutuo 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 para las bebidas de la marca *Coca-Cola* para Venezuela vence el 30 de septiembre de 2008, basado en un acuerdo con el objeto principal de ejecución de una carta de extensión formal. El contrato de embotellador de Coca-Cola FEMSA para Brasil venció en diciembre de 2004. 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 continúan operando bajo 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 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 2007, nuestra deuda a largo plazo es de Ps. 36,582 millones, de los cuales el 32.2% de esta deuda se encuentra contratada a tasas de interés fijo y 67.8% 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 2007, 82.9% de nuestra deuda a largo plazo era a tasa fija y 17.1% 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 aumentaran consecuentemente.

La siguiente tabla muestra información acerca de nuestros instrumentos financieros que están sujetos a cambios en tasas de interés. 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 2007, más los spreads contratados con los pasivos. Los pagos actuales de los instrumentos 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 2007 la cual era de Ps. 10.8662 por dólar americano y Ps. 6.1346 por real brasileño.

La siguiente tabla también muestra el valor razonable estimado para el 31 de diciembre de 2007 de:

- Deuda de 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 2007.

Al 31 de diciembre de 2007, el valor razonable representa un pasivo adicional de Ps. 378 millones.

Deuda Principal por Año de Vencimiento

	Al 31 de diciembre de 2007							Al 31 de diciembre de 2006		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013 y años posteriores	Valor en Libros	Valor Razonable	Valor en Libros	Valor Razonable
(en millones de pesos mexicanos constantes)										
Deuda Largo Plazo:										
Deuda a tasa fija:										
Pesos mexicanos.....	50	640	2,200	280	1,916	2,508	7,594	7,779	5,848	6,144
Tasa de interés ⁽¹⁾	9.1%	9.1%	9.0%	8.7%	8.6%	7.7%	8.0%	–	9.8%	
Dólares americanos.....	594	3,332	20	–	–	–	3,946	4,103	4,113	4,118
Tasa de interés ⁽¹⁾	7.0%	7.2%	3.4%	–	–	–	7.0%	–	6.9%	
Yen japonés.....	156	74	–	–	–	–	230	230	191	191
Tasa de interés ⁽¹⁾	4.8%	2.8%	–	–	–	–	4.8%	–	5.8%	
Subtotal.....	800	4,046	2,220	280	1,916	2,508	11,770	12,112	10,152	10,453
Deuda a tasa variable:										
Pesos mexicanos.....	5,043	1,269	731	1,767	4,523	9,427	22,760	22,796	25,035	25,105
Tasa de interés ⁽¹⁾	8.2%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.1%	–	7.8%	
Dólares americanos.....	39	30	30	28	734	1,155	2,016	2,016	2,769	2,769
Tasa de interés ⁽¹⁾	5.2%	5.2%	5.1%	5.1%	5.1%	5.1%	5.2%	–	5.7%	
Reales brasileños.....	35	1	–	–	–	–	36	36	84	84
Tasa de interés ⁽¹⁾	8.7%	10.6%	–	–	–	–	8.7%	–	9.3%	–
Pesos colombianos.....	–	–	–	–	–	–	–	–	196	196
Tasa de interés ⁽¹⁾	–	–	–	–	–	–	–	–	9.3%	
Subtotal.....	5,117	1,300	761	1,795	5,257	10,582	24,812	24,848	28,084	28,154
Deuda Total.....	5,918	5,346	2,981	2,075	7,173	13,090	36,582	36,960	38,236	38,607

Instrumentos Financieros Derivados:

Swap de tasa de interés:

Pesos mexicanos:

Variable a fija.....	5,000	1,250	712	1,763	2,815	7,010	18,550	(324)	20,741	1,127
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	9.5%	9.5%	9.4%	9.4%	9.5%	10.3%	9.6%	–	9.5%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	8.0%	8.0%	7.9%	7.9%	7.8%	7.8%	7.9%	–	7.7%	

Swap de tipo de cambio:

Yen japonés a real brasileño

Fijo a variable.....	156	74	–	–	–	–	230	1	499	5
Tasa de interés de pago ⁽¹⁾	11.8%	11.8%	–	–	–	–	11.8%	–	13.9%	
Tasa de interés recibida ⁽¹⁾	4.8%	2.8%	–	–	–	–	4.8%	–	4.0%	

⁽¹⁾ Calculada con una tasa de interés promedio ponderada.

⁽²⁾ Tipo de cambio utilizado de 0.0054 pesos mexicanos o pesos colombianos

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. 83 millones, o 13.5% sobre el periodo de 12 meses del 2007, 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 2007, el porcentaje de nuestros ingresos totales consolidados estaban denominados como se muestra a continuación:

País	Moneda	% de los Ingresos Consolidados
México	Peso mexicano	69.4
Brasil	Real brasileño	10.9
Venezuela	Bolívar venezolano	6.6
Colombia	Peso colombiano	4.8
Argentina	Peso argentino	2.7
Estados Unidos	Dólar americano	2.3
Otros	Centroamérica	3.3

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 2007, incluyendo el efecto de los swaps de tipo de cambio y tasa de interés, 83.0% de nuestra deuda a largo plazo estaban denominadas en pesos mexicanos, 16.3% en dólares americanos y el restante 0.7% en reales brasileños. Tenemos deudas a corto plazo las cuales consisten en prestamos revolventes de bancos. La disminución en el valor de las diferentes monedas en relación al dólar, incrementará nuestros costos y gastos de operación denominados en dichas monedas, y las obligaciones del servicio de deuda con respecto a la deuda denominada en otras monedas. Una devaluación del peso mexicano respecto al dólar americano, resultará en una pérdida cambiaria, en función al incremento en el valor en pesos mexicanos del monto de nuestra deuda 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 2007, 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. 1,783 millones con un activo de valor razonable de Ps. 10 millones y vence en el 2008. Al 31 de diciembre de 2007, no se cuentan con efectos por contratos futuros que hayan expirado. En 2006, registramos en nuestro estado de ingresos consolidado, Ps. 2 millones como una pérdida cambiaria relacionada con los contratos futuros vencidos que cumplen con los criterios contables de cobertura. 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 2007, 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. 1,087 millones, vencieron en el 2008 y generaron una ganancia de Ps. 9 millones. Al 31 de diciembre de 2007 y 2006, el efecto neto de los contratos vencidos que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, fueron una ganancia de Ps. 13 millones y una pérdida 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 2007, 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. El valor de referencia de estos contratos futuros es Ps. 230 millones con vencimiento en el 2009. El valor razonable es estimado basándose en las tipos de cambio estimados del mercado y tasas de interés para terminar los contratos el 31 de diciembre de 2007 con un pasivo de

valor razonable de Ps. 39 millones. Para el 31 de diciembre de 2007 y 2006, el efecto neto en los contratos vencidos esta incluido en el gasto financiero y es por Ps. 37 millones y Ps. 72 millones, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2007, 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. 5,302 millones y con vencimiento en diciembre de 2017. El valor razonable de estos contratos representó una ganancia de Ps. 59 millones. Para el 31 de diciembre de 2007 y 2006, el efecto neto de los contratos vencidos esta incluido en el resultado integral de financiamiento como una ganancia de Ps. 5 millones y una pérdida de Ps. 3 millones, respectivamente.

Futuros y Swap de Tipo de Cambio

Al 31 de diciembre de 2007		Al 31 de diciembre de 2006	
Monto del Nocional	Valor Razonable	Monto del Nocional	Valor Razonable
(en millones de dólares americanos, millones de euros, millones de pesos mexicanos constantes y millones de yenes japoneses)			

Dólares americanos futuros:

Para cobertura del riesgo del peso mexicano

Tipo de cambio ponderado del peso mexicano por dólar

americano:.....

1,783 10 - -

Contratado.....

10.9986

Cotización en el mercado.....

10.8662

Euros futuros:

Para cobertura del riesgo del peso mexicano

Tipo de cambio ponderado del peso mexicano por euro:

- - € 2 Ps. 2

Contratado

13.0470

Cotización en el mercado.....

14.3303

Swaps de tipo de cambio y tasa de interés:

Para cobertura del riesgo del yen japonés

Tipo de cambio ponderado del yen japonés por real

brasileño:.....

¥ 1,639 Ps. (38) ¥ 4,267 Ps. (18)

Contratado.....

0.0183

Cotización en el mercado.....

0.0155

Para cobertura del riesgo del yen japonés

Tipo de cambio ponderado del yen japonés por real

brasileño:.....

¥ 777 Ps. (1) - -

Contratado.....

0.0161

Cotización en el mercado.....

0.0155

Al 31 de diciembre de 2007, hemos determinado que ciertos contratos de arrendamiento denominados en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. Al 31 de diciembre de 2007 y 2006, el valor razonable de estos contratos representaba 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 2007, produciría un aumento en nuestro resultado integral de financiamiento neto de aproximadamente Ps. 854 millones sobre el periodo de 12 meses de 2007, 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 2007. 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 del peso mexicano en relación con el dólar americano, ganancia la cual en posición monetaria hubiera reducido el resultado integral de financiamiento consolidado.

Al 30 de mayo de 2008, 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 2007, es como se muestra a continuación:

País	Moneda	Tipo de cambio al 30 de mayo de 2008	(Devaluación)/ Apreciación
México.....	Peso mexicano	10.3066	(5.1)%
Brasil.....	Real brasileño	1.6294	(8.0)%
Venezuela	Bolívar venezolano	2.1500	0.0%
Colombia	Peso colombiano	1,744.0100	(13.4)%
Argentina	Peso argentino	3.0978	(1.6)%
Costa Rica.....	Colón	570.6300	13.9%
Guatemala.....	Quetzal guatemalteco	7.4335	(2.6)%
Nicaragua.....	Córdoba	19.2899	2.0%
Panamá	Dólar americano	1.0000	–

En el caso hipotético instantáneo y desfavorable devaluación de 10% en el valor de las monedas de los países en los cuales operamos, en relación al dólar americano ocurriendo al 31 de diciembre de 2007, 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	2,696
Brasil	Real brasileño	682
Venezuela	Bolívar venezolano	230
Colombia	Peso colombiano	833
Costa Rica	Colón	199
Argentina.....	Peso argentino	65
Guatemala.....	Quetzal guatemalteco	64
Nicaragua	Córdoba	81
Panamá	Dólar americano	–

Riesgos Derivados del Capital

Al 31 de diciembre de 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. Al 31 de diciembre de 2007, se tienen diferentes contratos con vencimientos en el año 2010 y con un valor de referencia de Ps. 2,419 millones y un valor razonable registrado como un pasivo por Ps. 96 millones. El resultado de estos contratos para cubrir las materias primas al 31 de diciembre de 2007 y 2006 fueron unas pérdidas de Ps. 82 millones y Ps. 106 millones, respectivamente, las cuales fueron recoincidas en los resultados de operación de cada año. Al 31 de diciembre de 2007, 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. El valor razonable de estos contratos fue reconocido como una pérdida en la valuación ineffectiva de instrumentos financieros derivados y fue por Ps. 43 millones. 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 2007. 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 2007.

La efectividad de nuestro control interno sobre los estados financieros al 31 de diciembre de 2007 ha sido auditada por Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., miembro de Deloitte Touche Tohmatsu, 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 de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]*

(d) Cambios en el Control Interno sobre Información Financiera

Durante 2007 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 en México 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/inversionista/code_ethics.cfm. 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

La siguiente tabla resume los honorarios totales facturados a nosotros por Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., una firma miembro de Deloitte Touche Tohmatsu, y sus afiliadas como auditores principales, a quién nos referimos colectivamente como “Deloitte”, durante los ejercicios fiscales terminados en 31 de diciembre del 2007 y 2006:

	Año terminado al 31 de diciembre de	
	2007	2006
	(en millones de pesos mexicanos)	
Honorarios de Auditoría	Ps. 103	Ps. 106
Honorarios relacionados con Auditoría	13	10
Honorarios de Servicios Fiscales	9	5
Honorarios de Otros Conceptos	8	6
Total	<u>Ps. 133</u>	<u>Ps. 127</u>

Honorarios de Auditoría. Los Honorarios de Auditoría en la tabla anterior son los honorarios totales facturados por Deloitte en relación con la auditoría de nuestros estados financieros anuales, la revisión de nuestros estados financieros trimestrales, 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 2007 y 2006, son los honorarios totales facturados por Deloitte principalmente por servicios de due diligence.

Honorarios de Servicios Fiscales. Los honorarios en la tabla anterior son honorarios facturados por Deloitte 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. Como un porcentaje del total de los honorarios que nos facturan, honorarios de otros conceptos fue 6% en 2007.

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 2007 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—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	640,428	Ps. 187.55	–	–
Enero 16 a Febrero 5 de 2008	775,880	Ps. 193.46	–	–

PUNTO 17. NO APLICABLE

PUNTO 18. ESTADOS FINANCIEROS

Ver páginas F-1 a F-40, incorporadas al presente por referencia.

[Los estados financieros aquí presentados no contienen las notas relativas a US GAAP, debido a que no son requeridas por las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores vigentes.]

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. [El presente anexo se adjunta en su versión en español.]
- 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. 333-142469)).
- 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 Control Modificado entre ciertos accionistas principales de FEMSA junto con su traducción al inglés (incorporado por referencia al Anexo 13D de FEMSA modificado presentado el 11 de agosto de 2005 (Expediente No.005-54705)).
- 4.1. Convenio de Accionistas Modificado, de fecha 6 de julio de 2002, por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company e Inmex (incorporado por referencia al Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.2. Convenio Modificatorio del 6 de mayo de 2003 al Convenio de Accionistas Modificado de fecha 6 de julio de 2002 por y entre CIBSA, Emprex, The Coca-Cola Company, Inmex, Atlantic Industries, Dulux CBAI 2003 B.V. y Dulux CBEXINMX 2003 B.V. (incorporado por referencia al Anexo 4.14 del Reporte Anual de Coca-Cola FEMSA en la Forma 20-F presentado el 27 de junio de 2003 (Expediente No. 1-12260)).
- 4.3. 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 10 de junio de 2008, 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. Memorandum de Entendimiento, de fecha 11 de marzo de 2003, por y entre Panamco, como vendedor, y The Coca-Cola Company, como comprador (incorporado por referencia al Reporte Trimestral de Panamco en la Forma 10-Q para el período terminado el 31 de Marzo de 2003 (Expediente No. 1-12290)).
- 4.34. 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 10 de junio 2008 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 2008 (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 y Coca-Cola de Panamá, Compañía Embotelladora, S.A. en relación a las operaciones en Panamá (traducción al inglés) (incorporado por referencia al Anexo 4.14 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 10 de enero de 2008 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 2008 (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 10 de junio de 2008, 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 2008 (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)).
- 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 2008. [*El presente anexo no se incluye en la presente traducción por no ser requerida por las Disposiciones de Carácter General Aplicables las Emisoras de Valores, vigentes.*]
- 12.2. Certificación del Director de Finanzas según la Sección 302 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 30 de junio de 2008. [*El presente anexo no se incluye en la presente traducción por no ser requerida por las Disposiciones de Carácter General Aplicables las Emisoras de Valores, vigentes.*]
- 13.1. Certificación de Funcionario según la Sección 906 de la Ley Sarbanes-Oxley de 2002, de fecha 30 de junio de 2008. [*El presente anexo no se incluye en la presente traducción por no ser requerida por las Disposiciones de Carácter General Aplicables las Emisoras de Valores, vigentes.*]

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 30 de 2008

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

Por: /f/ Javier Astaburuaga Sanjines

Nombre: Javier Astaburuaga Sanjines

Cargo: Director de Finanzas

ESTATUTOS

ARTICULO 1o. DENOMINACIÓN. La sociedad se denomina “FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO”, debiendo ser seguida esta denominación de las palabras “SOCIEDAD ANÓNIMA BURSÁTIL DE CAPITAL VARIABLE” o de las iniciales “S.A.B. DE C.V.”

ARTICULO 2o. OBJETO SOCIAL. El objeto de la sociedad es:

- a). Constituir, promover y organizar toda clase de sociedades mercantiles o civiles; así como adquirir y poseer acciones o participaciones en las mismas;
- b). Adquirir, poseer y enajenar bonos, acciones, participaciones y valores de cualquier clase, hacer reportes, entrar en comandita y, en general, celebrar toda clase de operaciones activas o pasivas con dichos valores;
- c). Proporcionar o recibir servicios de asesoría, consultoría y otros servicios en materia industrial, contable, mercantil, financiera, legal, fiscal y cualquier otra materia relacionada con la promoción o manejo de sociedades;
- d). Adquirir, construir, fabricar, importar, disponer, exportar y, en general, negociar con toda clase de maquinaria, equipo, materias primas y cualesquiera otros elementos necesarios a su objeto social o para el de las empresas en la que tenga participación social o relación comercial;
- e). Solicitar, obtener, registrar, comprar, arrendar, ceder o en cualquier otra forma, disponer de y adquirir marcas, nombres comerciales, derechos de autor, patentes, invenciones y procesos;
- f). Adquirir, construir, tomar en arrendamiento o alquiler, o por cualquier otro título, poseer y operar los inmuebles y muebles necesarios o convenientes a su objeto, así como instalar o por cualquier otro título operar plantas, talleres, almacenes, expendios, bodegas o depósitos, así como los derechos reales necesarios a su objeto social;
- g). Girar, aceptar, suscribir, endosar o avalar títulos de crédito, emitir obligaciones con o sin garantía específica, constituirse en deudora solidaria así como otorgar garantías de cualquier clase, respecto a las obligaciones contraídas por la sociedad o por terceros;
- h). En general, ejecutar los actos, celebrar los contratos y realizar las demás operaciones que sean necesarias o conducentes al objeto de la sociedad.

ARTICULO 3o. DURACIÓN. La duración de la sociedad es de 99 (noventa y nueve) años, que empezaron a contarse el día 30 (treinta) de Mayo de 1936 (mil novecientos treinta y seis), fecha de inscripción de la escritura constitutiva en el Registro de Comercio y concluirá en consecuencia, en la misma fecha del año 2035 (dos mil treinta y cinco).

ARTICULO 4o. DOMICILIO. El domicilio de la sociedad será la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México, y no se entenderá cambiado si la sociedad establece agencias o sucursales en cualquier lugar de la República o del extranjero.

ARTICULO 5o. NACIONALIDAD. La sociedad es mexicana. Todo extranjero que en el acto de la constitución o en cualquier tiempo ulterior adquiriera un interés o participación social en la sociedad, se considerará por ese simple hecho como mexicano respecto de uno y otra, y se entenderá que conviene en no invocar la protección de su gobierno bajo la pena, en caso de faltar a su convenio, de perder dicho interés o participación en beneficio de la nación mexicana.

ARTICULO 6o. CAPITAL SOCIAL.

- a). El capital social es variable. El capital social mínimo fijo no sujeto a retiro, es de \$300'000,000.00 (trescientos millones de pesos moneda nacional). La parte variable del capital social es ilimitada. Todas las acciones serán nominativas, de libre suscripción y sin expresión de valor nominal.
- b). El capital social podrá estar representado por las siguientes series de acciones: (i) acciones serie “B”, ordinarias, que otorgan a sus tenedores derechos de voto sin restricción alguna; (ii) acciones serie “L” de voto limitado; y (iii) acciones serie “D”, de voto limitado, las cuales darán derecho a percibir un dividendo superior, no acumulativo, en los siguientes términos:

Mientras se encuentren en circulación, las acciones de la serie “D”, otorgarán a sus tenedores el derecho a recibir un dividendo superior, no acumulativo, equivalente a 125% (ciento veinticinco por ciento) del dividendo que se asigne para las acciones ordinarias serie “B”.

- c). Las acciones serie “B” en todo momento representarán por lo menos el 51% (cincuenta y un por ciento) del capital social; las acciones serie “L” podrán representar hasta el 25% (veinticinco por ciento) del capital social; y las acciones serie “D” en forma individual o conjuntamente con las acciones de la serie “L”, podrán representar hasta el 49% (cuarenta y nueve por ciento) del capital social. Las acciones serie “D” podrán dividirse en acciones subserie “D-L” hasta por un máximo del 25% (veinticinco por ciento) del capital social y en acciones subserie “D-B” por el resto de las acciones serie “D” en circulación.
- d). Los titulares de las acciones serie “D” y “L” sólo tendrán derecho de voto en las asambleas extraordinarias que se reúnan para tratar los siguientes asuntos: (i) transformación de la sociedad, distinta a la transformación de sociedad anónima bursátil de capital variable a sociedad anónima bursátil o viceversa; (ii) fusión con otra sociedad, en carácter de fusionada, o fusión con otra u otras sociedades en carácter de fusionante, cuando el objeto principal de la o las fusionadas no esté relacionado o conexo con el de la sociedad o sus subsidiarias; (iii) cambio de nacionalidad de la sociedad; (iv) disolución o liquidación de la sociedad; y (v) la cancelación de la inscripción de las acciones series “D” y “L” que emita la sociedad, en la Sección de Valores del Registro Nacional de Valores y en las bolsas de valores nacionales o extranjeras, en las cuales se encuentren inscritas, salvo que se trate de la cancelación de la inscripción de las acciones serie “D” como consecuencia de la conversión de dichas acciones conforme a estos estatutos. Los titulares de acciones serie “D” y/o “L” tendrán derecho de designar consejeros conforme a lo señalado en el artículo 25o. de estos estatutos sociales.

Los titulares de acciones serie “D” y “L” también podrán votar en las asambleas extraordinarias que se reúnan para tratar los asuntos establecidos en los incisos f) y g) del artículo 6º de estos estatutos.

Los titulares de las acciones Serie “D” y “L” también podrán votar en los asuntos que expresamente autorice la Ley del Mercado de Valores.

Los titulares de acciones series “D” y “L” por ningún título tendrán la facultad de determinar el manejo de la sociedad, ni tendrán otros derechos que los que expresamente se les confiere de acuerdo con este artículo 6o.

- e). La sociedad podrá emitir acciones con la característica de estar integradas en unidades vinculadas. Las unidades vinculadas podrán amparar: (i) 5 (cinco) acciones serie “B” o sus múltiplos y que serán denominadas en estos estatutos como “unidades B”; (ii) 1 (una) acción serie “B” y 2 acciones serie “D” subserie “D-L” y 2 acciones serie “D” subserie “D-B” o sus múltiplos y que serán denominadas en estos estatutos como “unidades BD”; o (iii) cualquiera otra combinación de acciones que decidan sus accionistas conforme a estos estatutos.

Las acciones que emita la sociedad con la característica de estar integradas en unidades vinculadas, sólo podrán circular, venderse, transmitirse, cederse, pignorarse, o enajenarse por cualquier título, en la forma de las unidades vinculadas que las integren.

- f). Mediante asamblea extraordinaria de accionistas que se reúna conforme a lo que se establece en el inciso c) del artículo 22o de estos estatutos, los accionistas de la sociedad podrán acordar que la totalidad de las acciones serie “D” que se encuentren en circulación, sean convertidas en acciones serie “L” de voto limitado y en acciones serie “B” ordinarias, como sigue: las acciones de la subserie “D-L” se convertirían en acciones serie “L” y las acciones de la subserie “D-B”, se convertirían en acciones ordinarias serie “B”. Una vez que las acciones serie “D”, subserie “D-L” y subserie “D-B” sean convertidas, el capital social de la sociedad estará representado por acciones ordinarias serie “B”, las cuales representarán cuando menos el 75% del capital social y en acciones de voto limitado serie “L”, las cuales podrán representar hasta el 25% del capital social de la sociedad.

La conversión de las acciones serie “D”, subserie “D-L” en acciones serie “L” y de las acciones serie “D”, subserie “D-B”, en acciones ordinarias serie “B” será efectiva al transcurrir un plazo de 2 (dos) años contados a partir de la fecha en la que los accionistas de la sociedad hubieran acordado su conversión, conforme al párrafo anterior.

- g). Mediante asamblea extraordinaria de accionistas que se reúna conforme a lo que se establece en el inciso c) del artículo 22o de estos estatutos, los accionistas de la sociedad podrán acordar la desvinculación de sus acciones para ser canjeadas por los títulos correspondientes que amparen las acciones integradas en dichas unidades vinculadas.

La desvinculación será efectiva al transcurrir un plazo de 2 (dos) años contados a partir de la fecha en la que los accionistas de la sociedad hubieran acordado su desvinculación, conforme al párrafo anterior.

ARTICULO 7o. EMISIÓN DE ACCIONES DE VOTO LIMITADO. Las acciones de voto limitado, de las denominadas en estos estatutos series “D” y “L”, se considerarán inversión neutra; no computarán para el efecto de determinar el monto y proporción de la participación extranjera en el capital social de la sociedad, en los términos de la Ley de Inversión Extranjera y sus disposiciones reglamentarias; se considerarán emitidas en los términos de las disposiciones aplicables de la Ley del Mercado de Valores y de las autorizaciones correspondientes de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores; no les será aplicable lo dispuesto en el Artículo 198 de la Ley General de Sociedades Mercantiles; y tendrán las limitantes sobre derechos corporativos, que se señalan en estos estatutos.

ARTICULO 8o. AUMENTO O REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL. El aumento o la reducción del capital social fijo y la consecuente reforma de la cláusula tercera de la escritura constitutiva y del artículo 6o. de los estatutos sociales, serán objeto de acuerdo de la asamblea general extraordinaria. Asimismo de conformidad con el artículo 53 de la Ley del Mercado de Valores, será objeto de acuerdo de asamblea general extraordinaria, el aumento de capital que se decreta para la emisión de acciones no suscritas que se conserven en tesorería.

El aumento o la reducción del capital social variable, lo acordará la asamblea general ordinaria de accionistas.

ARTICULO 9o. AUMENTO MEDIANTE EMISIÓN O COLOCACIÓN DE ACCIONES. El aumento de capital social en su parte variable podrá efectuarse mediante emisión de nuevas acciones o colocación de acciones de tesorería que se conserven para este fin. Tratándose de la emisión de nuevas acciones, los accionistas tendrán el derecho de preferencia para suscribir las acciones dentro de su respectiva serie, siempre que la asamblea decreta que deban ser pagadas en efectivo. De conformidad con el artículo 53 de la Ley del Mercado de Valores, cuando se trate de acciones de tesorería, éstas deberán ser suscritas mediante oferta pública.

El derecho de preferencia deberá ejercerse dentro del término de 15 (quince) días naturales, contados a partir de la fecha de la publicación del aviso correspondiente en el Periódico Oficial del domicilio de la sociedad.

En caso de que después de la expiración del plazo durante el cual los accionistas debieran de ejercitar el derecho de preferencia que se les otorga en el presente artículo, aún quedasen sin suscribir algunas acciones, éstas podrán ser ofrecidas para su suscripción y pago, en las condiciones y plazos que determine la propia asamblea que hubiere decretado el aumento de capital, o en los términos en que disponga el consejo de administración o los delegados designados por la asamblea para dicho efecto.

Los accionistas no gozarán del derecho de preferencia a que se hace mención en este artículo cuando se trate de emisión de nuevas acciones o colocación de acciones de tesorería para: (i) fusión de la sociedad; (ii) conversión de obligaciones emitidas en términos de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, (iii) oferta pública en los términos de lo previsto por los artículos 53, 56 y demás relativos de la Ley del Mercado de Valores; (iv) aumento de capital social mediante el pago en especie de las acciones que se emitan, o mediante la cancelación de pasivos a cargo de la sociedad; y (v) colocación de acciones propias adquiridas por la sociedad.

ARTICULO 10o. RETIRO. De acuerdo con lo dispuesto por el artículo 50 de la Ley del Mercado de Valores, los accionistas titulares de acciones de la parte variable del capital social de la sociedad no tendrán el derecho de retiro a que se refiere el artículo 220 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO 11o. ADQUISICIÓN DE ACCIONES PROPIAS. La sociedad, conforme a lo previsto en la Ley del Mercado de Valores y en las disposiciones de carácter general expedidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, podrá adquirir las acciones representativas de su capital social.

ARTICULO 12o. LIMITACIONES PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES DE LA SOCIEDAD POR PERSONAS MORALES CONTROLADAS. Conforme a lo previsto en el artículo 56 de la Ley del Mercado de Valores, las personas morales que sean controladas por la sociedad no podrán adquirir, directa o indirectamente, acciones representativas del capital de la sociedad o títulos de crédito que representen dichas acciones. Se exceptúan de la prohibición anterior las adquisiciones que se realicen a través de sociedades de inversión.

ARTICULO 13o. REGISTRO DE VARIACIONES DE CAPITAL. Todo aumento o disminución del capital social deberá inscribirse en un registro que llevará la sociedad para tal efecto.

ARTICULO 14o. AMORTIZACIÓN DE ACCIONES. La sociedad podrá amortizar parte de sus acciones con utilidades repartibles, de acuerdo con las siguientes reglas:

- a). La amortización deberá ser decretada por la asamblea general extraordinaria de accionistas.
- b). Sólo podrán amortizarse las acciones íntegramente pagadas.
- c). La adquisición de acciones para amortizarlas se hará conforme a las reglas que establece el artículo 136 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
- d). En ningún caso se podrán amortizar acciones si como consecuencia de la amortización las acciones series “D” y/o “L” exceden los porcentajes máximos que establece el artículo 6o. de estos estatutos.
- e). Los títulos de las acciones amortizadas quedarán anulados.

ARTICULO 15o. TÍTULOS Y CERTIFICADOS DE LAS ACCIONES. Los títulos definitivos o los certificados provisionales que representen a las acciones o a las unidades vinculadas serán nominativos y podrán amparar una o más acciones de igual o diferente serie o subserie; contendrán las menciones a que se refiere el artículo 125 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, la indicación de la serie, series y/o subserie a la que correspondan; llevarán inserto el texto del artículo 5o. de estos estatutos y serán suscritos por dos consejeros propietarios o suplentes de la serie “B”.

Las firmas de los mencionados administradores podrán ser autógrafas o bien impresas en facsímil, a condición en este último caso, de que se deposite el original de las firmas respectivas en el Registro Público de Comercio del domicilio social de la sociedad. En el caso de los títulos definitivos, éstos deberán llevar adheridos los cupones nominativos numerados que determine el consejo de administración.

La asamblea de accionistas que decrete el aumento de capital respectivo o la asamblea extraordinaria podrán establecer, que algunas de las acciones de la sociedad, de cualquier serie o series estén amparadas por unidades vinculadas, que sin ser certificados de participación ordinarios no amortizables, representen unidades y vinculen acciones de la misma serie o de diversas series, en los términos del artículo 6o. de estos estatutos.

ARTICULO 16o. REGISTRO DE ACCIONES. La sociedad llevará un registro de acciones y considerará como accionista a quien aparezca inscrito como tal en dicho registro.

ARTICULO 17o. CANCELACIÓN DE INSCRIPCIÓN DE ACCIONES. En el evento de cancelación de la inscripción de las acciones representativas del capital de la sociedad o de títulos que las representen en el Registro Nacional de Valores, ya sea por solicitud de la propia sociedad, previo acuerdo de la asamblea general extraordinaria de accionistas y con el voto favorable de los titulares de acciones, con o sin derecho de voto o de voto limitado, que representen el 95% (noventa y cinco por ciento) del capital social de la sociedad, o por resolución de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, en ambos casos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 108 de la Ley del Mercado de Valores, la sociedad deberá realizar, previo a dicha cancelación, una oferta pública de adquisición, sujetándose para dichos efectos a lo que establezca la Ley del Mercado de Valores.

La sociedad deberá afectar en un fideicomiso por un período mínimo de seis meses, contados a partir de la fecha de la cancelación, los recursos necesarios para adquirir al mismo precio de la oferta, las acciones de los inversionistas que no acudieron a dicha oferta.

A fin de cumplir con lo dispuesto en el artículo 108 de la Ley del Mercado de Valores, el consejo de administración de la sociedad, deberá dar a conocer al público, su opinión respecto del precio de la oferta pública de adquisición.

ARTICULO 18o. ASAMBLEAS DE ACCIONISTAS: La asamblea general de accionistas es el órgano supremo de la sociedad, estando subordinados a ella todos los demás.

Las asambleas serán generales (ordinarias o extraordinarias) o especiales y se celebrarán en el domicilio de la sociedad.

Serán extraordinarias las que traten sobre:

- a). Cualquiera de los asuntos enumerados en el artículo 182 (excepto para el caso de aumentos o reducciones de la parte variable del capital social de acuerdo con el artículo 8o. de estos estatutos) y 228 bis de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
- b). La cancelación o la inscripción de las acciones o de los títulos que las representen, emitidas o a ser emitidas por la sociedad, en el Registro Nacional de Valores o en bolsas de valores nacionales o extranjeras en las que estuvieren registradas.
- c). La amortización por parte de la sociedad de acciones del capital social con utilidades repartibles y, en su caso, emisión de acciones de goce.
- d). El aumento del capital social en los términos del Artículo 53 (cincuenta y tres) de la Ley del Mercado de Valores.
- e). Los demás asuntos para los que la legislación aplicable o los estatutos sociales expresamente exijan un quórum especial.

Todas las demás asambleas generales serán ordinarias. La asamblea general ordinaria, en adición a lo previsto en la Ley General de Sociedades Mercantiles, se reunirá para aprobar las operaciones que pretenda llevar a cabo la sociedad o las personas morales que ésta controle, en el lapso de un ejercicio social, cuando representen el 20% (veinte por ciento) o más de los activos consolidados de la sociedad con base en cifras correspondientes al cierre del trimestre inmediato anterior, con independencia de la forma en que se ejecuten, sea simultánea o sucesiva, pero que por sus características puedan considerarse como una sola operación. En dichas asambleas podrán votar los accionistas titulares de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido.

Las asambleas especiales serán las que se reúnan para tratar asuntos que puedan afectar los derechos de una sola serie de acciones.

ARTICULO 19o. REUNIONES DE LAS ASAMBLEAS DE ACCIONISTAS. Las asambleas de accionistas se reunirán en el domicilio social, cuando sean convocadas por acuerdo del consejo de administración, por conducto del secretario del consejo o su suplente, también podrán ser convocadas por los comités de auditoría o de prácticas societarias, por conducto de su respectivo presidente.

Los accionistas titulares de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido, que en lo individual o en conjunto tengan el 10% (diez por ciento) del capital social podrán requerir del presidente del consejo de administración, del comité de auditoría o del comité de prácticas societarias, que se convoque a una asamblea general de accionistas, sin que al efecto sea aplicable el porcentaje señalado en el Artículo 184 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

La asamblea ordinaria de accionistas se reunirá por lo menos una vez al año, en la fecha que señale el consejo de administración, dentro de los 4 (cuatro) meses siguientes a la terminación del ejercicio social.

La asamblea se reunirá a petición de los accionistas en los términos de los artículos 184 y 185 de la Ley General de Sociedades Mercantiles y demás disposiciones aplicables de la Ley del Mercado de Valores.

ARTICULO 20o. CONVOCATORIAS. Las convocatorias para las asambleas de accionistas, deberán publicarse en el Periódico Oficial del Estado o en cuando menos uno de los periódicos de mayor circulación de la entidad del domicilio de la sociedad, con 15 (quince) días de anticipación por lo menos, a la fecha señalada para la asamblea, tratándose de la primera convocatoria y de 8 (ocho) días de anticipación por lo menos, a la fecha señalada para la asamblea, tratándose de ulteriores convocatorias.

Las convocatorias para asambleas generales cumplirán además con los requisitos señalados en los artículos 186 y 187 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y demás disposiciones aplicables de la Ley del Mercado de Valores.

ARTICULO 21o. DERECHO DE ASISTENCIA: Para asistir a las asambleas, los accionistas deberán estar inscritos en el registro de accionistas de la sociedad, depositar sus acciones en la secretaría de la sociedad para obtener la tarjeta de entrada a la asamblea, por lo menos con 48 (cuarenta y ocho) horas de anticipación al día y hora señalados para la celebración de la asamblea. En el caso de acciones depositadas en una institución para depósito de valores, ésta deberá comunicar oportunamente a la secretaría de la sociedad el número de acciones que cada uno de sus depositantes mantenga en dicha institución, indicando si el depósito se hace por cuenta propia o ajena, debiendo esta constancia complementarse con el listado de nombres de los depositantes y haber sido previamente entregado a la secretaría de la sociedad, dentro del plazo

antes mencionado, a fin de obtener una tarjeta de entrada. Los accionistas podrán hacerse representar en las asambleas por apoderados designados mediante simple carta poder, o mediante poder otorgado en formularios que cumplan con los requisitos establecidos en la Ley del Mercado de Valores, mismos que deberá recibir la secretaría de la sociedad con la anticipación señalada.

Las acciones que se depositen en la sociedad para que sus titulares tengan derecho a asistir a las asambleas, no se devolverán sino después de celebradas éstas, contra la entrega del resguardo o constancia que por aquellas se hubiese expedido al accionista.

ARTICULO 22o. INSTALACIÓN Y RESOLUCIONES DE LA ASAMBLEA. Las asambleas se instalarán y resolverán de conformidad con las siguientes reglas:

- a). La asamblea general ordinaria de accionistas, se considerará legítimamente instalada en virtud de primera convocatoria, si a ella concurren accionistas que representen más del 50% (cincuenta por ciento) del capital social ordinario suscrito y pagado, dividido en acciones serie "B". En caso de segunda o ulterior convocatoria, la asamblea ordinaria se instalará legítimamente cualquiera que sea el capital social ordinario suscrito y pagado, dividido en acciones serie "B" que representen los concurrentes. Las resoluciones de las asambleas ordinarias serán válidas si se toman cuando menos por la mayoría del capital social ordinario suscrito y pagado, dividido en acciones serie "B", representado en la asamblea.
- b). Las asambleas extraordinarias de accionistas que se celebren para tratar asuntos en los que no tengan derecho de voto los titulares de acciones serie "D" o de acciones serie "L", se instalarán legalmente en virtud de primera convocatoria, si en ellas están representadas por lo menos las tres cuartas partes del capital social ordinario, suscrito y pagado, dividido en acciones serie "B", y en caso de ulterior convocatoria, se instalarán legalmente con la presencia de accionistas que representen la mayoría de las acciones de dicho capital social ordinario, suscrito y pagado.

En ambos casos, las resoluciones en asambleas extraordinarias de accionistas serán válidas si se toman por lo menos por la mayoría del capital social ordinario, suscrito y pagado, dividido en acciones serie "B".

- c). En las asambleas extraordinarias de accionistas que se reúnan en virtud de primera convocatoria, para tratar los asuntos en los que tengan derecho de voto los accionistas de la series "D" y "L", se considerarán legalmente instaladas si están representadas por lo menos las tres cuartas partes del capital social suscrito y pagado; en caso de segunda o ulterior convocatoria, se instalará legalmente con la presencia de accionistas que representan la mayoría de las acciones del capital social suscrito y pagado, salvo en el caso de segunda o ulterior convocatoria para asambleas extraordinarias que se reúnan para resolver sobre cualquiera de los asuntos establecidos en los incisos f) y g) del artículo 6° de estos estatutos, para lo cual siempre se requerirá la presencia de accionistas que representen por lo menos las tres cuartas partes del capital social suscrito y pagado para que la asamblea se considere legalmente instalada.

En todos los casos las resoluciones serán válidas, si se adoptan cuando menos por la mayoría de las acciones del capital social suscrito y pagado.

- d). Para las asambleas especiales, (incluyendo cualquier asamblea especial que se reúna para elección o destitución de consejeros de la serie "D" y/o consejeros de la serie "L") se aplicarán las mismas reglas previstas en este artículo 22o. para las asambleas generales extraordinarias, pero referidas a la categoría especial de acciones de que se trate.
- e). En la asamblea general ordinaria que conozca de los estados financieros del ejercicio anterior, deberá presentarse también a los accionistas los informes a que se refiere la fracción IV del artículo 28 de la Ley del Mercado de Valores.

ARTICULO 23o. DESARROLLO DE LA ASAMBLEA. Presidirá las asambleas el presidente del consejo de administración o quien deba sustituirlo en sus funciones; en su defecto, la asamblea será presidida por el accionista que designen los concurrentes. Actuará como secretario, el del consejo o, en su defecto, la persona que designen los asistentes. El presidente nombrará escrutadores a dos de los accionistas presentes. Las votaciones serán económicas a menos que por lo menos 3 (tres) de los concurrentes, con derecho a voto en el asunto de que se trate, pidan que sean nominales. Asimismo, a solicitud de accionistas con derecho de voto, incluso limitado o restringido que reúnan el 10% (diez por ciento) del capital social de la sociedad, se aplazará para dentro de 3 (tres) días y sin necesidad de nueva convocatoria, la votación de cualquier asunto respecto del cual no se consideren suficientemente informados, sin que resulte aplicable el porcentaje señalado en el artículo 199 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Este derecho no podrá ejercitarse sino una sola vez para el mismo asunto.

ARTICULO 24o. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN. La dirección y administración de los asuntos sociales será confiada a un consejo de administración y a un director general. El consejo de administración estará integrado hasta por 21 (veintiún) consejeros propietarios, y los suplentes que se designen conforme a estos estatutos, de los cuales, cuando menos el 25% (veinticinco por ciento) de los consejeros deberán ser independientes.

ARTICULO 25o. ELECCIÓN DEL CONSEJO. Los accionistas de la Serie “B” por mayoría de votos de las acciones de dicha serie representadas en la asamblea, designarán como mínimo 11 (once) consejeros y los accionistas de la serie “D”, por mayoría de votos de las acciones de dicha serie representadas en la asamblea respectiva designarán 5 (cinco) consejeros. Una vez que las acciones serie “D”, subserie “D-L” sean convertidas en acciones serie “L”, conforme a lo que establece el artículo 6o f), de estos estatutos, los accionistas de la serie “L” por mayoría de votos de las acciones de dicha serie representadas en la asamblea respectiva, designarán a 2 (dos) consejeros.

Los accionistas podrán designar consejeros suplentes, quienes suplirán específicamente a los consejeros propietarios para los cuales hubieren sido designados, conforme a las disposiciones legales aplicables.

Los consejeros durarán en su encargo un año, sin embargo, conforme a lo dispuesto por el artículo 24 de la Ley del Mercado de Valores, continuarán en funciones aún y cuando el término por el que fueran designados haya concluido, o por renuncia al cargo, hasta por un plazo de 30 (treinta) días naturales, a falta de designación del sustituto, o cuando éste no tome posesión de su cargo, sin estar sujetos a lo dispuesto en el artículo 154 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Los miembros del consejo y secretarios recibirán anualmente la remuneración que acuerde la asamblea general ordinaria que los designe, y tendrán las obligaciones y responsabilidades que señalan estos estatutos, así como aquellas aplicables de la Ley del Mercado de Valores y de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

El consejo de administración podrá designar consejeros provisionales, sin intervención de la asamblea de accionistas, cuando faltare alguno de los consejeros, o en su caso el designado no tome posesión de su cargo, y no se hubiere designado suplente, o éste no tome posesión del cargo. La asamblea de accionistas de la sociedad ratificará dichos nombramientos o designará a los consejeros sustitutos en la asamblea siguiente a que ocurra tal evento.

ARTICULO 26o. CONVOCATORIAS PARA SESIONES DEL CONSEJO. El presidente del consejo de administración, cualquiera de los presidentes de los comités de prácticas societarias y de auditoría, o al menos el 25% (veinticinco por ciento) de los consejeros, podrán convocar a una sesión de consejo e insertar en el orden del día los puntos que estimen convenientes. Las convocatorias para las sesiones del consejo de administración serán firmadas por quien las haga o por el presidente o, en su defecto, por el secretario, y deberán enviarse por correo, telefax o entregarse personalmente o por cualquier otro medio, por lo menos con 7 (siete) días de anticipación a la fecha de la sesión.

El auditor externo de la sociedad podrá ser convocado a las sesiones del consejo de administración en calidad de invitado con voz y sin voto.

ARTICULO 27o. FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO. El consejo celebrará sesión por lo menos una vez cada 3 (tres) meses. La asamblea anual ordinaria que lo hubiere designado o el consejo de administración en su primera sesión, inmediatamente después de dicha asamblea, nombrará de entre los consejeros designados por la serie “B”, a un presidente, pudiendo también nombrar a un vicepresidente y conferir los demás cargos que estime convenientes. De igual forma, nombrará al secretario y a su suplente, en el entendido que estos dos últimos no serán consejeros. El consejo de administración designará además a las personas que ocupen los demás cargos que se crearen para el mejor desempeño de sus funciones. El presidente, también lo será en las asambleas de accionistas y será sustituido en sus funciones, en caso de ausencia, por el vicepresidente y a falta de éste por los demás consejeros propietarios de la serie “B”, en el orden de su designación.

ARTICULO 28o. INSTALACIÓN Y RESOLUCIONES DEL CONSEJO. El consejo de administración se considerará legalmente instalado para resolver cualquier asunto con la presencia de la mayoría de sus miembros y sus resoluciones serán válidas si son aprobadas por el voto de la mayoría de sus miembros presentes.

El consejo de administración, sin necesidad de reunirse en sesión, podrá tomar resoluciones por unanimidad de sus miembros, siempre y cuando dichas resoluciones se confirmen por escrito, por todos sus miembros propietarios o sus suplentes.

De toda sesión se levantará acta que deberá ser aprobada por lo menos por la mayoría de los consejeros asistentes a la sesión respectiva y firmada por el presidente y secretario.

ARTICULO 29o. FACULTADES DEL CONSEJO. El consejo de administración tendrá las siguientes facultades y obligaciones:

- a). Administrar los negocios y bienes de la sociedad, con el poder más amplio para actos de administración, en los términos del Artículo 2554, párrafo segundo, del Código Civil Federal y de sus correlativos de los Códigos Civiles vigentes en el Distrito Federal y en las diversas entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos.
- b). Ejercitar actos de dominio respecto de los bienes muebles e inmuebles de la sociedad, así como sus derechos reales y personales, en los términos del párrafo tercero del Artículo 2554 del Código Civil Federal, y de sus correlativos de los Códigos Civiles vigentes en el Distrito Federal y en las diversas entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos, otorgar garantías de cualquier clase respecto a obligaciones contraídas o de los títulos emitidos o aceptados por terceros.
- c). Representar a la sociedad con el más amplio poder, ante toda clase de autoridades administrativas o judiciales, ya sea federales, estatales o municipales, así como ante autoridades del trabajo o de cualquier otra índole o ante árbitros o amigables componedores, con el poder más amplio incluyendo las facultades que requieran cláusula especial conforme a la ley, para articular y absolver posiciones, aún para desistirse del juicio de amparo, en los términos del párrafo primero del Artículo 2554 del Código Civil Federal y de sus correlativos de los Códigos Civiles vigentes en el Distrito Federal y en las diversas entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos, así como representar a la sociedad ante toda clase de autoridades penales, federales y de los Estados y formular y presentar acusaciones, denuncias y querrelas por delitos cometidos en perjuicio de la misma, para representar y constituir a la sociedad como parte civil coadyuvante del Ministerio Público en los procesos de esta índole y para otorgar el perdón.
- d). Otorgar, suscribir, avalar y endosar títulos de crédito en nombre de la sociedad, emitir obligaciones con o sin garantía real específica; aportar bienes muebles o inmuebles de la sociedad a otras sociedades y suscribir acciones o tomar participaciones o partes de interés en otras empresas y, en general, ejecutar los actos, celebrar los contratos y realizar las demás operaciones que sean necesarias o conducentes al objeto principal de la sociedad.
- e). Constituir a la sociedad en deudora solidaria y otorgar avales, fianzas o cualquier otra garantía de pago de cualquier clase, respecto de las obligaciones contraídas o de los títulos emitidos o aceptados por la sociedad o por terceros.
- f). Aprobar, con la previa opinión del Comité que sea competente, el nombramiento, elección y, en su caso, destitución del director general de la sociedad y su retribución integral, así como las políticas para la designación y retribución integral de los demás directivos relevantes, asignándoles sus respectivas obligaciones y designar los comités que establece la ley, estos estatutos y los que crea convenientes, señalándoles sus atribuciones y reglas de funcionamiento; en su defecto, se regirán por las disposiciones previstas en estos estatutos, para el comité ejecutivo.
- g). Otorgar y revocar los poderes que se crean convenientes, con o sin facultades de sustitución, pudiendo otorgar en ellos las facultades que se consideren oportunas de las que estos estatutos confieren al consejo de administración.
- h). Ejecutar los acuerdos de la asamblea y, en general, llevar a cabo los actos y operaciones que sean necesarios o convenientes para el objeto de la sociedad hecha excepción de los expresamente reservados por la ley y por estos estatutos a la asamblea.
- i). Las demás facultades y obligaciones establecidas en estos estatutos y en la Ley del Mercado de Valores.

ARTICULO 29o. BIS FACULTADES Y OBLIGACIONES DEL DIRECTOR GENERAL. Las funciones de gestión, conducción y ejecución de los negocios de la sociedad, y de las personas morales que ésta controle, serán responsabilidad del director general, sujetándose para ello a las estrategias, políticas y lineamientos aprobados por el consejo de administración, y teniendo las facultades y obligaciones que señalan estos estatutos y la Ley del Mercado de Valores.

ARTICULO 30o. CAUCIÓN. No se requerirá que los administradores, secretarios, gerentes y demás funcionarios en ejercicio otorguen caución para garantizar su gestión, salvo en los casos en que la asamblea general de accionistas lo considere conveniente y, en igual forma, el consejo de administración, cuando se trate de gerentes y demás funcionarios designados por este órgano social.

ARTICULO 31o. COMITÉ EJECUTIVO. La asamblea general ordinaria de accionistas podrá designar los comités que estime conveniente; asimismo, podrá designar un comité ejecutivo que estará compuesto por el número impar de miembros del consejo de administración o sus suplentes que éstos determinen, los cuales se constituirán y actuarán invariablemente

como órgano colegiado delegado del consejo de administración. La asamblea general ordinaria o el consejo de administración podrán designar además, para el caso de ausencia de algún miembro propietario, a un suplente por cada miembro del comité ejecutivo. Los miembros del comité ejecutivo durarán en su cargo un año, a menos que sean relevados por la asamblea general ordinaria o por el consejo de administración pero, en todo caso, continuarán en su puesto por el término de 30 (treinta) días naturales, mientras no se hicieren nuevas designaciones y las personas designadas para sustituirlos tomen posesión de sus cargos; podrán ser reelectos y recibirán la remuneración que determine la asamblea general ordinaria o el consejo de administración.

El comité ejecutivo sesionará con la periodicidad que se determine en la primera sesión que celebre en un año calendario, en el entendido de que podrá sesionar asimismo, cuando sea convocado por el secretario, a petición de su presidente o cualesquiera dos de sus miembros. Las sesiones del comité ejecutivo serán convocadas y el comité operará siguiendo el mismo procedimiento que para las sesiones del consejo de administración prevén los artículos 26o. y 28o. de estos estatutos, pero referidas a los miembros del propio comité ejecutivo.

El comité ejecutivo sesionará válidamente con la asistencia de la mayoría de sus miembros y tomará sus resoluciones por mayoría de votos de los presentes.

El presidente del comité ejecutivo deberá ser uno de sus miembros y será designado por el propio comité. En ausencia del presidente, las sesiones del comité serán presididas por el miembro del comité designado por los miembros que estuvieren presentes. El comité ejecutivo podrá nombrar un secretario, que podrá ser el secretario del consejo de administración y no necesitara ser consejero. El auditor externo podrá ser invitado a las sesiones del comité, a las cuales podrá concurrir con voz, pero sin voto.

El comité ejecutivo tendrá las facultades que se establecen en los incisos a), b), c), d), y e), del artículo 29o. de estos estatutos, las cuales no podrán ser delegadas, sin perjuicio de que el comité designe a alguna persona o personas para la ejecución de actos concretos.

El presidente o el secretario del comité ejecutivo informarán de las actividades de éste al consejo de administración, en la sesión del propio consejo siguiente a la sesión correspondiente del comité, o bien cuando se susciten hechos o actos de trascendencia para la sociedad, que a juicio del comité, lo ameriten. De cada sesión el secretario levantará un acta que se transcribirá en el libro especial respectivo, en la cual constará la asistencia, así como las resoluciones adoptadas, y deberá ser firmada por el presidente y secretario de la reunión.

ARTICULO 32o. VIGILANCIA DE LA SOCIEDAD. La vigilancia de la gestión, conducción y ejecución de los negocios de la sociedad y de las personas morales que ésta controle en los términos de la Ley del Mercado de Valores, estará a cargo del consejo de administración.

El consejo de administración, para el desempeño de sus funciones de vigilancia, se auxiliará de los comités de prácticas societarias y de auditoría, que constituya, así como por conducto de la persona moral que realice la auditoría externa de la sociedad, cada uno en el ámbito de sus respectivas competencias, según lo señalado por la Ley del Mercado de Valores.

Los comités de auditoría y de prácticas societarias desarrollarán las actividades que le establecen la Ley del Mercado de Valores y estarán integrados exclusivamente con consejeros independientes y por un mínimo de 3 (tres) miembros, designados por la asamblea general ordinaria de accionistas o por el consejo de administración, a propuesta de su presidente.

Los presidentes de los comités de auditoría y de prácticas societarias, serán designados y/o removidos de su cargo, exclusivamente por la asamblea general de accionistas. Dichos presidentes no podrán presidir el consejo de administración y deberán ser seleccionadas por su experiencia, por su reconocida capacidad y por su prestigio profesional.

ARTICULO 33o. EJERCICIO SOCIAL. El ejercicio social será de doce meses, comenzará el día 1º (primero) de enero y terminará el día 31 (treinta y uno) de diciembre del mismo año.

ARTICULO 34o. APLICACIÓN DE UTILIDADES. Las utilidades netas anuales, una vez deducido el monto del impuesto sobre la renta y demás conceptos que conforme a la ley deban deducirse o separarse, se aplicarán en la siguiente forma:

- a). Se separará un mínimo del 5% (cinco por ciento) para constituir el fondo de reserva legal, hasta que éste ascienda cuando menos al 20% (veinte por ciento) del capital social.

- b). El resto se podrá distribuir como dividendo entre los accionistas, en los términos de estos estatutos y en proporción al número de sus acciones, o si así lo acuerda la asamblea, se llevará total o parcialmente a fondos de previsión, de reserva (incluyendo, en su caso, la reserva para adquisición de acciones propias a que se refiere la Ley del Mercado de Valores), de reinversión, especiales y otros que la misma asamblea decida formar.

ARTICULO 35o. DERECHOS DE LOS FUNDADORES. Los fundadores no se reservan participación especial en las utilidades de la sociedad.

ARTICULO 36o. APLICACIÓN DE PÉRDIDAS. Si hubiere pérdidas, serán reportadas por los accionistas, en proporción al número de sus acciones, teniéndose en cuenta lo que previene la parte final del artículo 87 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO 37o. DISOLUCIÓN ANTICIPADA. La sociedad se disolverá anticipadamente en los casos a que se refieren las fracciones II, III, IV y V del artículo 229 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

ARTICULO 38o. DESIGNACIÓN DE LIQUIDADOR. Disuelta la sociedad, la asamblea extraordinaria de accionistas designará, a mayoría de votos, uno o más liquidadores, fijándoseles plazo para el ejercicio de su cargo, y la retribución que habrá de corresponderles.

ARTICULO 39o. PROCEDIMIENTO PARA LA LIQUIDACIÓN. El o los liquidadores practicarán la liquidación de la sociedad con arreglo a las resoluciones de la asamblea extraordinaria y, en su defecto, con sujeción a las siguientes bases:

- a). Concluirá los negocios de la manera que juzgue más conveniente, cobrando los créditos, pagando las deudas y enajenado los bienes de la sociedad, que sea necesario vender al efecto.
- b). Formulará los estados financieros de la liquidación y los sujetará a la aprobación de la asamblea extraordinaria de accionistas.
- c). Distribuirá entre los accionistas, en los términos de la ley y de estos estatutos, y contra la entrega y cancelación de los títulos de acciones, el activo líquido que resulte, conforme a los estados financieros aprobados por la asamblea extraordinaria.

ARTICULO 40o. FUNCIONES DEL LIQUIDADOR CON RESPECTO A ASAMBLEAS. Durante la liquidación se reunirá la asamblea, en los términos que previene el capítulo relativo a las asambleas generales de accionistas de estos estatutos, desempeñando respecto a ella el o los liquidadores, las funciones que en la vida normal de la sociedad corresponden al consejo de administración

ARTICULO 41o. DISPOSICIONES GENERALES. En todo lo no previsto expresamente en estos estatutos, regirán las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores y, en lo no previsto en dicha ley, lo señalado en la Ley General de Sociedades Mercantiles. Los términos utilizados en estos estatutos que se encuentren definidos en la Ley del Mercado de Valores, tendrán el significado que se les atribuye en dicho ordenamiento legal.

PRINCIPALES SUBSIDIARIAS

La siguiente tabla presenta nuestras más significativas subsidiarias al 31 de mayo de 2008:

Nombre de la compañía	Jurisdicción	Porcentaje de participación
CIBSA ⁽¹⁾	México	100.0%
Coca-Cola FEMSA ⁽²⁾	México	53.7% ⁽²⁾
Propimex, S.A. de C.V.	México	53.7%
Controladora Interamericana de Bebidas, S.A. de C.V. (Panamco)	México	53.7%
Panamco México, S.A. de C.V.	México	53.7%
Refrescos Latinoamericanos, S.A. de C.V.	México	53.7%
Emprex Cerveza	México	100.0%
Desarrollo Comercial FEMSA, S.A. de C.V.	México	100.0%
FEMSA Cerveza	México	100.0%
Cervezas Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	México	100.0%
Grupo Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V.	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 tiene autorizado 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. Bajo este Programa se han realizado 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” 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”.

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) UDI. 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.

f) 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 o la Ing. Julieta Naranjo.

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

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.

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 2008

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.

24 de junio de 2008

/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 los Auditores Independientes al Consejo de Administración y Accionistas de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias	F-1
Estados Consolidados de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2007 y 2006.....	F-2
Estados Consolidados de Resultados por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005	F-3
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005	F-4
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005.....	F-5
Notas a los Estados Financieros Consolidados por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005	F-6
Dictamen de los Auditores Independientes a los Accionistas de FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y subsidiarias	F-40

Deloitte.

Dictamen de los Auditores Independientes

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

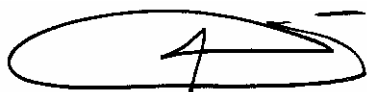
Hemos examinado los estados consolidados de situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A.B de C.V. y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2007 y 2006, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable, y de cambios en la situación financiera, que les son relativos, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la Compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en 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% y 8% de los activos totales consolidados en 2007 y 2006, respectivamente, y el 29%, 27% y 26% de los ingresos totales consolidados por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007, 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 2006, y los resultados de sus operaciones, las variaciones en las cuentas del capital contable y los cambios en la situación financiera, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2007, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Nuestra auditoría al 31 de diciembre de 2007 también contempló la conversión de importes en pesos mexicanos a dólares americanos y, en nuestra opinión, tal conversión ha sido realizada de conformidad con las bases descritas en la Nota 2. La conversión de los importes de los estados financieros consolidados de 2007 a dólares americanos ha sido realizada únicamente para conveniencia de los lectores en los Estados Unidos de América.

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

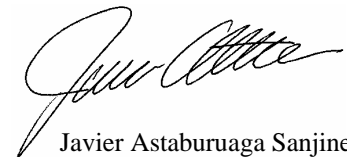
Al 31 de diciembre de 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007		2006
ACTIVO			
Activo Circulante:			
Efectivo y valores de realización inmediata	\$ 958	Ps. 10,456	Ps. 8,766
Cuentas por cobrar	854	9,329	7,747
Inventarios	919	10,037	8,704
Impuestos por recuperar	156	1,699	1,341
Inversión en acciones disponibles para venta	63	684	-
Otros activos circulantes	117	1,280	1,271
Total activo circulante	3,067	33,485	27,829
Inversión en acciones	171	1,863	824
Propiedad, planta y equipo	5,011	54,707	52,960
Activos intangibles	5,518	60,234	57,906
Otros activos	1,018	11,117	9,878
Botellas y cajas	286	3,125	3,067
Impuestos diferidos por recuperar	116	1,264	2,052
TOTAL ACTIVO	15,187	165,795	154,516
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo Circulante:			
Préstamos bancarios	316	3,447	4,183
Intereses por pagar	44	475	461
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	542	5,917	2,563
Proveedores	1,251	13,657	12,479
Obligaciones fiscales por pagar	335	3,658	2,845
Cuentas por pagar	427	4,658	3,911
Otros pasivos circulantes	145	1,592	1,618
Total pasivo circulante	3,060	33,404	28,060
Pasivo a Largo Plazo:			
Préstamos bancarios y documentos por pagar	2,809	30,665	35,673
Impuestos diferidos por pagar	328	3,584	3,995
Obligaciones laborales	341	3,718	3,269
Contingencias y otros pasivos	437	4,771	5,311
Total pasivo a largo plazo	3,915	42,738	48,248
Total pasivo	6,975	76,142	76,308
Capital Contable:			
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	2,297	25,075	21,554
Interés mayoritario:			
Capital social	490	5,348	5,348
Prima en suscripción de acciones	1,888	20,612	20,557
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	3,491	38,108	32,529
Utilidad neta	780	8,511	7,127
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(734)	(8,001)	(8,907)
Total interés mayoritario	5,915	64,578	56,654
Total capital contable	8,212	89,653	78,208
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 15,187	Ps. 165,795	Ps. 154,516

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de situación financiera. Monterrey, N.L., México a 18 de febrero de 2008.



José Antonio Fernández Carbajal
 Director General^P



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 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007, excepto información por acción.

	2007		2006	2005
Ventas netas	\$ 13,472	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799
Otros ingresos de operación	44	487	473	663
Ingresos totales	13,516	147,556	136,120	119,462
Costo de ventas	7,310	79,801	73,366	63,721
Utilidad bruta	6,206	67,755	62,754	55,741
Gastos de operación:				
De administración	842	9,191	8,973	7,957
De ventas	3,571	38,995	35,314	30,345
	4,413	48,186	44,287	38,302
Utilidad de operación	1,793	19,569	18,467	17,439
Otros gastos, neto	(119)	(1,297)	(1,650)	(1,108)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(417)	(4,554)	(4,299)	(4,759)
Producto financiero	70	769	792	765
Fluctuación cambiaria	63	691	(217)	318
Ganancia por posición monetaria	151	1,639	1,488	1,204
Ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	6	69	(113)	(166)
	(127)	(1,386)	(2,349)	(2,638)
Utilidad neta antes de impuestos	1,547	16,886	14,468	13,693
Impuestos a la utilidad	454	4,950	4,608	4,620
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Utilidad neta mayoritaria	780	8,511	7,127	5,951
Utilidad neta minoritaria	313	3,425	2,733	3,122
Utilidad neta consolidada	\$ 1,093	Ps. 11,936	Ps. 9,860	Ps. 9,073
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos constantes):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.04	Ps. 0.42	Ps. 0.36	Ps. 0.31
Por acción Serie "D"	\$ 0.05	Ps. 0.53	Ps. 0.44	Ps. 0.39

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

Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007		2006		2005			
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:								
Utilidad neta consolidada	\$	1,093	Ps.	11,936	Ps.	9,860	Ps.	9,073
Depreciación		452		4,930		4,954		4,682
Amortización y otros cargos virtuales		291		3,182		3,154		2,802
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo		9		93		208		84
Impuestos diferidos		(22)		(239)		78		(68)
		1,823		19,902		18,254		16,573
Capital de trabajo:								
Cuentas por cobrar		(141)		(1,536)		(557)		(532)
Inventarios		(166)		(1,812)		(1,153)		(359)
Impuestos por recuperar, neto		41		453		(568)		(625)
Otros activos circulantes e inversión en acciones disponibles para venta		(61)		(668)		(173)		(95)
Proveedores y otros pasivos circulantes		182		1,987		1,403		628
Intereses por pagar		1		14		25		(6)
Obligaciones laborales		(28)		(318)		(297)		(392)
Recursos netos generados por actividades de operación		1,651		18,022		16,934		15,192
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:								
Venta del interés minoritario		38		415		-		-
Propiedad, planta y equipo		(551)		(6,015)		(5,281)		(3,640)
Otros activos		(410)		(4,472)		(3,086)		(2,725)
Inversión en acciones		(95)		(1,040)		74		10
Botellas y cajas		(79)		(861)		(696)		(548)
Activos intangibles		(31)		(336)		(433)		(422)
Otras adquisiciones de negocio		(12)		(128)		(165)		-
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		-		-		(4,801)		-
Adquisiciones de FEMSA Cerveza		-		-		(1,421)		-
Recursos netos utilizados en actividades de inversión		(1,140)		(12,437)		(15,809)		(7,325)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:								
Préstamos bancarios adquiridos		885		9,660		9,404		2,061
Préstamos bancarios pagados		(994)		(10,851)		(4,292)		(14,518)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo		(110)		(1,202)		(1,213)		(1,382)
Dividendos decretados y pagados		(175)		(1,909)		(1,459)		(1,103)
Contingencias y otros pasivos		(4)		(45)		(3,906)		22
Resultado acumulado por conversión		41		446		(213)		(239)
Incremento de capital por oferta pública		-		-		-		8,461
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento		(357)		(3,901)		(1,679)		(6,698)
Efectivo y valores de realización inmediata:								
Incremento (decremento), neto		154		1,684		(554)		1,169
Efectivo recibido en adquisiciones		1		6		55		-
Saldo inicial		803		8,766		9,265		8,096
Saldo Final	\$	958	Ps.	10,456	Ps.	8,766	Ps.	9,265

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 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	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 2004	Ps. 4,979	Ps. 14,154	Ps. 21,447	Ps. 6,917	Ps. (7,183)	Ps. 40,314	Ps. 19,713	Ps. 60,027
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior			6,917	(6,917)				-
Dividendos decretados y pagados			(731)			(731)	(372)	(1,103)
Incremento del capital por oferta pública	369	8,092				8,461		8,461
Utilidad integral				5,951	(1,595)	4,356	2,657	7,013
Saldos al 31 de diciembre de 2005	5,348	22,246	27,633	5,951	(8,778)	52,400	21,998	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 del interés minoritario		55				55	360	415
Adquisición del interés minoritario			(23)			(23)	(16)	(39)
Utilidad integral				8,511	906	9,417	3,561	12,978
Saldos al 31 de diciembre de 2007	Ps. 5,348	Ps. 20,612	Ps. 38,108	Ps. 8,511	Ps. (8,001)	Ps. 64,578	Ps. 25,075	Ps. 89,653

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 2007, 2006 y 2005. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

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 21 diferentes marcas de cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Sol, Carta Blanca, Superior e Indio. A partir de enero de 2006, FEMSA Cerveza realiza la producción, distribución y comercialización de cerveza en Brasil a través de Cervejarías Kaiser Brasil, S.A. (“Kaiser”) la cual opera ocho plantas. Kaiser produce 14 marcas de cerveza, de las cuales Kaiser Pilsen, Bavaria Pilsen 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 significativo. Todos los saldos y operaciones con intercompañías han sido eliminados en la consolidación.

Los estados financieros consolidados de la Compañía se prepararon de acuerdo a las 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 10.9169 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2007.

A partir del 1 de enero de 2007, entró en vigor la NIF B-3 “Estado de Resultados” la cual establece criterios generales para la presentación y estructura de resultados, los requisitos mínimos de su contenido así como las normas generales de revelación. Adicionalmente, la Interpretación a la Norma de la Información Financiera (“INIF”) INIF No. 4 establece que la Participación a los Trabajadores de las Utilidades (PTU) debe presentarse dentro de otros gastos. El monto de la PTU reclasificado a otros gastos al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 fue de Ps. 553, Ps. 530 y Ps. 588, respectivamente (ver Nota 18). Los estados de resultados consolidados de la por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 están presentados de acuerdo a los lineamientos señalados en la NIF B-3 y la INIF No. 4.

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.

La utilidad de operación corresponde a la disminución del costo de ventas y los gastos de operación de los ingresos totales. La NIF B-3 no requiere la inclusión de este renglón en el estado de resultados, sin embargo se ha incluido para mejor entendimiento de la ejecución financiera y económica de la Compañía.

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 18 de febrero de 2008, el Consejo de Administración de FEMSA, aprobó por unanimidad los estados financieros consolidados y las notas que los acompañan al 31 de diciembre de 2007.

Nota 3. Incorporación de Subsidiarias en el Extranjero.

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

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

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.

Las principales políticas contables se resumen a continuación:

a) Reconocimiento de los Efectos de la Inflación:

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

- Actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios y activos fijos, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados;
- Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas en el monto necesario para mantener el poder de compra en pesos equivalentes a la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas, mediante la aplicación de los correspondientes factores de inflación;

- Incluir en el capital contable el resultado acumulado por la tenencia de activos no monetarios, el cual resulta de la diferencia neta entre la actualización, aplicando costos de reposición y la actualización mediante la aplicación de factores de inflación a los activos no monetarios; e
- Incluir en el resultado integral de financiamiento, el resultado por posición monetaria.

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

b) Efectivo y Valores de Realización Inmediata:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los valores de realización inmediata se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo a través de casas de bolsa cuyo vencimiento original es menor a tres meses, valuados a valor de mercado. Al 31 de diciembre de 2007 y 2006, el monto de los valores de realización inmediata ascendió a Ps. 6,125 y Ps. 5,369, respectivamente.

c) Inventarios y Costo de Ventas:

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

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

d) Otros Activos Circulantes:

Los otros activos circulantes están integrados por pagos 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 se registran a su costo histórico y se aplican a resultados cuando se reciben los servicios o beneficios. Los pagos anticipados consisten principalmente en publicidad, rentas, seguros y fianzas y gastos promocionales.

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

Adicionalmente, al 31 de diciembre de 2007 y 2006, la Compañía tiene efectivo restringido por Ps. 224 y Ps. 298 denominados en bolívares venezolanos y por Ps. 14 y Ps. 8 denominados en reales brasileños, ambos garantizando pasivos, los cuales se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo.

e) Botellas y Cajas:

Las botellas y cajas retornables se registran a su costo de adquisición y son actualizadas a su valor de reposición. Existen dos tipos de botellas y cajas retornables:

- 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 2007, 2006 y 2005, el gasto por rotura ascendió a Ps. 780, Ps. 737 y Ps. 822, respectivamente. La Compañía estima que el gasto por rotura en plantas y en centros de distribución es similar al gasto por depreciación calculado con una vida útil estimada de: cinco años para la botella retornable de cerveza, cuatro años para la botella de vidrio retornable de refrescos y cajas de plástico, y de 18 meses para la botella de plástico retornable de refrescos. La depreciación se calcula para efectos fiscales usando el método de línea recta a la tasa aplicable de cada país.

Las botellas y cajas retornables de FEMSA Cerveza que han sido entregadas a los clientes, están sujetas a acuerdos en los cuales FEMSA Cerveza es la propietaria. Estas botellas y cajas son controladas por personal de ventas durante sus visitas periódicas a los clientes y cualquier rotura que se identifique es cargada al cliente. Las botellas y cajas que no son sujetas a este tipo de acuerdos, se registran como gasto una vez que se le entregan al cliente.

Las botellas y cajas retornables de Coca-Cola FEMSA en el mercado por las cuales se recibe depósito de los clientes, se presentan netas de dichos depósitos, y la diferencia entre el costo y los depósitos recibidos, se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos. Las botellas y cajas por las cuales no se recibe depósito, que representan la mayor parte de las botellas y cajas entregadas al mercado, se reconocen como gasto de ventas cuando son puestas a disposición del cliente.

f) Inversión en Acciones:

La inversión en acciones en compañías asociadas 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 en compañías afiliadas, en las cuales no se tiene influencia significativa, se registra al costo de adquisición y se actualiza mediante la aplicación de factores de inflación del país de origen. Se determina a valor razonable si tiene un valor de mercado observable.

g) Propiedad, Planta y Equipo:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. La propiedad, planta y equipo de procedencia nacional se actualiza aplicando factores de inflación de ese país. La propiedad, planta y equipo de procedencia extranjera se actualiza aplicando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. El mantenimiento de rutina y los costos de reparación se registran en resultados en el momento en que se incurren.

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

El 1 de enero de 2007, entró en vigor la NIF D-6 “Capitalización del Resultado Integral de Financiamiento”. Esta norma establece que el resultado integral de financiamiento generado por los pasivos para financiar proyectos de inversión debe ser capitalizado como parte del costo total de adquisición de los activos de largo plazo cuando se cumplan ciertas condiciones y se amortiza en base a la vida útil del activo relacionado. La adopción de esta norma no tuvo impacto en la información financiera consolidada de la Compañía.

Durante 2005, todas las subsidiarias de la Compañía amortizaron su equipo de refrigeración en un promedio estimado de vida útil de cinco años. 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 del 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	3–4

h) Otros Activos:

Los otros activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro y consisten principalmente en:

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:
 - Método de volumen de ventas: la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo (aproximadamente el 85% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta: la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 15% de los acuerdos con clientes de FEMSA Cerveza y el 100% de los acuerdos de Coca-Cola FEMSA se amortizan bajo este método).

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 2007, 2006 y 2005, fue de Ps. 1,360, Ps. 1,439 y Ps. 1,323, respectivamente.

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

i) Activos Intangibles:

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

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

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

Los activos intangibles con vida indefinida no están sujetos a amortización y son objeto de una evaluación anual para determinar si existe deterioro en el valor de los activos. Estos activos son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en la cual la inversión fue hecha y se actualizan aplicando factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada año. 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;
- 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 y crédito mercantil registrados en la adquisición de Kaiser (ver Nota 5 c).

El crédito mercantil representa el excedente entre el valor pagado sobre el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificado directamente con un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria adquirida y se actualiza utilizando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía solo cuenta con el crédito mercantil generado en la adquisición de Kaiser (ver Nota 5 c).

j) Deterioro de Activos de Larga Duración:

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

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 intangibles, la Compañía lleva a cabo pruebas de deterioro anuales y cada vez que existan indicios de que el valor de dicho activo pudiera exceder su valor razonable. Los ajustes por deterioro en el valor de los activos de larga duración se reconocen en resultados en la cuenta de otros gastos.

k) Pagos de The Coca-Cola Company:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en el de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Los recursos recibidos para publicidad y promociones se registran como una reducción de los gastos de venta. Los recursos recibidos para el programa de inversión en equipo de refrigeración, se registran reduciendo la inversión en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 ascendieron a Ps. 1,582, Ps. 1,261 y Ps. 1,098, respectivamente.

l) Obligaciones de Carácter Laboral:

Las obligaciones de carácter laboral se integran de los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad, servicios médicos posteriores al retiro e indemnizaciones por causa distinta de reestructuración, y se determinan a través de cálculos actuariales realizados por actuarios independientes, basados en el método del crédito unitario proyectado.

Las obligaciones laborales se consideran partidas no monetarias, las cuales se determinan aplicando supuestos económicos de largo plazo. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales se registra en los resultados de operación del ejercicio, y el costo de los servicios pasados se amortiza en el periodo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan.

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

m) Reconocimiento de los Ingresos:

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

- Las ventas nacionales, al momento en que los productos se entregan al cliente y éste toma posesión de los productos (LAB destino). Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, las ventas nacionales representan aproximadamente el 97% de las ventas totales consolidadas; y
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque) y la transferencia de la propiedad y su riesgo de pérdida.

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

n) Gastos de Operación:

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

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el gasto de distribución ascendió a Ps. 10,601, Ps. 9,921 y Ps. 9,273, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

o) 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 e indemnizaciones por reestructura, 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, excepto por considerar la depreciación histórica en lugar de la depreciación actualizada, la fluctuación cambiaria exigible en lugar de la devengada y no considera algunos efectos de la inflación. En Venezuela, se determina aplicando el 15% a la utilidad después de impuestos.

No existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta y la utilidad fiscal gravable para PTU, por lo que no se ha registrado provisión alguna por PTU diferida.

Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y asociados con beneficios preestablecidos se registran en otros gastos, en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas. Durante los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el monto de indemnizaciones registradas en otros gastos ascendió a Ps. 255, Ps. 866 y Ps. 132, respectivamente.

p) 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 proyecciones prospectivas y retrospectivas 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, este último a pesos constantes, excluyendo de ambos saldos las diferencias temporales que se registran directamente en el capital contable, los cuales se registran en la misma cuenta del capital contable que les dio origen.

FEMSA tiene la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público 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.

q) 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 por Posición Monetaria: El resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias. El resultado por posición monetaria se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo el financiamiento intercompañías en moneda extranjera considerado como inversión de largo plazo por su naturaleza (ver Nota 3). Posteriormente el resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre de cada ejercicio. También se excluye el resultado por posición monetaria capitalizado correspondiente a los pasivos para financiar activos de largo plazo; y
- Resultado en Valuación de la Porción Inefectiva de Instrumentos Financieros Derivados: Representa las variaciones netas en el valor razonable de la porción inefectiva de los instrumentos financieros derivados, así como el efecto neto en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos.

r) 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 un activo o un pasivo a valor razonable, considerando los precios cotizados en mercados reconocidos. En el caso de que el instrumento financiero derivado no tenga un mercado formal, el valor razonable se determina a través de modelos soportados con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados son registrados en resultados del ejercicio u otras partidas acumuladas de la utilidad integral, dependiendo del tipo de instrumento de cobertura y de la efectividad de la cobertura.

La Compañía documenta sus relaciones de cobertura 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.

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.

s) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral:

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

	2007	2006
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	Ps. (6,071)	Ps. (6,460)
Instrumentos financieros derivados	(240)	(638)
Resultado acumulado por conversión	(1,336)	(1,696)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(354)	(113)
	Ps. (8,001)	Ps. (8,907)

t) 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.

u) 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.

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 realiza entre accionistas mayoritarios y minoritarios por lo que no se modifican los activos netos de la Compañía y el pago en exceso del valor 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:

El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. ("Administración SAPI"), 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. Administración SAPI está en proceso de identificar el exceso pagado en relación al valor en libros de Jugos del Valle para completar el registro de la compra.

Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por Administración SAPI, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de su participación en Administración SAPI a otros embotelladores de Coca-Cola. Al 31 de diciembre de 2007, ya han aceptado la oferta la mayoría de los embotelladores de Coca-Cola, y la Compañía espera el cierre de la transacción en 2008. Al cierre del 31 de diciembre de 2007, 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 Administración SAPI al resto de los embotelladores, cuyo valor razonable es de Ps. 684 y ha sido clasificado como inversión en acciones disponibles para venta en el estado consolidado de situación financiera.

c) FEMSA Cerveza:

Durante 2006, FEMSA Cerveza adquirió ciertas compañías que fueron registradas utilizando el método de compra. Los resultados de las operaciones adquiridas han sido incluidos en los estados financieros consolidados a partir de la adquisición, por lo tanto los estados consolidados de resultados y de situación financiera para el 2007 no son comparables con respecto a los de años anteriores. El estado consolidado de cambios en la situación financiera presenta la incorporación de las operaciones adquiridas de FEMSA Cerveza en un solo renglón dentro de actividades de inversión.

- i) 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 2007, la cuenta por cobrar de FEMSA Cerveza con Molson Coors fue de Ps. 228 el cual incluye la aplicación de factores de inflación de Brasil (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 2007, la participación de FEMSA Cerveza en el capital social de Kaiser representa el 82.95%.

- ii) 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.

Nota 6. Cuentas por Cobrar.

	2007	2006
Clientes	Ps. 6,841	Ps. 6,783
Reserva para cuentas incobrables	(657)	(586)
The Coca-Cola Company	719	197
Documentos por cobrar	546	399
Administración SAPI ⁽¹⁾	523	-
Molson Coors (ver Nota 5 c)	228	187
Reclamaciones de seguros	216	63
Préstamos a empleados	63	50
Anticipos de viajes para empleados	57	50
Depósitos en garantía	45	40
Otros	748	564
	Ps. 9,329	Ps. 7,747

(1) La cuenta por cobrar con Administración SAPI 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:

	2007	2006	2005
Saldo inicial	Ps. 586	Ps. 519	Ps. 505
Provisión del año	195	220	203
Cancelación de cuentas incobrables	(98)	(131)	(170)
Actualización de saldos iniciales	(26)	(22)	(19)
Saldo final	Ps. 657	Ps. 586	Ps. 519

Nota 7. Inventarios.

	2007	2006
Productos terminados	Ps. 4,585	Ps. 4,069
Materias primas	4,305	3,692
Refacciones operativas	720	645
Producción en proceso	309	299
Anticipos a proveedores	234	138
Artículos promocionales	4	5
Estimación de inventarios obsoletos	(120)	(144)
	Ps. 10,037	Ps. 8,704

Nota 8. Otros Activos Circulantes.

	2007	2006
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	Ps. 385	Ps. 398
Instrumentos financieros derivados	266	241
Efectivo restringido	238	306
Rentas	155	133
Anticipos a proveedores de servicios	64	69
Acuerdos con clientes	52	86
Permisos de corto plazo	28	5
Seguros y fianzas	26	23
Otros	66	10
	Ps. 1,280	Ps. 1,271

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 2007, 2006 y 2005, fue de Ps. 5,455, Ps. 5,123 y Ps. 3,613, respectivamente.

Nota 9. Inversión en Acciones.

Compañía	% Tenencia	2007	2006
FEMSA Cerveza:			
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	Ps. 220	Ps. 212
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.14%	72	77
Compañías asociadas de Kaiser ⁽²⁾	Varios	20	21
Otros ⁽²⁾	Varios	13	14
Coca-Cola FEMSA:			
Administración SAPI ⁽¹⁾	20.00%	978	-
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	23.11%	115	112
Holdfab Participações, LTDA ⁽²⁾	11.05%	113	-
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾	38.74%	69	120
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	35.00%	76	83
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾	26.00%	51	18
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	69	69
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN") ⁽¹⁾⁽³⁾	100.00%	-	40
Otras ⁽²⁾	Varios	5	6
Otras inversiones ⁽²⁾	Varios	62	52
		Ps. 1,863	Ps. 824

Método de valuación:

(1) Método de participación.

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

(3) En noviembre 2007, Coca-Cola FEMSA adquirió el 52% remanente de las acciones de CICAN, iniciando la consolidación de la entidad a partir de esta fecha.

Nota 10. Propiedad, Planta y Equipo.

	2007	2006
Terrenos	Ps. 7,137	Ps. 6,755
Edificio, maquinaria y equipo	83,633	81,581
Depreciación acumulada	(42,330)	(41,120)
Equipo de refrigeración	9,343	9,497
Depreciación acumulada	(6,847)	(7,246)
Inversiones en proceso	3,110	2,574
Activos de larga duración a valor neto de realización	562	796
Otros activos de largo plazo	99	123
	Ps. 54,707	Ps. 52,960

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

	2007	2006
FEMSA y otros	Ps. 250	Ps. 307
FEMSA Cerveza	218	293
Coca-Cola FEMSA	94	196
	Ps. 562	Ps. 796
Terrenos	Ps. 360	Ps. 535
Edificios	202	229
Equipo	-	32
	Ps. 562	Ps. 796

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció ganancias de Ps. 127 y Ps. 22 y una pérdida de Ps. 1 por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

Nota 11. Activos Intangibles.

	2007	2006
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 42,225	Ps. 40,838
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	11,299	11,299
Crédito mercantil	4,044	3,302
Marcas Kaiser	758	545
Otros	285	285
Otros activos intangibles no amortizables	499	489
Activos intangibles amortizables:		
Costo por implementación de sistemas	589	733
Gastos por inicio de actividades	398	257
Otros	137	158
	Ps. 60,234	Ps. 57,906

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

	Inversión		Amortización		
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año	Amortización Anual Estimada
2007					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589
Gastos por inicio de actividades	364	189	(107)	(48)	398
2006					
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,578	Ps. 314	Ps. (763)	Ps. (396)	Ps. 733
Gastos por inicio de actividades	330	34	(78)	(29)	257

Nota 12. Otros Activos.

	2007	2006
Mejoras en propiedades arrendadas, neto	Ps. 4,352	Ps. 3,642
Acuerdos con clientes	3,786	3,392
Pasivo adicional de obligaciones laborales (ver Nota 15)	948	1,287
Permisos de largo plazo	411	182
Cuentas por cobrar a largo plazo	383	380
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	212	123
Otros	1,025	872
	Ps. 11,117	Ps. 9,878

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	2007	2006
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company	Ps. 719	Ps. 197
Otras cuentas por cobrar	1,284	961
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V.	1,712	1,776
Adeudo con The Coca-Cola Company	3,401	2,546
Adeudo con British American Tobacco México	191	100
Otros adeudos	327	1,632

Operaciones	2007	2006	2005
Ingresos:			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 1,121	Ps. 1,105	Ps. 1,003
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	242	288	255
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⁾	37	-	-
Intereses cobrados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	33	4	3
Ventas de refrescos no carbonatados a Salesko ⁽¹⁾	7	27	19
Otras ventas a compañías asociadas	969	887	851
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	12,239	10,322	9,112
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	1,324	1,034	950
Compras de cigarros a British American Tobacco México ⁽¹⁾	1,064	775	628
Gastos por publicidad pagados a The Coca-Cola Company	940	933	939
Compras de azúcar a Beta San Miguel	845	536	621
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	723	865	1,349
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN ⁽²⁾	518	816	641
Intereses pagados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	305	257	253
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	178	165	160
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	108	92	47
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) ⁽¹⁾	37	34	184
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. ⁽¹⁾	32	19	42
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ⁽¹⁾	31	41	54
Intereses pagados a The Coca-Cola Company	29	65	13
Intereses pagados a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	164	201	361
Compras de hermetapa a Tapón Corona, S.A. ⁽³⁾	-	-	144

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

(2) En 2007, CIGAN no es considerada parte relacionada.

(3) A partir de 2006, Tapón Corona no es considerada parte relacionada.

Los beneficios a empleados otorgados al personal gerencial clave (y/o directivos relevantes) de la Compañía fueron:

	2007	2006	2005
Beneficios directos a corto y largo plazo	\$ 1,290	\$ 1,098	\$ 1,037
Beneficios por terminación	17	13	21
Beneficios postretiro (costo laboral)	29	31	22

Nota 14. Saldos y Operaciones en Monedas Extranjeras.

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

Saldos	Tipo de Cambio Aplicable ⁽¹⁾	Corto Plazo	Largo Plazo	Total
2007	Activos	\$ 196	\$ 21	\$ 217
	Pasivos	420	549	969
2006	Activos	\$ 107	\$ 16	\$ 123
	Pasivos	385	585	970

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

Operaciones	2007	2006	2005
Ingresos	\$ 463	\$ 390	\$ 361
Egresos:			
Compra de materia prima	708	574	468
Intereses	155	159	139
Gastos de exportación	95	74	65
Asistencia técnica	13	12	5
Proveedores extranjeros	47	38	25
Otros	107	75	59
	\$ 1,125	\$ 932	\$ 761

Al 18 de febrero de 2008, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio de cierre publicado por el Banco de México fue de 10.7413 pesos por dólar y la posición en moneda extranjera de la Compañía es similar a la del 31 de diciembre de 2007.

Nota 15. Obligaciones Laborales.

En 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 cumpla 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 costo total de este programa ascendió a Ps. 125 y fue registrado en los resultados de 2007 en el renglón de otros gastos como una modificación al plan de pensiones (ver Nota 18).

En diciembre de 2006, la Compañía aprobó una modificación de su plan de pensiones y jubilaciones haciéndolo efectivo en el 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.

Adicionalmente, FEMSA modificó los supuestos de largo plazo utilizados en los cálculos actuariales para sus subsidiarias mexicanas en el 2006. La tasa de descuento se redujo de 6.0% a 4.5% considerando el costo actual de las obligaciones de la Compañía como resultado de la reciente estabilidad de la economía mexicana. El incremento al salario esperado se redujo de 2.0% a 1.5% en base a la compensación real estimada de sus empleados. El rendimiento de la inversión se redujo de 6.0% a 4.5% considerando los rendimientos actuales logrados en el plan de activos y de las tasas de rendimiento esperadas para inversiones en el futuro.

El efecto neto en 2006 de estos cambios fue un incremento de Ps. 797 en el plan de pensiones y jubilaciones de Ps. 19 en prima de antigüedad y de Ps. 23 en indemnizaciones. Estos cambios fueron registrados como obligaciones por servicios pasados por amortizar generados por las modificaciones y variaciones en los supuestos y su correspondiente pasivo adicional, el cual se amortiza en la vida laboral promedio remanente de los trabajadores.

a) Supuestos:

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

	Tasas Reales
Tasa de descuento anual	4.5%
Incremento de sueldos	1.5%
Tasa de rendimiento de la inversión	4.5%
Fecha de la medición: Diciembre 2007	

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

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es 1.5% anual en términos reales, consistente con el crecimiento en los gastos por servicios de salud promedio histórico de los últimos 30 años. Dicha tasa se espera que continúe constante a través del futuro previsible.

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

	Plan de Pensiones y Jubilaciones	Prima de Antigüedad	Servicios Médicos Posteriores al Retiro	Indemnizaciones
2008	Ps. 467	Ps. 17	Ps. 39	Ps. 116
2009	334	16	40	86
2010	263	17	41	81
2011	387	19	42	72
2012	326	21	43	65
2013 al 2017	1,554	140	324	214

b) Saldos de las Obligaciones:

	2007	2006
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 2,373	Ps. 2,220
Obligaciones por personal activo	2,797	2,595
Obligaciones por beneficios actuales	5,170	4,815
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	422	528
Obligaciones por beneficios proyectados	5,592	5,343
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(2,806)	(2,779)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear	2,786	2,564
Pasivo en transición	(170)	(213)
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(1,007)	(1,067)
Utilidad actuarial por amortizar	38	16
	1,647	1,300
Pasivo adicional	915	930
Total	2,562	2,230
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	91	115
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	137	105
Obligaciones por beneficios actuales	228	220
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	25	25
Obligaciones por beneficios proyectados	253	245
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(9)	(10)
Pérdida actuarial por amortizar	(57)	(51)
	187	184
Pasivo adicional	60	57
Total	247	241
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	295	312
Obligaciones por personal activo	447	419
Obligaciones por beneficios actuales	742	731
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(96)	(105)
Obligaciones por beneficios actuales sin fondear	646	626
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(39)	(43)
Pérdida actuarial por amortizar	(306)	(334)
Total	301	249
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios actuales	609	546
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	38	42
Obligaciones por beneficios proyectados	647	588
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(450)	(486)
Pérdida actuarial por amortizar	(124)	(36)
	73	66
Pasivo adicional	535	483
Total	608	549
Total obligaciones laborales	Ps. 3,718	Ps. 3,269

Las utilidades o pérdidas actuariales acumuladas fueron generadas por las diferencias en los supuestos utilizados en los cálculos actuariales al principio del ejercicio contra el comportamiento real de dichas variables al cierre del ejercicio actual.

En algunas compañías el monto de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior al monto de las obligaciones por beneficios actuales, neta de los activos a valor de mercado, por lo que se reconoció un pasivo adicional contra la cuenta de otros activos hasta el monto de las obligaciones por servicios pasados por amortizar y del pasivo de transición (ver Nota 12) y la diferencia se registró como otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

c) Activos del Fondo:

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

	2007	2006
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	22%	25%
Instrumentos bancarios	17%	20%
Instrumentos del Gobierno Federal	31%	31%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	30%	24%
	100%	100%

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

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

	2007	2006
Deuda:		
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 51	Ps. 55
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	29	-
Deutsche Bank (México) ⁽¹⁾	26	-
British American Tobacco México ⁽¹⁾	16	16
Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	8	-
Coca-Cola FEMSA	2	-
Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	-	11
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	-	10
Capital:		
FEMSA	177	192
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	135	69
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	84	69

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

d) Costo del Año:

	2007	2006	2005
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 210	Ps. 139	Ps. 123
Costo financiero	235	232	216
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(129)	(139)	(126)
Amortización del pasivo de transición	102	55	54
Amortización de la pérdida neta actuarial	1	6	-
	419	293	267
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	30	24	23
Costo financiero	10	11	11
Amortización del pasivo de transición	2	3	2
Amortización de la pérdida neta actuarial	3	-	-
	45	38	36
Servicios médicos posteriores al retiro:			
Costo laboral	27	20	20
Costo financiero	32	36	34
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(6)	(4)	(3)
Amortización del pasivo de transición	4	4	16
Amortización de la pérdida neta actuarial	13	10	-
	70	66	67
Indemnizaciones:			
Costo laboral	66	85	63
Costo financiero	26	34	30
Amortización del pasivo de transición	38	35	32
	130	154	125
	Ps. 664	Ps. 551	Ps. 495

e) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:

	2007	2006
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 5,343	Ps. 4,139
Costo laboral	210	139
Costo financiero	235	232
Extinción de beneficios	-	(24)
Modificaciones al plan	125	1,036
(Utilidad) pérdida actuarial	(62)	29
Pagos de beneficios	(259)	(208)
Saldo final	5,592	5,343
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	245	202
Costo laboral	30	24
Costo financiero	10	11
Pérdida actuarial	2	42
Pagos de beneficios	(34)	(34)
Saldo final	253	245
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	731	629
Costo laboral	27	20
Costo financiero	32	36
Pérdida actuarial	12	90
Pagos de beneficios	(60)	(44)
Saldo final	742	731
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	588	538
Adquisición de Kaiser	-	34
Costo laboral	66	85
Costo financiero	26	34
Pérdida actuarial	88	31
Pagos de beneficios	(121)	(134)
Saldo final	647	588

f) Cambios en los Saldos de los Activos del Fondo:

	2007	2006
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 2,779	Ps. 2,391
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	110	334
Aportaciones	78	216
Retiros	(161)	(162)
Saldo final	2,806	2,779
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	105	83
Rendimiento de los activos del fondo en términos reales	33	1
Aportaciones	—	65
Retiros	(42)	(44)
Saldo final	96	105

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. 120	Ps. (106)
Costo del periodo	9	(13)

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 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 2007, no se han adquirido opciones de acciones a favor de los empleados.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 1,179, Ps. 927 y Ps. 707, respectivamente.

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

Nota 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⁾	2007	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006
Pesos mexicanos	7.8%	Ps. 150	7.6%	Ps. 421
Dólares americanos	6.7%	2,372	5.9%	2,253
Pesos argentinos	11.0%	500	10.6%	555
Bolívares venezolanos	15.7%	425	9.6%	516
Reales brasileños	-	-	13.9%	129
Yenes japoneses	-	-	2.9%	309
		Ps. 3,447		Ps. 4,183

(1) Tasa promedio ponderada.

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

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2006
Tasa de interés fija:				
Dólares Americanos:				
Bonos Yankee	7.3%	Ps. 3,199	7.3%	Ps. 3,354
Préstamos bancarios	6.0%	747	5.3%	759
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.7%	3,586	9.7%	4,292
Unidades de inversión (UDIs)	4.2%	2,508	-	-
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,556
Yenes Japoneses:				
Préstamos bancarios	4.8%	230	5.8%	191
Tasa de interés variable:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	5.2%	2,014	5.7%	2,760
Arrendamiento financiero	8.5%	2	8.7%	9
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	8.1%	10,010	7.6%	16,573
Certificados bursátiles	8.2%	12,750	8.2%	8,462
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios	8.7%	36	9.3%	84
Pesos Colombianos:				
Certificados bursátiles	-	-	9.3%	196
Deuda de largo plazo		36,582		38,236
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(5,917)		(2,563)
		Ps. 30,665		Ps. 35,673
Instrumentos Financieros Derivados de Cobertura				
Swaps de tasa de interés variable a fijo:				
Pesos Mexicanos:				
Certificados bursátiles:		Ps. 14,085		Ps. 8,462
Tasa de interés pagada	9.5%		9.2%	
Tasa de interés recibida	8.1%		8.0%	
Préstamos bancarios:		4,465		12,279
Tasa de interés pagada	9.4%		9.8%	
Tasa de interés recibida	8.0%		7.4%	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:				
Préstamos bancarios de Yenes Japoneses a Reales Brasileños:		230		499
Tasa de interés pagada	11.8%		13.9%	
Tasa de interés recibida	4.8%		4.0%	

(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. 5,917
2009	5,346
2010	2,981
2011	2,075
2012	7,174
2013 en adelante	13,089
	Ps. 36,582

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 fue de Ps. 125 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. Al 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA ha pagado Ps. 485. El resto se liquidará durante 2008.

	2007	2006	2005
PTU (ver Nota 2)	Ps. 553	Ps. 530	Ps. 588
Pérdida en venta de activo fijo	101	59	237
Contingencias	228	117	172
Indemnizaciones de reestructura y modificación al plan de pensiones	255	866	132
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	93	208	84
Participación en asociadas	(154)	(11)	(72)
Otros	221	(119)	(33)
Total	Ps. 1,297	Ps. 1,650	Ps. 1,108

Nota 19. Valor Razonable de los Instrumentos Financieros.

a) Deuda a Largo Plazo:

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

	2007	2006
Valor en libros	Ps. 36,582	Ps. 38,235
Valor razonable	36,960	38,607

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)
2008	Ps. 6,076	Ps. (33)
2009	2,570	(76)
2010	2,267	(92)
2011	2,412	(64)
2012	3,225	(75)
2013	2,000	17

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el efecto neto de los contratos vencidos ascendió a Ps. 357, Ps. 334 y Ps. 28, 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 2007, 2006 y 2005 generaron una ganancia de Ps. 35, una pérdida de Ps. 39 y una ganancia de Ps. 10, 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 2007, la Compañía tiene contratos forward para la compra de monedas extranjeras con un valor de referencia de Ps. 1,783. Dichos contratos vencen en 2008 y generaron un activo de Ps. 10.

Al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 se reconocieron efectos por contratos forward vencidos de Ps. 13, Ps. 2 y Ps. 9, respectivamente, ambos registrados como pérdidas cambiarias. Adicionalmente, la Compañía registró en los resultados consolidados de 2005, una pérdida cambiaria de Ps. 168 por una serie de forwards contratados para la compra de dólares americanos en relación con el financiamiento para la adquisición de interés minoritario de FEMSA Cerveza. Estos contratos vencieron en 2005 junto con el pago del crédito puente. Estos contratos vencieron en 2005 junto con el pago del crédito puente.

Al 31 de diciembre de 2007, 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. 1,087 vencen en 2008 y generaron una ganancia de Ps. 9. Los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2007, que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, generaron una ganancia de Ps. 13 registrada en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2006, el efecto en resultados de este tipo de contratos fue una pérdida de Ps. 23. Al 31 de diciembre de 2005, no hay efectos de forwards de moneda extranjera de no cobertura.

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. Los cambios en el valor razonable son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2007, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un valor de referencia de Ps. 230 los cuales vencen en el 2009 y generaron un pasivo con valor razonable de Ps. 39. El efecto neto de los contratos vencidos por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006, se registró en la cuenta de gasto financiero y ascendió a Ps. 37, Ps. 72, respectivamente. Al 31 de diciembre de 2005 el efecto neto de los contratos vencidos fue de Ps. 138 y se registró como un producto financiero.

Al 31 de diciembre de 2007, 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. 5,302, vencen en 2017 y generaron una ganancia al 31 de diciembre de 2007 de Ps. 59. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 generaron una ganancia de Ps. 5 y pérdidas de Ps. 3 y Ps. 233, 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. 2,419, que generan un pasivo en el valor razonable de Ps. 96 y vencen en 2010. Por los años terminados el 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, el resultado neto de los contratos vencidos fueron pérdidas en el valor razonable de Ps. 82, Ps. 106 y Ps. 2, respectivamente, las cuales se registraron como parte de los resultados de operación impactando el costo de materia prima.

Al 31 de diciembre de 2007, 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 2007, fue una pérdida de Ps. 43.

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 2007, 2006 y 2005, el efecto neto de los derivados implícitos en resultados son pérdidas de Ps. 9 y Ps. 49 y una ganancia de Ps. 57, respectivamente.

Nota 20. Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas.

	2007	2006
Coca-Cola FEMSA	Ps. 24,380	Ps. 21,363
FEMSA Cerveza	679	191
Otros	16	-
	Ps. 25,075	Ps. 21,554

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

Al 31 de diciembre de 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

El 25 de mayo de 2005, la Compañía concluyó una oferta pública, obteniendo Ps. 8,461 de recursos, los cuales se utilizaron para pagar créditos puente relacionados a la recompra del interés minoritario de FEMSA Cerveza así como otros pasivos. El resultado de la oferta de capital realizada en el 2005 por la Compañía, fue un incremento por 666,400,000 acciones.

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

	Saldo		Saldo
	Histórico	Actualización	Actualizado
Capital social	Ps. 2,982	Ps. 2,366	Ps. 5,348
Prima en suscripción de acciones	13,326	7,286	20,612
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	34,926	3,182	38,108
Utilidad neta	8,300	211	8,511

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

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. 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 2007, el saldo de CUFIN de FEMSA ascendió a Ps. 39,234.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 29 de marzo de 2007, se acordó distribuir dividendos de Ps. 0.07406 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “B” y Ps. 0.09257 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie “D,” los cuales se pagaron en mayo de 2007. 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 27 de marzo de 2007, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 831, el cual se pagó en mayo de 2007. El dividendo pagado al interés minoritario fue de Ps. 384.

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 la NIF 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 2007, 2006 y 2005:

	Millones de Acciones			
	Serie “B”		Serie “D”	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2005	9,246.42	8,834.85	8,644.71	8,260.14
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2006 y 2007	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 en el año 2007 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
México	28%	10	5
Guatemala	31%	N/A	4
Nicaragua	30%	3	4
Costa Rica	30%	3	3
Panamá	30%	5	7
Colombia	34%	5–8	2
Venezuela	34%	3	4
Brasil	34%	Indefinido	5
Argentina	35%	5	6

La tasa de ISR causada en México fue del 28%, 29% y 30% para el 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

En Colombia las pérdidas fiscales generadas antes del 31 de diciembre de 2002 pueden ser aplicadas en un periodo de cinco años y las generadas después del 1 de enero de 2003 pueden ser aplicadas en un periodo de ocho años, en ambos casos, 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. A partir de 2007, se modifica la tasa de 1.8% a 1.25%, así como la base del cálculo eliminando las deducciones de pasivos. El impuesto al activo se paga únicamente por el monto en que exceda al ISR del ejercicio. Cuando en el ejercicio resulte pago de impuesto al activo, se podrá acreditar contra éste el importe en que el ISR excedió al impuesto al activo de los tres años anteriores. Adicionalmente, dicho pago puede ser acreditado en forma actualizada en la medida en que el ISR exceda al impuesto al activo en los 10 ejercicios siguientes.

Adicionalmente, en Guatemala, Nicaragua, Colombia, y Argentina, se calcula un impuesto mínimo, basado principalmente en un porcentaje sobre activos. El pago es recuperable en los siguientes ejercicios bajo ciertas condiciones.

c) Impuesto Empresarial a Tasa Única (“IETU”):

El 14 de septiembre de 2007, el Senado mexicano aprobó la reforma fiscal de 2008, la cual fue aprobada por el Presidente de la República y posteriormente publicada en el Diario Oficial el 1 de octubre de 2007. El cambio más importante en esta reforma es la creación de un nuevo impuesto en México. El IETU reemplazará el Impuesto al Activo y funcionará de manera similar a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no podrán 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 será calculado sobre una base de flujos de efectivo, por lo que la base para el cálculo del impuesto será 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 se considerará como cobrado al final de los 12 meses. El IETU será efectivo a partir del 1 de enero de 2008. 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 porque reconoce únicamente ISR diferido.

d) Impuestos a la Utilidad Diferidos:

Las diferencias temporales que generaron pasivos (activos) por impuestos a la utilidad diferidos son las siguientes:

Impuestos a la Utilidad Diferidos	2007	2006
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (116)	Ps. (114)
Inventarios	385	546
Pagos anticipados	120	131
Propiedad, planta y equipo	5,325	5,214
Inversión en acciones	(7)	(10)
Intangibles y otros activos	(1,020)	(847)
Obligaciones laborales	(712)	(497)
Impuesto al activo por recuperar	(68)	(50)
Pérdidas fiscales por amortizar	(3,722)	(4,196)
Reserva de pérdidas no recuperables	3,053	3,375
Instrumentos financieros derivados	(72)	(260)
Reserva para contingencias	(568)	(552)
Provisiones diferidas no deducibles	(710)	(810)
PTU diferida	(165)	(150)
Otras reservas	597	163
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	2,320	1,943
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	1,264	2,052
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	Ps. 3,584	Ps. 3,995

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

	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 1,943	Ps. 1,967
Pérdida por posición monetaria	(43)	(41)
Provisión del año	(239)	95
Cambio en la tasa impositiva de ISR	-	(17)
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(107)	9
Instrumentos financieros derivados	193	(5)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	488	(208)
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	85	143
Saldo final	Ps. 2,320	Ps. 1,943

e) Provisión del Periodo:

	2007	2006	2005
Impuestos a la utilidad causado	Ps. 4,965	Ps. 4,476	Ps. 4,674
Impuesto al activo	224	54	14
Impuestos a la utilidad diferidos	(239)	95	(58)
Cambio en la tasa impositiva de ISR	-	(17)	(10)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	Ps. 4,950	Ps. 4,608	Ps. 4,620

f) Pérdidas Fiscales por Amortizar e Impuesto al Activo por Recuperar:

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

Año	Pérdidas Fiscales por Amortizar	Impuesto al Activo por Recuperar
2008	Ps. 1	Ps. 1
2009	1	7
2010	-	-
2011	46	6
2012	6	12
2013	90	12
2014	173	22
2015	113	-
2016	-	-
2017 y años subsecuentes	1,902	14
Indefinidas (Brasil ver Nota 23 a)	8,689	-
	Ps. 11,021	Ps. 74

Debido a la incertidumbre en la realización de algunas pérdidas fiscales no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido Ps. 8,979. Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 3,375	Ps. 607
Adquisición Kaiser	-	3,157
Cancelación de reserva	(157)	(371)
Actualización del saldo inicial	(165)	(18)
Saldo final	Ps. 3,053	Ps. 3,375

g) Conciliación entre la Tasa de ISR en México y la Tasa Efectiva de Impuestos a la Utilidad Consolidada:

	2007	2006	2005
Tasa Impositiva de ISR México	28%	29.0%	30.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y ajuste por inflación fiscal	(1.1)%	(0.1)%	0.6%
Gastos no deducibles	1.7%	3.3%	1.9%
Cambio en la deducción fiscal de inventarios	-	-	(2.1)%
Cambio en tasa de ISR en México	-	0.1%	-
Ingresos no acumulables	-	(1.5)%	(0.1)%
Otros	0.7%	1.0%	3.4%
	29.3%	31.8%	33.7%

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 2007:

	Total
Fiscales	Ps. 1,725
Legales	268
Laborales	649
Total	Ps. 2,642

b) Juicios Pendientes de Resolución:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter fiscal, legal y laboral relacionados principalmente con sus subsidiarias Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Estos procesos son generados en el curso normal del negocio y son comunes en la industria en la cual los negocios participan. Al 31 de diciembre de 2007, el monto agregado de estos juicios equivale a \$311 y de acuerdo a los abogados de la Compañía estas contingencias tienen un nivel de riesgo menor a probable, pero mayor a remoto de que terminen en fallos desfavorables para la Compañía. Sin embargo, la Compañía considera que dichos juicios no tendrán un impacto material adverso en su situación financiera consolidada o en los resultados de operación.

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

Durante 2001, un sindicato obrero y algunos individuos de Colombia presentaron una demanda en contra de ciertas subsidiarias colombianas y The Coca-Cola Company, ante la Corte Distrital del Sur del Estado de Florida de los Estados Unidos de América, por la realización de acciones injustas en contra del sindicato y sus miembros en Colombia, por un monto aproximado de \$500. La Compañía presentó una propuesta para descartar la demanda y el 29 de septiembre de 2006 la Corte concluyó no tener jurisdicción en ninguno de los asuntos presentados por los sindicatos y sus miembros, por lo tanto todas las demandas en contra de la Compañía fueron desechadas sin embargo, la decisión ha sido apelada.

c) 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. 1,887, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

d) Compromisos:

Al 31 diciembre de 2007, la Compañía tiene compromisos contractuales de arrendamientos financieros y arrendamientos operativos para maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo, así como para el arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los vencimientos de los compromisos contractuales por moneda, expresados en pesos mexicanos, al 31 de diciembre de 2007, se integran de la siguiente forma:

	Pesos	Dólares	Otras
	Mexicanos	Americanos	Monedas
2008	Ps. 1,309	Ps. 720	Ps. 76
2009	1,246	451	81
2010	1,204	58	83
2011	1,144	13	22
2012 en adelante	7,692	-	-
Total	Ps. 12,595	Ps. 1,242	Ps. 262

El gasto por rentas fue de Ps. 1,713, Ps. 1,543 y Ps. 1,707 por los años terminados al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005, respectivamente.

Nota 25. Información por Segmentos.

a) Por Unidad de Negocio:

2007	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros	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	11,447	5,404	2,315	403	-	19,569
Depreciación ⁽¹⁾	2,637	1,637	543	113	-	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	-	2,465
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	173	426	28	90	-	717
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	-	91	-	2	-	93
Gasto financiero	2,139	2,102	449	1,001	(1,137)	4,554
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	69,720	50,562	9,057	12,686	(9,715)	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	10,251	6,121	1,664	431	-	18,467
Depreciación ⁽¹⁾	2,595	1,818	431	110	-	4,954
Amortización	253	2,018	363	36	-	2,670
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	143	238	15	88	-	484
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	79	121	-	8	-	208
Gasto financiero	2,252	1,646	402	525	(526)	4,299
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
Activos de largo plazo	67,955	48,570	7,912	7,901	(5,651)	126,687
Total activos	80,464	62,228	12,311	10,781	(11,268)	154,516

2005

Ingresos totales	Ps. 59,642	Ps. 29,768	Ps. 31,021	Ps. 6,485	Ps. (7,454)	Ps. 119,462
Ingresos intercompañías	650	2,232	2	4,570	(7,454)	-
Utilidad de operación	9,973	5,800	1,360	306	-	17,439
Depreciación ⁽¹⁾	2,610	1,617	348	107	-	4,682
Amortización	185	1,881	301	16	-	2,383
Otros cargos virtuales ^{(2) (3)}	181	162	7	69	-	419
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	-	82	-	2	-	84
Gasto financiero	2,757	1,312	381	760	(451)	4,759
Producto financiero	378	226	70	542	(451)	765
Impuestos a la utilidad	2,698	1,186	309	427	-	4,620
Inversiones en activo fijo de largo plazo	2,516	3,197	1,528	267	-	7,508

(1) Incluye rotura de botella.

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

(3) Incluye el costo del año relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 d) y la participación en compañías asociadas.

b) Por Área Geográfica:

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
Centro América ⁽¹⁾	4,850	328	6,058	7,075
Colombia	7,051	643	7,681	11,193
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Brasil	16,093	879	14,611	21,615
Argentina	4,034	279	1,503	2,534
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	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 99,310	Ps. 7,807	Ps. 95,559	Ps. 113,570
Centro América ⁽¹⁾	4,592	78	5,490	6,504
Colombia	6,556	586	6,994	10,220
Venezuela	7,997	221	4,324	5,773
Brasil	14,378	510	12,871	18,849
Argentina	3,458	220	1,449	2,335
Eliminaciones	(171)	-	-	(2,735)
Consolidado	Ps. 136,120	Ps. 9,422	Ps. 126,687	Ps. 154,516

2005	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo
México	Ps. 90,561	Ps. 5,934
Centro América ⁽¹⁾	4,022	218
Colombia	6,147	434
Venezuela	7,188	517
Brasil	8,433	259
Argentina	3,256	146
Eliminaciones	(145)	-
Consolidado	Ps. 119,462	Ps. 7,508

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

Note 26. Impacto Futuro de Nuevos Pronunciamientos Contables.

Durante 2007, 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 adoptará estos pronunciamientos a partir del 1 de enero de 2008 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-2, “Estado de Flujo de Efectivo”**

Establece las normas generales para la presentación, estructura y elaboración del estado de flujos de efectivo, así como las revelaciones que complementan a dicho estado. Sustituye al estado de cambios en la situación financiera e indica que se deben mostrar las entradas y salidas de efectivo que ocurrieron en la entidad durante el periodo. Los rubros que se muestran deben presentarse preferentemente en términos brutos. Los flujos de efectivo por actividades de financiamiento se presentarán después de los de inversión, a diferencia del estado de cambios donde estos se presentaban después. Adicionalmente, establece la posibilidad de determinar y presentar los flujos de efectivo de las actividades de operación usando el método directo o el método indirecto, según lo decida la entidad.

- **NIF B-10, “Efectos de la Inflación”**

Establece dos entornos económicos: a) entorno inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es igual o superior a 26%, caso en el cual, requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación mediante la aplicación del método integral, y b) entorno no inflacionario, cuando la inflación acumulada de los tres ejercicios anuales anteriores es menor a 26% y en este caso, establece que no se deben reconocer los efectos de la inflación en los estados financieros. Además elimina los métodos de valuación de costos de reposición e indexación específica para inventarios y activo fijo, respectivamente y requiere que el resultado por tenencia de activos no monetarios acumulado se reclasifique a resultados acumulados, si es que se identifica como realizado y el no realizado se mantendrá en el capital contable para aplicarlo al resultado del periodo en el que se realice la partida que le dio origen.

- **NIF B-15, “Conversión de Monedas Extranjeras”**

Desaparece las clasificaciones de operación extranjera integrada y de entidad extranjera en virtud de que se incorporan los conceptos de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe; establece los procedimientos para convertir la información financiera de una operación extranjera: i) de la moneda de registro a la funcional; y, ii) de la moneda funcional a la de informe y permite que la entidad presente sus estados financieros en una moneda de informe diferente a su moneda funcional.

- **NIF D-3, “Beneficios a los Empleados”**

Incorpora a la PTU causada y diferida, como parte de su normatividad y establece que la diferida se deberá determinar con la misma metodología de la NIF D-4. Se incluye el concepto de carrera salarial y el periodo de amortización de la mayor parte de las partidas se disminuye a 5 años como sigue:

- Se amortizan en 5 años o menos si la vida laboral remanente es menor:
 - El saldo inicial del pasivo de transición 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, se amortiza contra los resultados de 2008.
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios al retiro, se amortiza en 5 años (neto del pasivo de transición), con la opción de amortizarlo todo contra los resultados de 2008.

- **NIF D-4, “Impuestos a la Utilidad”**

Reubica las normas de reconocimiento contable relativas a PTU causada y diferida en la NIF D-3, elimina el término de diferencia permanente, además de precisar e incorporar algunas definiciones.

Nota 27. Eventos Relevantes.

Coca-Cola FEMSA acordó con The Coca-Cola Company la adquisición de Minas Gerais Ltda., “REMIL” en Brasil. El cierre, términos y condiciones de la transacción están sujetos a un proceso de confirmación, negociación y ejecución del acuerdo definitivo y de la aprobación de los consejos de ambas compañías. Se espera que la transacción sea completada durante 2008.

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Accionistas de
FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V.

Hemos examinado los balances generales consolidados de **FEMSA COMERCIO, S.A. de C.V. y Subsidiarias (subsidiaria de FOMENTO ECONÓMICO MEXICANO, S.A. DE C.V.)**, al 31 de diciembre de 2007 y 2006, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de cambios en la situación financiera por cada uno de los tres años en el período terminado el 31 de diciembre de 2007. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en 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 mexicanas de información financiera.. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de las normas de información financiera utilizadas, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestros exámenes proporcionan una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros 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 2006, y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los cambios en la situación financiera, por cada uno de los tres años en el período terminado el 31 de diciembre de 2007, de conformidad con las normas de información mexicanas financiera, los cuales difieren en ciertos criterios significativos de los principios generalmente aceptados en Estados Unidos de América, como se describe en las Notas 21 y 22 de los estados financieros consolidados.

**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