



DEFINIENDO EL LIDERAZGO

Informe Anual 2004

MARCAS DE PRESTIGIO

EXCELENTES HABILIDADES PARA COMPETIR

ENFOQUE AL CONSUMIDOR



CONTENIDO

p. 1	Resumen Financiero
p. 3	Carta a Nuestros Accionistas
p. 8	Coca-Cola FEMSA
p. 12	FEMSA Cerveza
p. 16	FEMSA Comercio
p. 19	Responsabilidad Social
p. 22	Gobierno Corporativo y Consejo de Administración
p. 24	Equipo Directivo
p. 26	Unidades de Negocio: Datos Relevantes
Contraportada Interior	Panorama FEMSA
Contraportada	Contactos e Información a los Accionistas

COMO LA EMPRESA INTEGRADA DE BEBIDAS MÁS GRANDE EN AMÉRICA LATINA, NUESTRO ENFOQUE ES OFRECER A NUESTROS CONSUMIDORES EL PRODUCTO, EL PRECIO Y LA PRESENTACIÓN PRECISA PARA CUALQUIER OCASIÓN.

Definiendo el Liderazgo a través de Precisión

Para nosotros, esta palabra significa el enfoque, la ejecución y la atención en los detalles, que han permitido a FEMSA convertirse en la compañía integrada de bebidas más grande de Latinoamérica. También es el enlace de una estructura organizacional, una cultura y una estrategia orientadas a generar un crecimiento rentable en el corto y el largo plazo. Como se puede observar en nuestro desempeño del 2004, la precisión da resultados.

Alcanzamos estos positivos resultados, al capitalizar nuestra cadena de valor integrada de bebidas y la sólida posición en la industria, lo que nos permite competir exitosamente aún en entornos difíciles. Aprovechamos nuestra disciplinada ejecución de negocios para atender las necesidades particulares de los consumidores en todos nuestros mercados. Además, manejamos un extenso portafolio de marcas y presentaciones para ofrecer lo que otros no pueden: la marca, la presentación y el precio adecuados para satisfacer prácticamente cualquier situación de consumo.

Hemos logrado estas ventajas al transformar a nuestra compañía desde su interior. Durante los años recientes, hemos modificado la forma en como operamos, en como competimos y en como servimos al mercado, todo esto al mismo tiempo que fortalecemos el valor de nuestras marcas y la rentabilidad. Hoy estamos preparados mejor que nunca, para aprovechar el crecimiento potencial de nuestros negocios y traducirlo en un mayor valor para nuestros accionistas, colaboradores y comunidades. Hacia el futuro, nuestro objetivo es continuar balanceando nuestra rentabilidad y el crecimiento de mercado, así como incrementar el valor de nuestra industria.

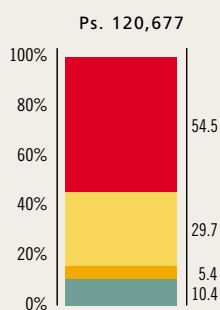
RESUMEN FINANCIERO

(Millones de Pesos del 2004)	(Millones de Dólares)		2003	%	2002	%
	2004 ⁽¹⁾	2004				
Ingresos totales	\$ 8,430	Ps. 93,956	Ps. 80,154	17.2	Ps. 57,997	38.2
Utilidad de operación	1,233	13,738	12,640	8.7	10,200	23.9
Utilidad neta	830	9,249	4,925	87.8	5,040	(2.3)
Utilidad neta mayoritaria	523	5,831	3,302	76.6	3,100	6.5
Utilidad neta minoritaria	307	3,418	1,623	110.6	1,940	(16.3)
Activos totales	10,827	120,677	111,653	8.1	65,875	69.5
Pasivos totales	6,158	68,632	62,981	9.0	29,822	111.2
Capital contable	4,669	52,045	48,672	6.9	36,053	35.0
Inversión en activo fijo	619	6,902	7,139	(3.3)	6,077	17.5
Valor en libros por acción ⁽²⁾	0.598	6.668	5.677	17.5	4.768	19.1
Utilidad neta por acción ⁽²⁾	0.099	1.101	0.624	76.4	0.585	6.7
Personal		88,217	86,136	2.4	41,686	106.6

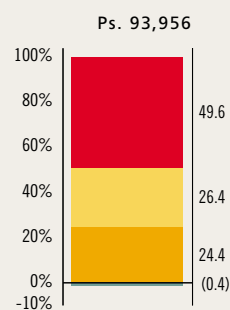
(1) Tipo de cambio: 11.146 pesos por dólar al 31 de diciembre, 2004.

(2) Información en pesos mexicanos, basada en 5,297,310,450 acciones en circulación.

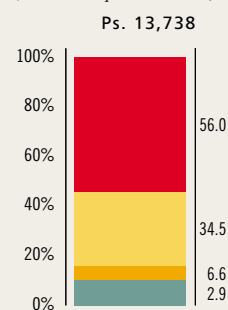
ACTIVOS TOTALES
(millones de pesos del 2004)



INGRESOS TOTALES
(millones de pesos del 2004)



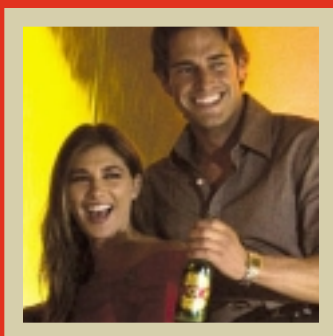
UTILIDAD DE OPERACIÓN
(millones de pesos del 2004)



■ Coca-Cola FEMSA
 ■ FEMSA Cerveza
 ■ FEMSA Comercio
 ■ Otros Negocios



Integramos exitosamente nuestras operaciones de refrescos en **9** países.



Recompramos el **30%** de nuestras operaciones de cerveza.



Abrimos **668** nuevas tiendas Oxxo en el 2004.

CARTA A NUESTROS ACCIONISTAS



Estimados Accionistas:

El 2004 fue un año de múltiples logros para nuestra empresa. Lo más importante es que hemos cumplido con nuestro compromiso de generar consistentemente un crecimiento rentable, fortaleciendo nuestra posición como una de las empresas integradas de bebidas más importantes del mundo. Durante los últimos 10 años, los ingresos totales, la utilidad de operación y la generación de flujo de operación, en dólares, han crecido a una tasa compuesta anual de 16.3%, 19.5% y 19.4%, respectivamente.

Durante el 2004, los ingresos totales sumaron \$93,956 millones de pesos (\$8,430 millones de dólares), para un crecimiento del 17.2%. La utilidad de operación se elevó a \$13,738 millones de pesos (\$1,233 millones de dólares), 8.7% más que la cifra del 2003. La utilidad neta llegó a \$9,249 millones de pesos (\$830 millones de dólares), un incremento de 87.8% en comparación con el 2003, resultando en una utilidad por acción de \$1.101 pesos y un retorno sobre la inversión de 9.8%, comparado con el 9.4% del año previo.

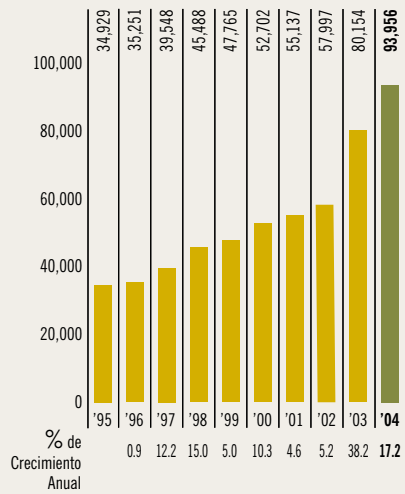
En menos de dos años, Coca-Cola FEMSA completó la integración de ocho nuevos territorios y consolidó su posición en nueve distintos países en Norte, Centro y Sudamérica, aún con las dificultades que esto representa, por las particulares y algunas veces complejas condiciones de mercado. Consecuentemente, estamos cambiando exitosamente la forma en que servimos al mercado en nuestras nuevas franquicias territoriales. Por ejemplo, nuestra estrategia de administración de ingresos está claramente en marcha en Brasil. En este territorio, hemos transformado nuestras presentaciones, precios y la ejecución en el punto de venta, con relación a lo que teníamos hace 18 meses. Tan sólo en São Paulo, actualmente estamos comercializando 11 presentaciones distintas de Coca-Cola, a través de una clara estrategia de precio-envase-canal. Como resultado de estos esfuerzos, estamos sólidamente preparados para fortalecer nuestra posición competitiva en todos nuestros mercados.

En México, el mercado más grande de Coca-Cola FEMSA, estamos recuperando gradualmente nuestros niveles de rentabilidad, a pesar de las fuertes presiones competitivas y de costos. A la fecha hemos logrado importantes sinergias a lo largo de la cadena de valor, lo que nos permitió compensar parcialmente el impacto de los incrementos de costos de materias primas y de un entorno competitivo más complejo. Adicionalmente, nuestro variado portafolio de presentaciones individuales y multiempaques, en combinación con nuestro enfoque en las efectivas estrategias en el punto de venta, nos permiten mantener una posición de liderazgo de mercado y seguir siendo uno de los embotelladores de refrescos más rentables del mundo.

**José Antonio
Fernández Carbajal**
Presidente del Consejo de
Administración y Director
General Ejecutivo

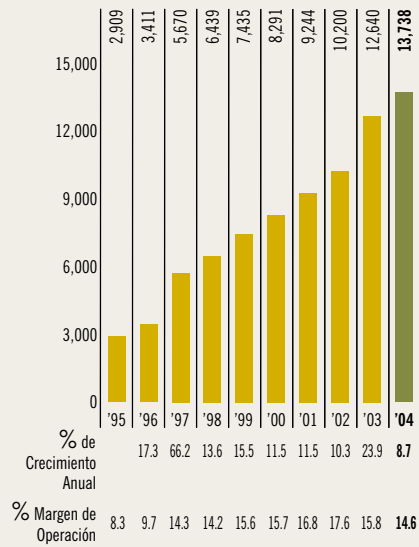
INGRESOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)

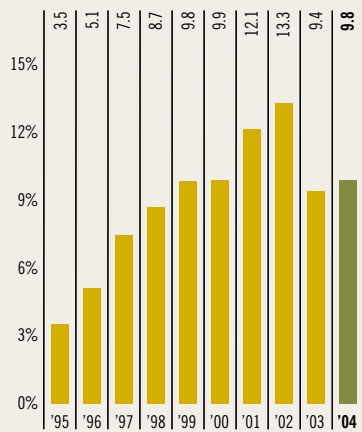


UTILIDAD DE OPERACIÓN

(millones de pesos del 2004)



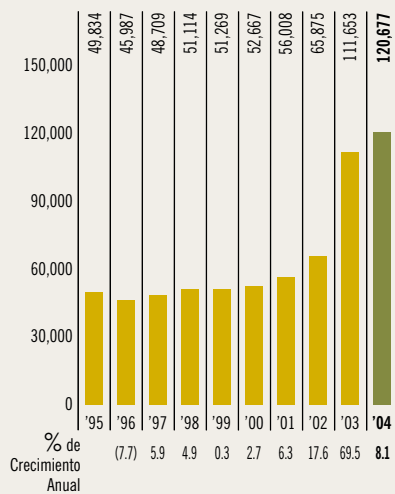
ROIC*



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

ACTIVOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



Nos sentimos muy orgullosos de los avances que Coca-Cola FEMSA ha alcanzado en este corto período. La exitosa integración y consolidación de ocho franquicias territoriales, ubicadas en ocho países con muy diversos entornos macroeconómicos y dinámicas de mercado, representa un gran logro.

Con la recompra del 30% del capital de FEMSA Cerveza, iniciamos un nuevo e interesante capítulo para nuestra empresa. Esta transacción nos otorga el 100% de propiedad de las operaciones de FEMSA Cerveza, nos brinda una mayor flexibilidad de maniobra y sienta las bases para una nueva etapa de crecimiento en nuestras exportaciones, particularmente a los Estados Unidos. Como previamente lo informamos, a partir del primero de enero del 2005, iniciamos la comercialización y distribución de nuestras marcas a través de la poderosa plataforma comercial que posee Heineken USA.

Ahora contamos con la flexibilidad para seleccionar al socio comercial idóneo para cada oportunidad de negocio. Heineken ofrece excelentes posibilidades de crecimiento para nuestras marcas líderes en el creciente mercado estadounidense de cervezas importadas, mientras que el acuerdo con Coors Brewing Company para vender y distribuir la marca Coors Light, nos ayudará a capturar participación en el mercado mexicano de cervezas importadas.

Durante el año logramos grandes avances en el esquema de negocios de FEMSA Cerveza. A través del manejo de marcas diferenciadas y la estrategia de segmentación de mercado, buscamos estimular y satisfacer la sed de nuestros consumidores en prácticamente cualquier situación de consumo, al ofrecerles el producto, la presentación y el precio correctos, en el momento adecuado.

Como lo muestra nuestro rentable crecimiento de mercado, hemos también avanzando considerablemente en el desarrollo de las capacidades necesarias para ejecutar el esquema de negocios de FEMSA Cerveza. Durante el 2004, logramos importantes avances en el establecimiento de la nueva estructura de negocios, que tiene como base la plataforma tecnológica ERP. Por ejemplo, hacia finales del año vendíamos el 86% del volumen de ventas directas a través de nuestro proceso de preventa y el 79% a través del nuevo ERP. Gracias a esta y otras iniciativas, logramos capturar una mayor participación de mercado y alcanzar un retorno sobre el capital invertido de más de 11.1%, a pesar de los menores precios reales de los productos, de los aumentos de precios de materias primas y de una agresiva competencia.

Hacia adelante, continuaremos operando nuestra compañía con un punto de vista de largo plazo. No deseamos sacrificar nuestros objetivos de largo plazo por ganancias de mercado en el corto plazo. Por el contrario, continuaremos trabajando en desarrollar el valor de nuestras marcas y en crecer nuestro mercado, al mismo tiempo que trabajamos en mantener e incrementar el valor de nuestra industria.

Finalmente, nuestras operaciones de tiendas de conveniencia, registraron un destacado crecimiento de más del 24% por tercer año consecutivo. Aproximadamente una tercera parte de este incremento se generó por las ventas de las mismas tiendas y los dos tercios restantes provino de nuestra exitosa expansión: en el 2004 abrimos 668 nuevas tiendas.

Actualmente, Oxxo es la cadena de tiendas de conveniencia más grande y rentable de Latinoamérica. Destaca además por ser el vendedor más importante de Coca-Cola y cerveza en México. De hecho, es el principal cliente de FEMSA Cerveza, adquiriendo aproximadamente el 7% de su volumen en el 2004.



Continuamos generando resultados muy sólidos, como lo muestra el 88% de incremento de nuestra utilidad neta.

Nuestro desempeño histórico es una prueba de que podemos crecer exitosamente, aún en las condiciones más adversas. Una vez más, les agradecemos su continuo apoyo y esperamos seguir contando con ustedes.

Nuestro exitoso crecimiento en las ventas de Oxxo ejemplifica lo alineado de nuestras operaciones. Debido a que Oxxo forma parte de nuestra familia de negocios, los especialistas en mercadotecnia de cerveza pueden trabajar en conjunto con Oxxo para seleccionar la ubicación de nuevas tiendas, ya sea para penetrar a mercados de cerveza difíciles o para consolidar nuestra posición en otros. No obstante, la información sobre la ubicación de tiendas es sólo una parte de la historia. La estrecha coordinación entre los gerentes de la categoría de bebidas de Oxxo y las áreas de mercadotecnia de cerveza y refrescos, permite afinar nuestras diversas actividades promocionales para estimular y satisfacer la demanda de los consumidores. A través de esta interacción, podemos compartir los conocimientos sobre los patrones de compra y preferencias de los consumidores, así como mejorar continuamente el valor de nuestras marcas, las estrategias comerciales y la ejecución en el punto de venta.

También estamos realizando importantes avances en diversas iniciativas diseñadas para lograr mayores sinergias entre nuestros negocios y ahorros significativos en costos a partir de la integración estratégica de algunos de nuestros procesos corporativos comunes, incluyendo abastecimientos, recursos humanos, administración, sistemas de información y logística. En el 2004, logramos un gran avance en los servicios que el área de logística presta a nuestros negocios y sentamos las bases para la creación de los Centros de Servicios Compartidos.

El sólido desempeño operativo y financiero de FEMSA ejemplifica las ventajas de nuestra empresa, incluyendo la capacidad para competir en entornos complejos; la precisa ejecución en el punto de venta; y la efectiva administración del portafolio de marcas. Los resultados resaltan aún más la lógica de nuestra plataforma integrada de bebidas.

La noticia lamentable del 2004, fue el sensible deceso de Alfredo Martínez Urdal, Director General Adjunto de FEMSA. Alfredo fue parte fundamental en la orientación y conformación de la empresa que hoy conocemos. Gracias a su liderazgo visionario, Coca-Cola FEMSA se convirtió, en la década de los noventa, en el embotellador más rentable del sistema Coca-Cola, sentando además las bases para su futuro crecimiento. En los años recientes, Alfredo encabezó la aún más ambiciosa transformación de FEMSA Cerveza, introduciendo nuevas formas de operar un negocio con un siglo de existencia. Quizás, lo más importante es que Alfredo fue un extraordinario maestro, que supo enseñarnos muy bien. Su ausencia es muy sentida en toda la organización.

A nombre de los más de 88,000 hombres y mujeres que colaboran en todo FEMSA, deseo agradecerles su continuo apoyo durante mis 10 años como Director General Ejecutivo. Valoramos la confianza que han depositado en nuestra capacidad para alcanzar nuestros objetivos y apreciamos la oportunidad que nos brindan de generar hoy y en el futuro rendimientos atractivos.

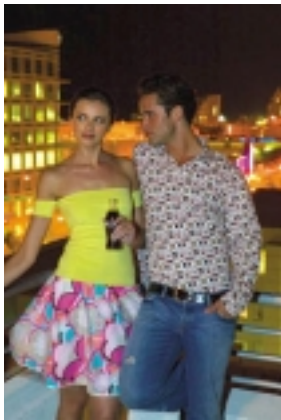


JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL
Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo





COCA-COLA FEMSA



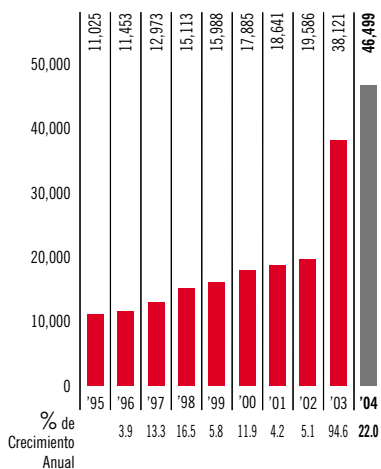
PRECISIÓN

INTEGRACIÓN

EJECUCIÓN

COORDINACIÓN

INGRESOS TOTALES
(millones de pesos del 2004)



En el 2004, Coca-Cola FEMSA concluyó la integración de ocho nuevas franquicias y consolidó su posición en nueve países de Norte, Centro y Suramérica. De hecho, estamos cambiando exitosamente la forma en que servimos al mercado en nuestros nuevos territorios. En Brasil, Colombia y Venezuela, estamos elevando las ventas atendiendo a una base de detallistas más estable, que es nuestro canal de venta directa tradicional, y reduciendo la dependencia de canales indirectos, como comercializadores y distribuidores de terceros. Como resultado, estamos acercándonos a nuestros consumidores, fortaleciendo el conocimiento de las preferencias y costumbres locales, así como mejorando nuestra cobertura y penetración de mercado.

En Centroamérica continuamos expandiendo nuestro ya probado sistema de preventa en todas las operaciones regionales. Al separar las funciones de venta y entrega, este sistema permite a nuestra fuerza de ventas comercializar los productos antes de su entrega, brindar apoyo comercial durante sus visitas a los detallistas y mejorar la presencia de nuestros productos en el punto de venta. También permite surtir nuestros camiones de reparto con la mezcla precisa de productos que los detallistas solicitan, incrementando así la eficiencia en la distribución. A finales del 2004, habíamos entrenado a casi el 100% de nuestro personal de preventa y





1,500 millones

Una Historia de Éxito

Completamos exitosamente la integración de nuestros nuevos territorios, vendiendo más de 1,500 millones de cajas unidad de refrescos al año, en un mercado de cerca de 179 millones de consumidores.

51%

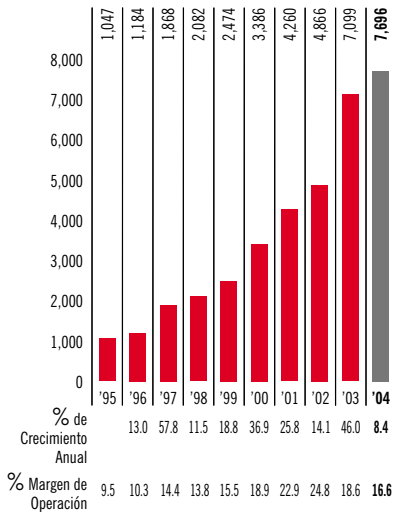
Una Historia de Éxito

En los últimos dos años hemos estado cambiando exitosamente nuestra manera de atender al mercado. Tan sólo en Brasil incrementamos de 36% al 51% de nuestro volumen de ventas a través de detallistas.



UTILIDAD DE OPERACIÓN

(millones de pesos del 2004)



generado más del 70% de nuestro volumen de ventas en Centroamérica a través del sistema de preventa.

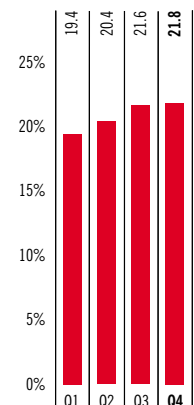
Gracias a estos esfuerzos, estamos preparados para mejorar nuestra posición competitiva en todas nuestras franquicias. En Argentina, nuestra disciplinada estrategia de ejecución está ayudándonos a alcanzar niveles récord de rentabilidad y un crecimiento equilibrado en todas las categorías de bebidas. La estrategia de multisegmentación nos permite aprovechar la mejoría en el ambiente económico de este país para impulsar el consumo de las populares marcas de Coca-Cola, además de optimizar nuestra cobertura de mercado y servir a nuevos clientes mediante el manejo seleccionado de presentaciones tanto retornables como no retornables.

Tenemos la capacidad para competir eficazmente en entornos de mercado retadores. En México, uno de los mercados de refrescos más grandes del mundo, estamos manteniendo el liderazgo y mejorando gradualmente nuestra rentabilidad, a pesar de las fuertes presiones competitivas y de costos. A través del proceso de integración, generamos importantes sinergias de abastecimiento y manufactura, lo que nos permitió compensar los mayores costos de materias primas y enfrentar un entorno competitivo más complejo. Además, nuestro eficaz manejo del portafolio y el enfoque a la ejecución disciplinada en el punto de venta, permitió estabilizar los ingresos de refrescos y mejorar nuestro margen de operación.

Hacia adelante, continuaremos trabajando muy de cerca con The Coca-Cola Company para aprovechar nuestro conocimiento de las variables de mercado locales y desarrollar un portafolio preciso de productos y presentaciones para satisfacer a nuestros clientes en cualquier situación de consumo.



MARGEN DE OPERACIÓN 2004 EN MÉXICO





FEMSA CERVEZA



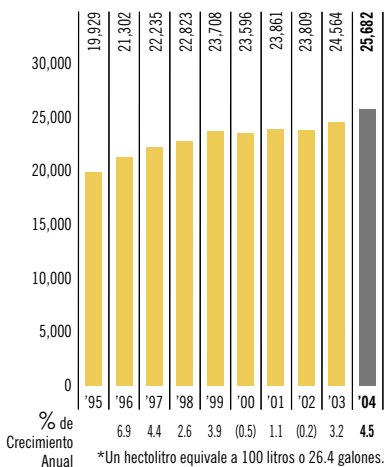
PRECISIÓN

DIFERENCIACIÓN

SEGMENTACIÓN

SATISFACCIÓN

VOLUMEN TOTAL
(millones de hectolitros*)



Para FEMSA Cerveza, precisión significa contar con marcas poderosas orientadas a satisfacer las diversas preferencias de los consumidores a los cuales servimos. Con un portafolio de 16 marcas de cervezas de alta calidad, empaques innovadores y promociones para atraer al consumidor en el punto de venta, generamos un crecimiento de mercado rentable, a pesar de una agresiva competencia, mayores costos de insumos y menores precios reales de nuestros productos.

En el 2004 realizamos grandes avances en nuestro objetivo de crecimiento rentable en el volumen, al mismo tiempo que generamos valor para la industria cervecera mexicana. Este desempeño favorable tiene como base un nuevo esquema de negocios, diseñado para ofrecer al consumidor la marca, la presentación y el precio adecuados para prácticamente cualquier ocasión de consumo.

También avanzamos de manera importante en la ejecución de la estrategia de diferenciación de marcas y sentamos las bases para mejorar nuestras capacidades de administración de ingresos. A principios del 2004, iniciamos el establecimiento de una nueva estructura diferenciada de precios para nuestras marcas. Durante el año, a través de una estrategia de producto-mercado, aumentamos 25% el número de presentaciones (SKUs), incluyendo la única presentación de 40 onzas en México de Sol Brava, que combina la fresca de Sol en un líquido más fuerte. También lanzamos los multiempaques de 12, 18 y 24 unidades y la botella retornable de 12 onzas de Tecate Light, la cerveza ligera número uno en México, así como diversas presentaciones adaptadas a ocasiones de consumo específicas como el Carnaval y ferias locales. Todas estas innovaciones van en línea con la estrategia de construir un completo y diferenciado portafolio de marcas para seguir incrementando la rentabilidad. Logramos expandir exitosamente todo



25%

Innovación Rentable

El incremento del 25% en el número de presentaciones (SKUs) en el 2004, demuestra nuestra habilidad para competir e influenciar la dirección de la industria.



79%

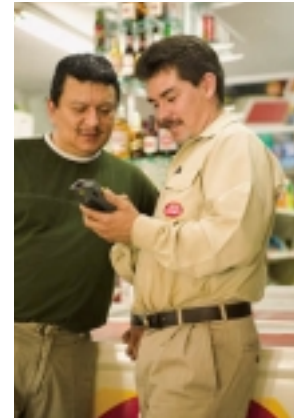
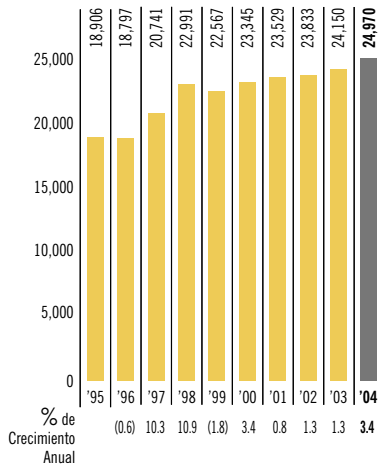
Precisión

Estamos haciendo un esfuerzo consistente en la transformación de nuestras operaciones de cerveza. En el 2004, 79% del volumen de ventas directas fue realizado a través de la nueva infraestructura de sistemas ERP.



INGRESOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



nuestro portafolio y nuevamente hacer de Sol la cerveza de mayor crecimiento en México.

También realizamos grandes progresos en la estrategia de segmentación de mercado. Consecuentemente, ahora podemos clasificar mejor nuestros mercados, conducir en forma más detallada el análisis de las preferencias y patrones de compra de los consumidores, así como desarrollar formas más especializadas para promover nuestras marcas en cada canal, ubicación o situación de consumo. Además, fuimos capaces de responder mejor a iniciativas de la competencia, con acciones en canales y marcas específicos, en lugar de respuestas en todo el mercado.

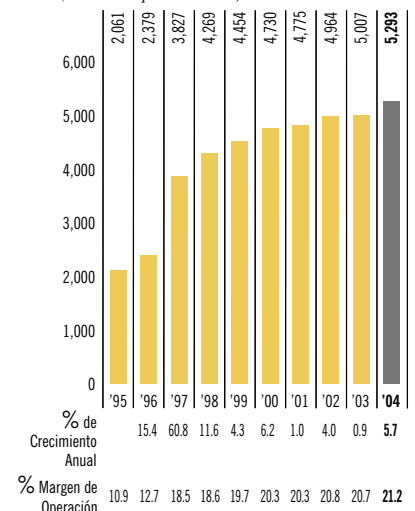
Adicionalmente, maximizamos nuestra flexibilidad de maniobra. Durante agosto, FEMSA completó la compra del 30% de FEMSA Cerveza y recuperó así el derecho de comercializar y distribuir nuestras cervezas en los Estados Unidos. A partir del primero de enero del 2005, Heineken USA se convirtió en el importador, comercializador y distribuidor exclusivo de nuestras marcas de cerveza en los Estados Unidos. Heineken nos brinda una excelente plataforma comercial, junto con un sólido y altamente complementario portafolio de productos y posicionamiento geográfico. Al mismo tiempo, firmamos un convenio de largo plazo con Coors Brewing Company, a través del cual nos convertimos en el importador y distribuidor exclusivo de su popular marca Coors Light en México, lo que nos permite ofrecer un importante producto en la categoría de cervezas importadas super-premium.

Como resultado, todas éstas iniciativas, deberán capacitarnos mejor para capitalizar las favorables condiciones de mercado de largo plazo, incluyendo el atractivo crecimiento demográfico en México y su gran potencial de crecimiento en el consumo per-capita, así como la creciente demanda de cervezas importadas por parte de los consumidores estadounidenses, satisfaciendo así la sed de nuestros consumidores en estos dos importantes mercados.

En el 2004, logramos importantes resultados en la profunda y amplia transformación de FEMSA Cerveza. El compromiso de renovar nuestra compañía, requiere una alineación desde los altos niveles de la organización, hasta nuestra fuerzas de ventas en todo el país. Para lograrlo, es necesario tener pasión, creatividad, disciplina e innovación. Por ello, apreciamos el empuje y dedicación de todos nuestros colaboradores y estamos confiados y preparados para enfrentar un mayor entorno competitivo.

UTILIDAD DE OPERACIÓN

(antes del pago de servicios corporativos)
(millones de pesos del 2004)





FEMSA COMERCIO



PRECISIÓN

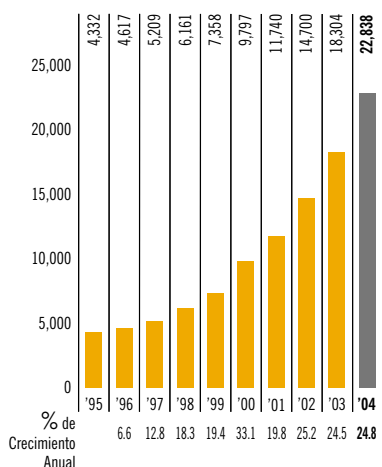
EXPANSIÓN

UBICACIÓN

PENETRACIÓN

INGRESOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



Muy pocas tiendas de conveniencia han puesto en acción el principio de precisión tan exitosamente como Oxxo, la cadena de tiendas de conveniencia más importante en su tipo en América Latina y el más importante vendedor de cerveza, Coca-Cola y refrescos en México. Nuevamente Oxxo incrementó sus ingresos en más de 24% en el 2004. Dos terceras partes de este crecimiento se generaron por la apertura de 668 tiendas, y el tercio restante por un aumento en las ventas de las tiendas existentes en el 2003 (ventas mismas tiendas).

Para Oxxo, la precisión inicia con una correcta ubicación. Combinamos nuestros parámetros de desempeño centralizados con el conocimiento de las preferencias y costumbres locales, para seleccionar los puntos que ofrecen el mayor potencial de crecimiento. Desde estos lugares, hacemos algo más que sólo vender productos. Nos convertimos en parte del estilo de vida de nuestros clientes. Diseñamos a la medida la oferta de productos y su comercialización, a fin de adecuarnos a sus necesidades y les ofrecemos facilidades como la opción de pagar los recibos de servicios básicos en nuestras tiendas, mientras que el cliente aprovecha para comprar algunos alimentos o quizás un café recién hecho.

No sólo generamos valor para nuestros clientes, sino también para FEMSA como un todo. Funcionamos como una extensión estratégica para las operaciones de

668 nuevas tiendas

Una Historia de Crecimiento Rentable

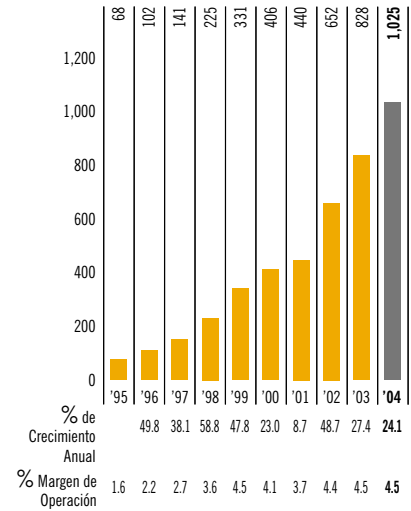
Con 668 nuevas tiendas Oxxo durante 2004, ahora tenemos 3,466, las cuales generaron más de \$2,000 millones de dólares de ingreso y un crecimiento de más de 24%.





UTILIDAD DE OPERACIÓN

(antes del pago de servicios corporativos)
(millones de pesos del 2004)



refrescos y cerveza de nuestra compañía. De hecho, somos el cliente individual más grande de The Coca-Cola Company en México y uno de los más importantes en Latinoamérica. Más aún, nos hemos convertido en el principal cliente individual de FEMSA Cerveza, comprando aproximadamente el 7% de su volumen en el 2004. Los especialistas en mercadotecnia de cerveza pueden trabajar en conjunto con Oxxo para determinar la ubicación de una nueva tienda, a fin de penetrar en mercados nacionales de cerveza retadores o bien consolidar nuestra posición en otros.

También proporcionamos una valiosa inteligencia de mercado, así como una plataforma de pruebas para nuevos productos y presentaciones en todos nuestros mercados. Gracias a esta sinergia única, estamos bien posicionados para alimentar el crecimiento de nuestra empresa en los años por venir.

Oxxo continúa con su objetivo de expandir su cobertura e incrementar la penetración de mercado de FEMSA, alcanzando más de \$2,000 millones de dólares en ventas, un destacado crecimiento del 24% y estabilidad en sus márgenes, a pesar de que sigue invirtiendo en tecnología de puntos de venta y en el entrenamiento del personal que atiende a los clientes.



RESPONSABILIDAD SOCIAL



BUEN CIUDADANO CORPORATIVO

GENERADOR DE VALOR

DESARROLLO SUSTENTABLE

El compromiso de responsabilidad social forma parte integral de nuestra cultura corporativa, la cual está fundamentada en los valores que hemos fomentado por más de un siglo. Nuestro desempeño social es un claro reflejo de nuestra calidad de vida, los altos estándares de ética y gobierno corporativo, la relación con nuestras comunidades y el cuidado por la preservación del medio ambiente.

CALIDAD DE VIDA

Esta es la piedra angular de nuestra cultura de responsabilidad social; es una parte esencial para el exitoso desarrollo de nuestros colaboradores y sus familias, nuestra organización y la sociedad. Las iniciativas para apoyar una buena calidad de vida incluyen la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa, la Clínica Cuauhtémoc y Famosa, y el Programa de Integración Laboral para personas con capacidades diferentes.

Fundada en 1918 para promover el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias, las 78 asociaciones y 10 centros recreativos de SCYF están basados en seis principios: trabajo, ahorro, igualdad, democracia, unidad y libertad. Como su nombre lo indica, el programa de integración laboral promueve la igualdad de oportunidades de empleo y desarrollo para personas que tienen una condición física



diferente. Como premio a este esfuerzo, en el 2004, recibimos el reconocimiento “Empresa Incluyente” por parte de la Secretaría del Trabajo del gobierno de México. También, la Clínica Cuauhtémoc y Famosa, una institución sin fines de lucro que sirve a nuestros colaboradores y sus familias, obtuvo el “Premio Nacional de Calidad” por parte de la Secretaría de Economía.

ETICA Y GOBIERNO CORPORATIVO

Nuestro código de ética señala la conducta que cada uno de nuestros colaboradores y miembros del consejo debe seguir tanto dentro como fuera de la compañía. Nuestras decisiones y acciones corporativas se realizan bajo la premisa de un buen gobierno corporativo. Buscamos ofrecer transparencia financiera, brindar público acceso a información y establecer igualdad de relaciones con nuestros inversionistas.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Nuestra historia está ligada al apoyo y la creación de instituciones filantrópicas, educativas, culturales y sociales que han impactado de manera importante el desarrollo de México. Desde 1910 hemos fundado escuelas e instituciones técnicas para capacitar a nuestros colaboradores y educar a sus hijos. En 1943, se funda el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), bajo el liderazgo de Don Eugenio Garza Sada, en ese entonces Director General de Cervecería Cuauhtémoc. Actualmente, el ITESM es una de las universidades privadas de mayor prestigio de Latinoamérica y en la cual nos mantenemos como uno de sus patrocinadores más comprometidos.

Estilo de Vida Responsable

En el 2002, FEMSA Cerveza creó el Taller de Formación de Vida Responsable (VIRE), a fin de impulsar una mayor consciencia entre los adolescentes sobre la importancia del proceso responsable de toma de decisiones. Con este objetivo, iniciamos un programa que ofrece una serie de actividades, incluyendo conferencias en escuelas y universidades, foros abiertos, ruedas de prensa y visitas a autoridades estatales que permiten explorar y desarrollar iniciativas en cuatro atributos principales: talento, esfuerzo, disciplina y carácter. Además, hace más de una década, fuimos la primera empresa mexicana en promover el programa de Conductor Designado, el cual ha sido implantado en 125 universidades en todo México.

Reconocimiento a Logros de la Comunidad

Establecido en 1993, el Premio Eugenio Garza Sada, reconoce a personas e instituciones, cuyas acciones reflejan los valores que distinguieron a Don Eugenio Garza Sada y personifican nuestros principios corporativos, como honestidad, integridad y creación de valor económico y social.

Las iniciativas sociales de FEMSA Comercio se reflejan a través del Programa de Responsabilidad Social de Oxxo. A dos años de haber iniciado actividades, el *Programa de Redondeo Oxxo* (PRO) opera actualmente en 26 ciudades y ha entregado más de \$31 millones a más de 110 instituciones de beneficencia en México, a nombre de los clientes de Oxxo que aceptaron redondear sus compras al siguiente peso.

Apoyo a las Artes, Cultura y Deportes

Por más de 30 años hemos lanzado diversas iniciativas culturales para promover las artes en nuestras comunidades. Entre las más importantes están la Colección FEMSA y el Certamen Bienal Monterrey FEMSA. Durante el 2004, con selecciones especiales de la Colección FEMSA, que incluye más de 1,000 obras de importantes artistas mexicanos e internacionales, organizamos seis exposiciones en diversas ciudades, con una afluencia de más de 60 mil visitantes. Estos eventos apoyaron los programas de relaciones públicas de nuestros operadores locales. La Bienal Monterrey FEMSA es uno de los certámenes de arte más importantes en México, contando con una entusiasta participación de varios cientos de artistas, a través de casi 1,500 obras, que representan el movimiento artístico de México.

CUIDADO Y PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

Todas nuestras empresas trabajan para cumplir con su compromiso de cuidado, respeto y preservación del medio ambiente en todos sus procesos, productos e instalaciones. Las empresas buscan cumplir con lo anterior a través de diversos programas y actividades complementarias como el programa de Auditoría Ambiental, el de Industria Limpia, mediante el cual, más del 95% de nuestras plantas han recibido la certificación como “*Industria Limpia*” y el Sistema Ambiental de Coca-Cola, conocido como eKOsystem, diseñado para impulsar la industria de bebidas hacia la sustentabilidad. Durante el 2004, tres de nuestras plantas cerveceras obtuvieron el premio de “*Excelencia Ambiental*” por parte de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).



INTEGRIDAD

CALIDAD

TRANSPARENCIA

LIDERAZGO

FEMSA se enorgullece de contar con altos estándares de ética y gobierno corporativo, así como de la calidad de sus prácticas de difusión de información. La empresa es una de líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas, establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.

FEMSA está consciente de que sus consejeros independientes proporcionan una invaluable contribución tanto a su proceso de toma de decisiones corporativas, como a la protección del valor de sus accionistas. Hacia delante, FEMSA continuará cumpliendo con los estándares de ética y gobierno corporativo.

COMITÉ DE AUDITORÍA

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

COMITÉ DE EVALUACIÓN Y COMPENSACIÓN

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

COMITÉ DE PLANEACION Y FINANZAS

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

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

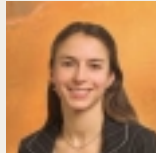
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN



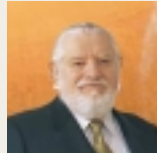
1



2



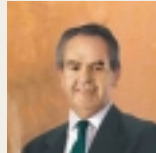
3



4



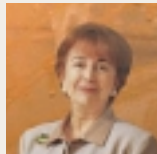
5



6



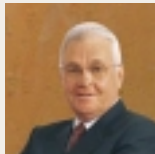
7



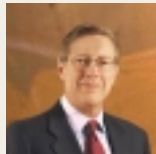
8



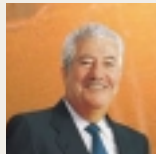
9



10



11



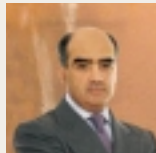
12



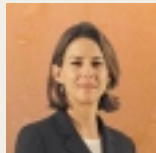
13



14



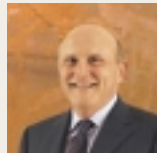
15



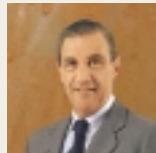
16



17



18



19

1 Eugenio Garza Lagüera¹
 Presidente Honorario Vitalicio
 de FEMSA
 Electo en 1960
 Suplente: Mariana Garza de Treviño

2 José Antonio Fernández Carbajal¹
 Presidente del Consejo de
 Administración y Director General
 Ejecutivo de FEMSA
 Electo en 1984
 Suplente: Federico Reyes García

3 Paulina Garza de Marroquín¹
 Miembro del Consejo
 FEMSA
 Electa en 2004
 Suplente: Francisco Javier Fernández

4 José Calderón Ayala^{1†}
 Presidente del Consejo de
 Administración y Director General
 Ejecutivo de Servicios Administrativos
 de Monterrey, S.A. de C.V.
 Empresa de Bienes Raíces
 Electo en 1955
 Suplente: José Francisco Calderón Rojas

5 Max Michel Suberville^{1a}
 Presidente del Consejo de
 Administración de El Puerto de
 Liverpool, S.A. de C.V.
 Tiendas Departamentales
 Electo en 1985
 Suplente: Max Michel González

6 Alberto Bailleres¹
 Presidente del Consejo de
 Administración y Presidente Ejecutivo
 Grupo Bal. Empresa Minera y
 Metalúrgica, de Seguros y de
 Tiendas Departamentales
 Electo en 1995
 Suplente: Arturo Fernández Pérez

7 Eduardo A. Elizondo^{2bt}
 Miembro del Consejo
 Grupo Financiero BBVA
 Bancomer, S.A. de C.V.
 Institución Financiera
 Electo en 1995
 Suplente: Juan Guichard Michel

8 Consuelo Garza de Garza¹
 Fundadora y ex-Presidenta ANSPAC
 Organización Filantrópica
 Electa en 1995
 Suplente: Alfonso Garza Garza

9 Lorenzo H. Zambrano Treviño^{2a}
 Presidente del Consejo y Director
 General Ejecutivo
 Cementos Mexicanos, S.A. de C.V.
 (CEMEX)
 Industria de Cemento
 Electo en 1995
 Suplente: Francisco Garza Zambrano

10 Helmut Paul^{2b}
 Consultor, International Finance
 Corporation (IFC)
 Institución Financiera
 Electo en 1988
 Suplente: Antonio Elosúa Muguierza

11 Robert E. Denham^{2c}
 Socio de Munger, Tolles & Olson LLP
 Firma Legal
 Electo en 2001
 Suplente: Sergio Deschamps Ebergenyi

12 Carlos Salguero^{2a}
 Ex-Vicepresidente Ejecutivo
 Philip Morris International
 Empresa de Tabaco y Bebidas
 Electo en 1995
 Suplente: Eduardo Padilla Silva

13 Alfredo Livas Cantú^{3c}
 Presidente
 Praxis Financiera, S.C.
 Empresa de Consultoría Financiera
 Electo en 1995
 Suplente: José González Ornelas

14 Roberto Servitje Sendra^{3a}
 Presidente del Consejo
 Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V.
 Empresa de Alimentos
 Electo en 1995
 Suplente: Alfredo Martínez Urdal[†]

15 Luis Téllez Kuenzler^{2c}
 Co-Director General
 The Carlyle Group
 Institución Financiera
 Electo en 2001
 Suplente: Armando Garza Sada

16 Bárbara Garza Gonda¹
 Presidenta de la Fundación
 Cultural Bancomer
 Institución de Promoción Cultural
 Electa en 2002
 Suplente: Carlos Salazar Lomelín

17 José Manuel Canal Hernando^{2b}
 Consultor Independiente
 Firma de Contabilidad
 Electo en 1988
 Suplente: Othón Páez Garza

18 Ricardo Guajardo Touché^{3c}
 Presidente del Comité de Auditoría de
 BBVA Bancomer S.A. de C.V.
 Institución Financiera
 Electo en 1988
 Suplente: Eva Garza de Fernández

19 Alexis E. Rovzar de la Torre^{2b}
 Socio Ejecutivo, White & Case S.C.
 Firma Legal
 Electo en 1989
 Suplente: Lorenzo Garza Hinojosa

Comisario Propietario
 Ernesto González Dávila

Comisario Suplente
 Ernesto Cruz Velázquez de León

Secretario
 Alfredo Livas Cantú

Secretario Suplente
 Carlos E. Aldrete Ancira

Comités:
 1) Accionista
 2) Independiente
 3) Relacionado
 a) Evaluación y Compensación
 b) Auditoría
 c) Finanzas y Planeación

EQUIPO DIRECTIVO

TALENTO

DISCIPLINA

EXPERIENCIA

Como empresa de bebidas líder, nos sentimos muy afortunados de contar con un talentoso equipo ejecutivo para guiarnos en el camino de la excelencia. Nuestro equipo sigue construyendo sobre la base de una exitosa trayectoria de crecimiento rentable, generando valor año tras año. En conjunto, este equipo maneja el difícil balance entre crecimiento de mercado y rentabilidad, protegiendo y fortaleciendo simultáneamente el valor de nuestra compañía y de la industria, garantizando además el legado de integridad de FEMSA hacia el futuro.

En el 2004, le dimos el adiós a nuestro amigo y colega Alfredo Martínez Urdal, Director General Adjunto de FEMSA, quien falleció luego de padecer una larga enfermedad. Don Alfredo fue un extraordinario maestro, que compartió su vasta experiencia y habilidad con nuestro talentoso equipo ejecutivo.

A través de disciplina, dedicación y el liderazgo como el de Don Alfredo, tenemos el equipo adecuado y los planes en marcha para asumir nuevos retos y construir sobre la base de la exitosa trayectoria de FEMSA.

JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ CARBAJAL

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

Nacido en 1954, José Antonio Fernández Carbajal fue designado Director General Ejecutivo de FEMSA en enero de 1995 y Presidente del Consejo en marzo del 2001. Ingresó a FEMSA en 1988, ocupando diferentes puestos en el corporativo de FEMSA, así como en el área comercial de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma. Adicionalmente, fue Director General de Cadena Comercial Oxxo. Es Presidente del Consejo de Administración de Coca-Cola FEMSA y Vicepresidente del Consejo de Administración del Tecnológico de Monterrey (ITESM). Es egresado de la carrera de Ingeniería Industrial y de Sistemas en el ITESM y obtuvo la Maestría en Administración en esa misma institución.

FEDERICO REYES GARCÍA

Director de Finanzas y Desarrollo Corporativo FEMSA

Nacido en 1945, Federico Reyes García ingresó a FEMSA en 1992 como Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA, posición que ocupó hasta 1993. Posteriormente colaboró como asesor externo también en FEMSA. Entre 1993 y 1999 ocupó diversos cargos como la Dirección General de Seguros Monterrey Aetna, S.A. y Valores Monterrey Aetna; así como la Dirección General Adjunta de Grupo Financiero Bancomer Sector Seguros y Pensiones. Se reintegró a FEMSA en 1999. Es egresado de la carrera de Contador Público del ITESM en 1967.

RICARDO GONZÁLEZ SADA

Director de Planeación y Recursos Humanos FEMSA

Nacido en 1955, Ricardo González Sada ingresó por primera vez a FEMSA en 1977 laborando un año en el área de Recursos Humanos, para posteriormente continuar con sus estudios de maestría. Entre 1980 y el 2000 se incorpora a Vitro donde colabora por 20 años, los tres últimos como Presidente del Consejo y Director General de Vidrio Plano. Reingresó a FEMSA en el 2000. Estudio Ingeniería Industrial y de Sistemas del ITESM. Cuenta con una Maestría en Administración de Empresas en el Instituto de Estudios Superiores de la Empresa (IESE), Universidad de Navarra, España.

JOSÉ GONZÁLEZ ORNELAS

Director de Administración y Control Operativo FEMSA

José González Ornelas nació en 1951 y asumió su actual cargo en 2002. Ingresó a FEMSA en 1979, ocupando diversas posiciones incluyendo la Dirección de Finanzas de FEMSA Cerveza, la Dirección de Planeación y Desarrollo Corporativo de FEMSA y la Dirección General de FEMSA Logística. Es egresado de la carrera de Contador Público del ITESM. Cuenta con una Maestría en Administración de Empresas en el IPADE. También está certificado como Contador Público Auditor.

CARLOS SALAZAR LOMELÍN

Director General de Coca-Cola FEMSA

Nacido en 1951, Carlos Salazar Lomelín ha desarrollado toda su trayectoria laboral en FEMSA desde 1973, donde ha ocupado diferentes puestos que incluyen: Director de Grafo Regia y Director General de FEMSA Cerveza. Fue designado Director General de Coca-Cola FEMSA en el 2000. Fue Presidente de la Comisión Siglo XXI para la Ciudad de Monterrey. Es egresado de la carrera de Economía del ITESM. Cuenta con estudios de post-grado en administración y en Desarrollo Económico en Italia.

JAVIER ASTABURUAGA SANJINES

Director General Operativo de FEMSA Cerveza

Javier Astaburuaga Sanjines nació en 1959, asumiendo su actual cargo en octubre del 2003. Ingresó a FEMSA en 1982 como analista de información financiera y posteriormente en las áreas de desarrollo corporativo, administración y finanzas. Entre 1993 y 2001, ocupó diversas posiciones directivas en FEMSA Cerveza. Antes de asumir su actual responsabilidad fue Director Comercial en la zona norte de FEMSA Cerveza. Es egresado de la carrera de Contador Público del ITESM.

JORGE LUIS RAMOS SANTOS

Director General Comercial FEMSA Cerveza

Nacido en 1952, Jorge Luis Ramos Santos se incorporó a FEMSA en 1996 como Director de Recursos Humanos de FEMSA Cerveza, posición que ocupó hasta 1999 cuando fue designado Director Comercial de la zona sur de México. Asumió su actual cargo en octubre del 2003. Entre 1978 y 1996 ocupó diversas posiciones en empresas como Industrias Monterrey, Grupo Financiero Serfín, Orión e Hylsa. Es egresado del ITESM y cuenta con una Maestría en Administración de Negocios en la Universidad de Pennsylvania (Wharton).

EDUARDO PADILLA SILVA

Director General FEMSA Comercio

Eduardo Padilla Silva nació en 1955. Ingresó a FEMSA en 1997 como Director de Planeación y Control. En enero del 2000 fue nombrado Director de la División de Negocios Estratégicos. Antes de incorporarse a FEMSA, laboró durante 20 años en ALFA, donde de 1978 a 1997 ocupó la Dirección General de Terza, S.A. de C.V. Es egresado de la carrera de Ingeniero Mecánico Administrador del ITESM en 1976. Obtuvo la Maestría en Administración en Cornell University.

SERGIO SÁENZ GARZA

Director General de FEMSA Insumos Estratégicos

Nacido en 1950, Sergio Sáenz Garza ocupa su actual posición a partir de octubre del 2003. Ingresó a FEMSA en 1980 al departamento de Planeación Estratégica, en donde permaneció hasta 1984. De 1985 a 1999 laboró para Imsalum donde fue nombrado Director General en 1995. Se reincorporó a FEMSA en 1999 como Director de Finanzas de FEMSA Cerveza. Es egresado de la carrera de Ingeniería Química en la Universidad Autónoma de Nuevo León y cuenta con una Maestría en Administración de Negocios en la Universidad de Texas.

HÉCTOR FRANCISCO NÁJERA LOZANO

Director de Procesos de Negocio y Tecnología de Información

Héctor Francisco Nájera Lozano nació en 1947. Asumió su actual cargo en julio del 2004. Ingresó a FEMSA en 1993, laborando en diversas áreas de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, donde ocupó la Dirección de Desarrollo de Mercados. Antes de incorporarse a FEMSA, fue Director de Manufactura de Deacero y Director de Operaciones de Cuprum. Héctor Nájera es egresado de la carrera de Ingeniero Mecánico Administrador en el ITESM y obtuvo la Maestría en Ingeniería Industrial en la Universidad de Toledo, Ohio.



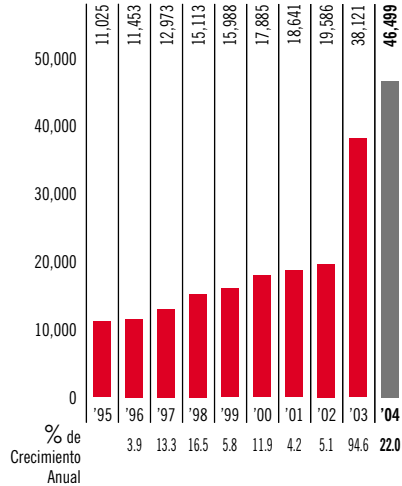
IN MEMORIAM

Alfredo Martínez Urdal
*Director General Adjunto
de FEMSA*

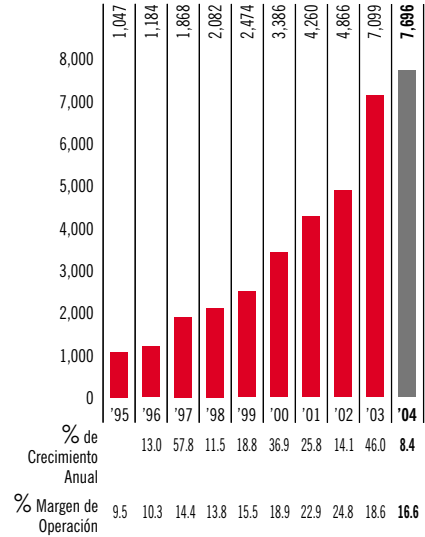
1931-2004

COCA-COLA FEMSA

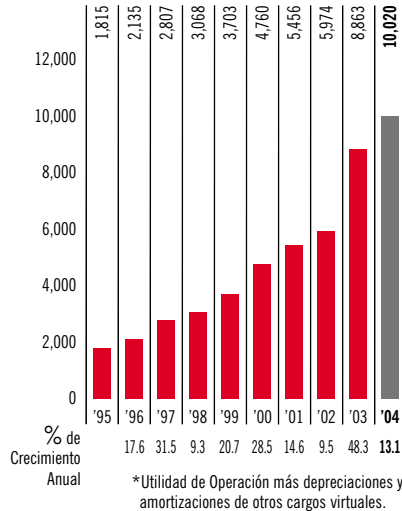
INGRESOS TOTALES (millones de pesos del 2004)



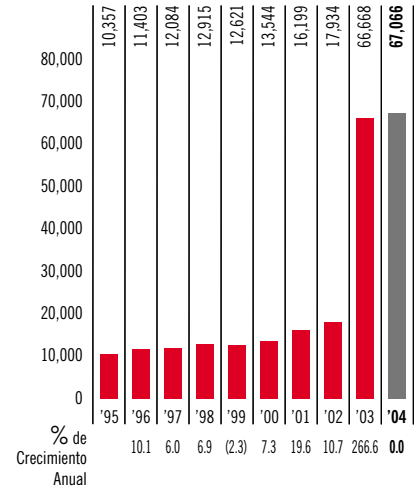
UTILIDAD DE OPERACIÓN (millones de pesos del 2004)



FLUJO BRUTO DE OPERACIÓN (EBITDA)* (millones de pesos del 2004)



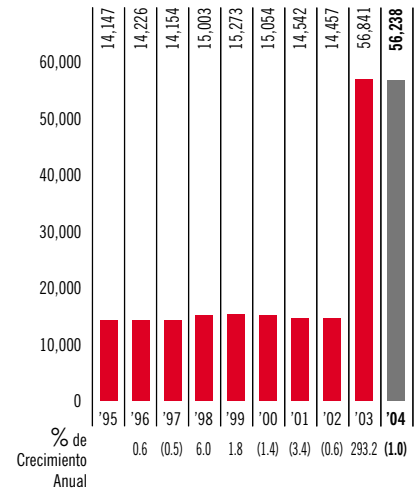
ACTIVOS TOTALES (millones de pesos del 2004)



Una Integración Exitosa

Coca-Cola FEMSA concluyó exitosamente su proceso de consolidación y está empezando a cosechar los resultados. Durante 2004, generó ingresos por más de \$46,400 millones de pesos, una utilidad de operación por encima de \$7,600 millones de pesos y una utilidad neta superior a \$5,400 millones de pesos, lo que resultó en una utilidad por acción de \$2.93 pesos. Hacia el futuro, nuestra diversificación geográfica nos permitirá tener un crecimiento de nuestras ventas y utilidades.

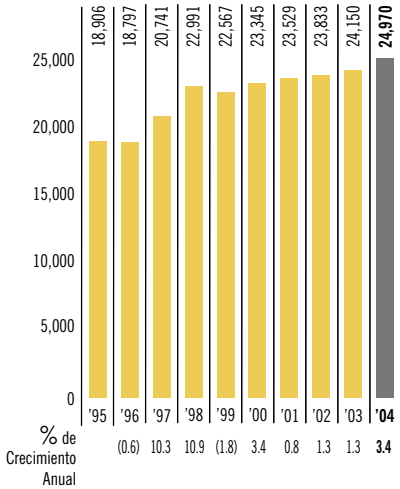
PERSONAL



FEMSA CERVEZA

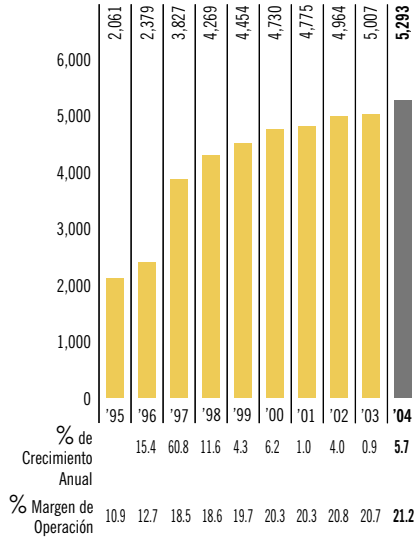
INGRESOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



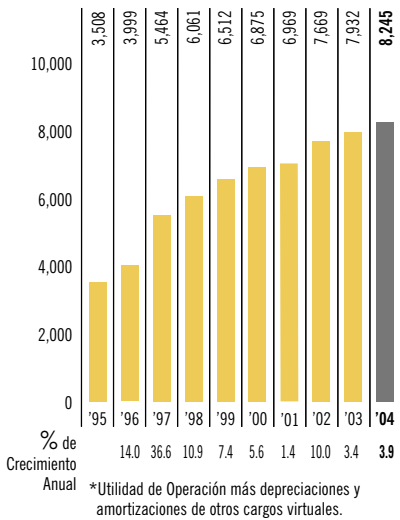
UTILIDAD DE OPERACIÓN

(antes del pago de servicios corporativos)
(millones de pesos del 2004)



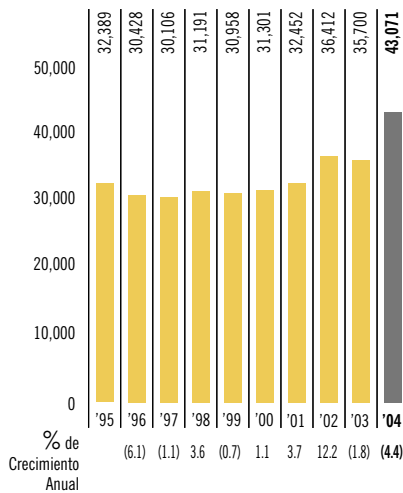
FLUJO BRUTO DE OPERACIÓN (EBITDA)*

(millones de pesos del 2004)

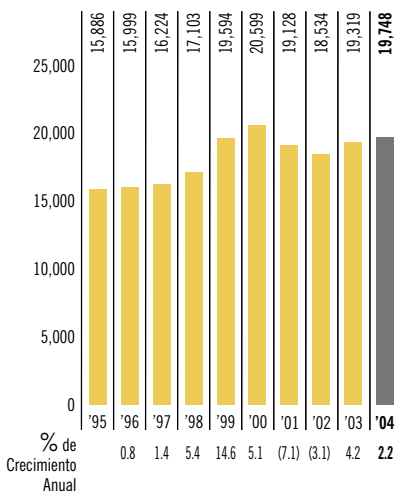


ACTIVOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



PERSONAL



Crecimiento Rentable en Participación de Mercado

FEMSA Cerveza realizó grandes avances en su esquema de negocios. La empresa fue capaz de incrementar su participación de mercado y alcanzar un retorno sobre la inversión de más del 11%, a pesar de un difícil entorno. Además, la propiedad del 100% de FEMSA Cerveza nos permite una mayor flexibilidad de maniobra y establece las bases para una nueva etapa de crecimiento en la exportación de nuestros productos. Hacia adelante, continuaremos operando nuestra compañía con una orientación de largo plazo. Mantendremos un balance entre nuestra rentabilidad, el desarrollo de nuestras marcas y el crecimiento de nuestro mercado, al mismo tiempo que mantenemos e incrementamos el valor de nuestra industria.

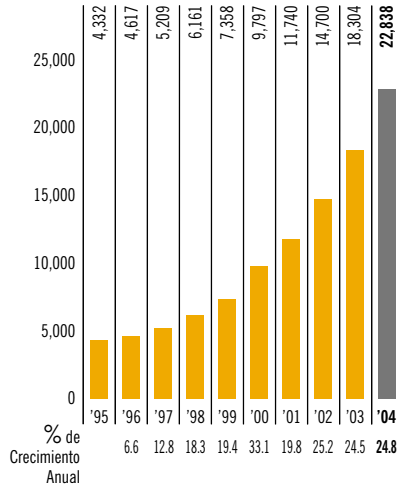
FEMSA COMERCIO

Expansión Precisa y Penetración de Mercado

Una vez más FEMSA Comercio generó un destacado crecimiento de más del 20% en sus ingresos. Oxxo es la cadena de tiendas de conveniencia más rentable en América Latina, con ventas por más de \$2,000 millones de dólares, un destacado crecimiento de 24% y una estabilidad en los márgenes, estamos encaminados hacia una mayor expansión en la cobertura de Oxxo y una más amplia penetración de mercado de FEMSA.

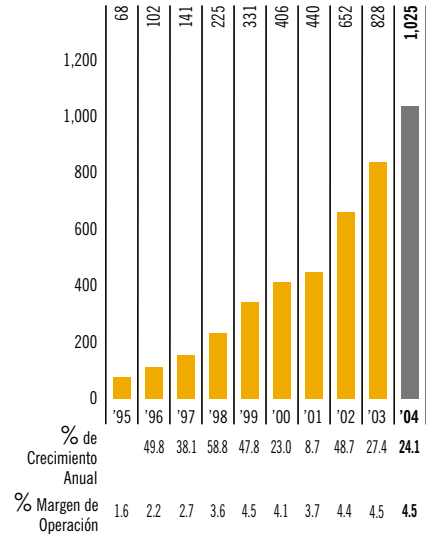
INGRESOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



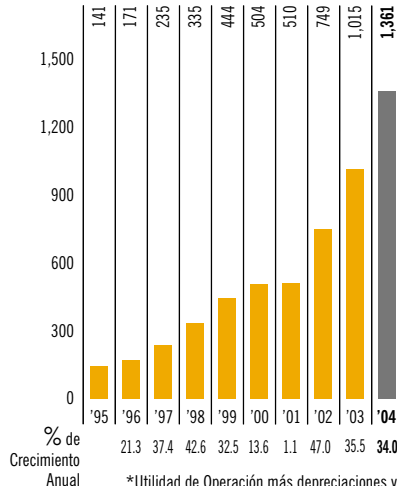
UTILIDAD DE OPERACIÓN

(antes del pago de servicios corporativos)
(millones de pesos del 2004)



FLUJO BRUTO DE OPERACIÓN (EBITDA)*

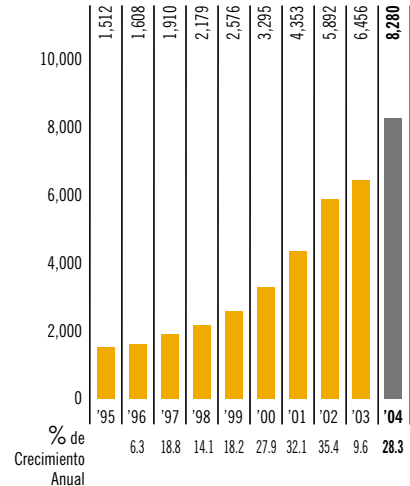
(antes del pago de servicios corporativos)
(millones de pesos del 2004)



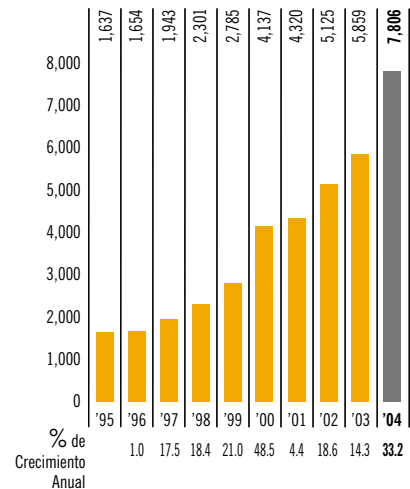
*Utilidad de Operación más depreciaciones y amortizaciones de otros cargos virtuales.

ACTIVOS TOTALES

(millones de pesos del 2004)



PERSONAL



RESUMEN FINANCIERO 2004

CONTENIDO

Resumen Financiero	30
Análisis y Discusión de Resultados	32
Dictamen de los Auditores Independientes	36
Estados Consolidados de Situación Financiera	37
Estados Consolidados de Resultados	38
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera	39
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	40
Notas a los Estados Financieros Consolidados	42
Directorio de Oficinas	76

RESUMEN FINANCIERO

Cifras expresadas en millones de pesos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2004.

	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995
Estado de Resultados										
Ventas netas	Ps. 93,478	Ps. 79,854	Ps. 57,770	Ps. 54,966	Ps. 52,629	Ps. 47,695	Ps. 45,353	Ps. 39,266	Ps. 35,159	Ps. 34,818
Ingresos totales	93,956	80,154	57,997	55,137	52,702	47,765	45,488	39,548	35,251	34,929
Costo de ventas	49,969	41,712	28,869	27,432	26,186	24,390	24,774	21,617	20,849	20,627
Utilidad bruta	43,987	38,442	29,128	27,705	26,516	23,375	20,714	17,931	14,402	14,302
Gastos de operación	30,249	25,802	18,928	18,461	18,225	15,940	14,275	12,261	10,991	11,393
Utilidad de operación	13,738	12,640	10,200	9,244	8,291	7,435	6,439	5,670	3,411	2,909
Resultado integral de financiamiento	1,286	3,495	332	239	1,660	44	1,917	423	(1,265)	1,702
Participación en compañías asociadas	(63)	(31)	(92)	(36)	(40)	(64)	(78)	(70)	(75)	(32)
Otros gastos (productos), neto	871	667	960	301	(281)	110	504	300	(201)	226
Impuestos	2,395	3,584	3,960	3,228	2,750	2,369	1,266	1,091	685	620
Utilidad neta antes de cambio en política contable	9,249	4,925	5,040	5,512	4,202	4,976	2,830	3,926	4,267	393
Cambio en política contable	—	—	—	32	—	—	—	—	—	—
Utilidad neta consolidada del ejercicio	9,249	4,925	5,040	5,480	4,202	4,976	2,830	3,926	4,267	393
Utilidad neta mayoritaria	5,831	3,302	3,100	3,728	3,014	3,771	1,916	1,689	2,077	(388)
Utilidad neta minoritaria	3,418	1,623	1,940	1,752	1,188	1,205	914	2,237	2,190	781
Razones a ingresos totales (%)										
Margen bruto (utilidad bruta/ventas)	47.1%	48.1%	50.4%	50.4%	50.4%	49.0%	45.7%	45.7%	41.0%	41.1%
Margen de operación	14.6%	15.8%	17.6%	16.8%	15.7%	15.6%	14.2%	14.3%	9.7%	8.3%
Otra información										
Depreciación	3,751	3,319	2,638	2,548	2,685	2,455	2,121	2,107	2,026	1,453
Cargos virtuales	2,703	2,365	2,115	1,706	1,707	1,450	1,221	1,009	854	723
Flujo de operación	20,192	18,324	14,953	13,498	12,683	11,340	9,781	8,786	6,291	5,085
Inversiones en activo fijo ⁽¹⁾	6,902	7,137	6,077	5,674	5,010	4,770	5,875	5,039	4,712	3,869
Balance										
Activos										
Activo Circulante	20,879	21,245	25,715	17,546	14,575	12,068	11,225	10,690	10,097	10,511
Inversión en acciones	759	1,011	605	493	572	1,394	1,387	1,541	1,201	2,747
Propiedades, Planta y Equipo	44,291	44,814	32,728	31,706	31,269	31,816	32,738	31,251	31,015	33,489
Otros Activos	7,903	7,876	6,175	5,244	4,284	4,039	3,555	2,822	1,768	1,418
Activos Intangibles y Crédito Mercantil	46,845	36,707	652	1,019	1,967	1,952	2,209	2,405	1,906	1,669
Total Activo	120,677	111,653	65,875	56,008	52,667	51,269	51,114	48,709	45,987	49,834
Pasivos										
Deuda a corto plazo	9,526	5,353	4,379	1,713	1,957	2,281	3,857	4,744	6,483	2,783
Pasivo circulante	13,969	12,544	8,567	7,695	7,246	7,002	5,369	4,986	4,460	4,568
Deuda a largo plazo	36,285	35,171	10,721	7,784	8,421	8,776	10,911	13,500	10,886	17,743
Obligaciones laborales	1,946	1,942	1,174	878	814	617	1,148	1,167	1,298	1,472
Impuesto sobre la renta diferido	4,157	5,217	4,388	4,334	4,686	—	—	—	—	—
Otros pasivos	2,749	2,754	593	623	383	411	161	181	290	336
Total Pasivo	68,632	62,981	29,822	23,027	23,507	19,087	21,446	24,578	23,417	26,902
Capital contable	52,045	48,672	36,053	32,981	29,160	32,182	29,668	24,131	22,570	22,932
Interés mayoritario	35,324	30,078	25,258	23,235	20,507	22,941	20,634	8,006	7,175	5,624
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	16,721	18,594	10,795	9,746	8,653	9,241	9,034	16,125	15,395	17,308
Razones financieras (%)										
Apalancamiento	1.32	1.29	0.83	0.70	0.81	0.59	0.72	1.02	1.04	1.17
Capitalización	0.52	0.48	0.32	0.23	0.28	0.27	0.36	0.48	0.52	0.50
Información por acción										
Valor en libros ⁽²⁾⁽⁴⁾	6.668	5.677	4.768	4.386	3.864	4.295	3.863	—	—	—
Utilidad neta ⁽³⁾⁽⁴⁾	1.101	0.624	0.585	0.704	0.568	0.706	0.359	—	—	—
Dividendos pagados										
Acciones serie "B"	0.090	0.067	0.112	0.073	0.084	0.060	0.048	—	—	—
Acciones serie "D"	0.112	0.084	0.140	0.092	0.105	0.075	0.060	—	—	—
Número de empleados	88,217	86,136	41,686	41,500	43,201	41,787	39,754	37,185	35,937	35,133
Número de acciones ⁽⁴⁾⁽⁵⁾	5,297.31	5,297.31	5,297.31	5,297.31	5,307.59	5,341.34	5,341.34	—	—	—

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

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

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

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

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

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados financieros auditados para los doce meses terminados el 31 de diciembre del 2004, comparados con el mismo período del año anterior

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

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de acuerdo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México y están expresadas en pesos mexicanos constantes (“pesos”) con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2004; por lo tanto, todos los cambios porcentuales están expresados en términos reales.

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

FEMSA CONSOLIDADO

FEMSA Y SUS SUBSIDIARIAS	Ingresos Totales ⁽¹⁾	Crecimiento % respecto a 2003	Utilidad de de Operación ^{(1) (2)}	Crecimiento % respecto a 2003
FEMSA Consolidado	Ps. 93,956	17.2%	Ps. 13,738	8.7%
Coca-Cola FEMSA	46,499	22.0%	7,696	8.4%
FEMSA Cerveza	24,970	3.4%	5,293	5.7%
FEMSA Comercio	22,838	24.8%	1,025	23.7%

(1) Cifras en millones de pesos al 31 de diciembre del 2004.

(2) Antes de servicios corporativos para FEMSA Cerveza y FEMSA Comercio.

En el año 2004, los ingresos totales se incrementaron 17.2% para llegar a 93,956 millones de pesos. Todas las operaciones de FEMSA – refrescos, cerveza y tiendas de conveniencia – contribuyeron positivamente para este crecimiento de dos dígitos. Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA se incrementaron 22.0% ascendiendo a 46,499 millones de pesos, resultado principalmente de la integración de los territorios adquiridos en mayo del 2003. Los ingresos totales de la cadena de tiendas Oxxo aumentaron 24.8% para ubicarse en 22,838 millones de pesos, debido en gran medida a la apertura de 668 nuevas tiendas netas durante el año. FEMSA Cerveza también contribuyó favorablemente con un crecimiento en los ingresos totales de 3.4% llegando a 24,970 millones de pesos, resultado de 4.5% de incremento en el volumen de ventas total, el cual fue parcialmente compensado por la disminución de 1.2% en el precio real por hectolitro.

El margen bruto disminuyó 120 puntos base ascendiendo a 43,987 millones de pesos, representando el 46.8% de los ingresos totales. La presión en los márgenes resultó principalmente de una contracción del margen bruto de Coca-Cola FEMSA y la mayor contribución de las tiendas Oxxo para los resultados consolidados, las cuales tienen un menor margen que el resto de las operaciones.

En el año 2004, la utilidad de operación se incrementó 8.7% ubicándose en 13,738 millones de pesos. El margen de operación consolidado se disminuyó 120 puntos base con respecto a los niveles del 2003, representando el 14.6% de los ingresos totales.

La utilidad neta se incrementó 87.8% ascendiendo a 9,249 millones de pesos. Este crecimiento fue resultado de (1) un crecimiento de 8.7% de la utilidad de operación consolidada, (2) una fluctuación cambiaria favorable del peso mexicano sobre nuestra deuda denominada en dólares, (3) un beneficio extraordinario en impuestos diferidos en el 2004, por la reducción de la tasa de impuesto sobre la renta en México y (4) un beneficio fiscal no recurrente de 1,311 millones de pesos para Coca-Cola FEMSA.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La utilidad neta mayoritaria por Unidad⁽¹⁾ FEMSA fue de 5.504 pesos y la utilidad neta mayoritaria por cada ADS de FEMSA, considerando un tipo de cambio de 11.146 pesos por dólar, fue de 4.94 dólares. FEMSA alcanzó una utilidad neta mayoritaria consolidada de 5,831 millones de pesos, 76.6% mayor a la registrada en el 2003.

Las inversiones en activo fijo fueron de 6,902 millones de pesos, 3.3% menor al nivel de inversión del 2003.

DEUDA NETA CONSOLIDADA

Al 31 de diciembre del 2004, FEMSA registró un saldo de efectivo de 6,822 millones de pesos (612 millones de dólares), la deuda a corto plazo fue de 312 millones de pesos (28 millones de dólares), créditos puente de 5,674 millones de pesos (509 millones de dólares) y la deuda a largo plazo fue de 39,825 millones de pesos (3,573 millones de dólares); sumando una deuda neta de 38,989 millones de pesos, 20.7% superior con respecto al año anterior, reflejando la nueva deuda contratada para financiar la recompra del 30% de FEMSA Cerveza, la cual fue parcialmente compensada por una reducción en la deuda de Coca-Cola FEMSA.

DESINVERSIONES

Acorde con nuestra estrategia de bebidas, hemos desinvertido negocios no estratégicos por un monto aproximado de 154 millones de dólares. Estas desinversiones incluyen COTESA (cajas de cartón) vendida en el año 2000 por 70 millones de dólares; AYSSA (anuncios panorámicos) vendida por FEMSA Cerveza en el año 2001 por 28 millones de dólares; DICASA (bonos de despensa) vendida en el año 2003 por 28 millones de dólares; y COMEXLA (lata para alimentos), de la cual vendimos el 49% y formamos una asociación en el año de 2004. Actualmente estamos en conversaciones avanzadas para vender el 51% restante de COMEXLA. El monto combinado por ambas transacciones ascenderá a 28 millones de dólares, y esperamos cerrar esta operación en el segundo trimestre de 2005. Hemos terminado con la mayor parte de las desinversiones de activos no estratégicos y continuaremos buscando desinvertir el resto, cuando las condiciones de mercado sean apropiadas.

RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO

COCA-COLA FEMSA ("KOF")

El volumen de ventas de KOF fue de 1,855 MCU en el 2004, representando un crecimiento de 1.7% comparado con el 2003, impulsado principalmente por el crecimiento de refrescos en la mayoría de los territorios, el cual compensó la caída en el volumen de ventas de agua en garrafón en México y de refrescos de sabores en Colombia y Brasil.

Durante el 2004, el volumen de ventas de refrescos creció cerca de un 4%, impulsado por un sólido crecimiento de la marca Coca-Cola, la cual creció 3% con respecto al 2003, en todos los territorios y un fuerte crecimiento en el volumen de refrescos de sabores en la mayoría de los territorios excepto en Brasil y Colombia. La introducción de nuevas presentaciones familiares y los esfuerzos de segmentación de los canales de distribución contribuyeron significativamente a estos resultados.

Los ingresos totales consolidados de KOF crecieron 22.0% llegando a 46,499 millones de pesos en el 2004, como resultado de la incorporación del año completo de operaciones en el 2004 de los nuevos territorios y del crecimiento de los ingresos en el 2004 de los territorios existentes. El precio promedio por caja unidad consolidado de KOF decreció 4.5% de 26.11 pesos en el 2003 a 24.95 pesos en el 2004, debido principalmente a la disminución en el precio promedio de refrescos en México.

El costo de ventas consolidado se incrementó a 23,964 millones de pesos en el 2004, de 19,367 millones de pesos en el 2003, como resultado de la incorporación del año completo de operaciones en el 2004 de los territorios adquiridos. Como porcentaje de los ingresos totales, el costo de ventas incrementó 70 puntos base, debido principalmente a la reducción del precio promedio por caja unidad.

(1) Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre del 2004 fue 1,059,462,090, equivalente al número total de acciones en circulación a la misma fecha, dividido entre 5.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los gastos de operación consolidados fueron de 14,839 millones de pesos en el 2004, un incremento de 27.3% comparado con 2003, como resultado de la incorporación de las operaciones del año completo de 2004 de los territorios adquiridos. Como porcentaje de los ingresos totales, los gastos de operación se incrementaron 130 puntos base, debido a una menor absorción de costos fijos. Sin embargo los gastos de operación por caja unidad permanecen prácticamente sin cambio, debido a la implementación de iniciativas de reducción de costos a lo largo de todos los territorios; y a mejores prácticas comerciales y de distribución.

La utilidad de operación consolidada de KOF creció a 7,696 millones de pesos en el 2004, de 7,099 millones de pesos en el 2003, principalmente como resultado de la incorporación del año completo de operaciones de los territorios adquiridos. La utilidad de operación como porcentaje de los ingresos totales decreció 200 puntos base durante 2004, de 18.6% a 16.6%, como resultado principalmente a que los nuevos territorios tienen menores márgenes de operación y la disminución del precio promedio de caja unidad, debido a la intensificación de la competencia en todos los territorios pero principalmente en México.

FEMSA CERVEZA

En el año 2004, FEMSA Cerveza aumentó su volumen de ventas nacional en 3.8% llegando a 23.442 millones de hectolitros. Esta tendencia de ventas positiva observada durante el 2004 se debió principalmente a la favorable demanda en la mayor parte de México, a la más amplia disponibilidad de las cervezas de FEMSA, a la exitosa ejecución en el punto de venta y a iniciativas de administración de ingresos. Se implementaron estrategias de micro-segmentación en algunos territorios, mientras se aumentó la funcionalidad de nuestro Sistema Integral de Negocio (“ERP”), el cual se encuentra operando en 79% del volumen directo nacional.

También FEMSA Cerveza incrementó el nivel de innovación en el portafolio de empaques y productos; teniendo particular éxito con el relanzamiento de Tecate Light, el lanzamiento de Sol Brava en el centro de México y el lanzamiento de Sol en los territorios del noroeste de México.

FEMSA Cerveza incrementó su volumen de ventas de exportación en 13.0% ascendiendo a 2.240 millones de hectolitros para el 2004, en gran medida por el incremento en el volumen de ventas en los Estados Unidos, a través de las marcas Tecate y Dos Equis. El 1° de enero del 2005, se llevó a cabo la transferencia de las marcas de FEMSA a Heineken USA, de acuerdo a lo planeado.

Los ingresos totales de FEMSA Cerveza durante el 2004 se incrementaron en 3.4% ascendiendo a 24,970 millones de pesos. El crecimiento de 4.5% en el volumen de ventas total y el 2.3% de incremento en el precio de exportación real por hectolitro compensaron en gran medida la disminución de 1.4% en el precio nacional real por hectolitro. Las ventas nacionales representaron un 91.3% del total, mientras que el 8.7% restante provino de exportaciones.

En el año 2004, FEMSA Cerveza incrementó su costo de ventas en 2.8%, ligeramente por debajo del crecimiento en los ingresos totales. FEMSA Cerveza alcanzó una utilidad bruta de 14,695 millones de pesos, un incremento de 3.8% comparado con el 2003, registrando un margen bruto de 58.8%. La expansión de 20 puntos base en el margen bruto resultó de mejores términos de compra para materias primas y eficiencias de operación.

La utilidad de operación antes de servicios corporativos del 2004 se incrementó en 5.7% para llegar a 5,293 millones de pesos. El crecimiento del año refleja un incremento en los ingresos totales combinado con iniciativas para la contención de gastos. Los gastos de operación se incrementaron en 2.8%, en línea con el crecimiento en los ingresos totales. El margen de operación (antes de servicios corporativos) se incrementó 50 puntos base, representando el 21.2% de los ingresos totales debido a (1) un sólido crecimiento en volumen por un precio ligeramente más débil, (2) una reducción en el costo de ventas y (3) un uso más eficiente de gastos de operación.

FEMSA COMERCIO

En el año 2004, FEMSA Comercio incrementó sus ingresos totales en 24.8% ascendiendo a 22,838 millones de pesos. Al 31 de diciembre del 2004, teníamos 3,466 tiendas Oxxo en todo el país, 23.9% de crecimiento en comparación con el 2003. En el 2004, por quinto año consecutivo, Oxxo logró crecer más del 20% en el número de nuevas tiendas.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las ventas-mismas-tiendas de Oxxo se incrementaron en un promedio de 8.9% durante el 2004, reflejando un incremento en el “ticket” promedio de 3.8% y un crecimiento en el tráfico por tienda de 4.9%.

En el año 2004, la utilidad de operación antes de servicios corporativos se incrementó 23.7% ascendiendo a 1,025 millones de pesos. Este incremento permaneció en línea con el crecimiento en ingresos y contribuyó al margen de operación permaneciera estable en el 4.5% de los ingresos totales en el 2004, en línea con los niveles del 2003.

TEMAS CONTABLES

- Debido a la adquisición de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”) empezamos a consolidar sus resultados financieros dentro de los resultados de Coca-Cola FEMSA y del consolidado de FEMSA a partir de Mayo del 2003. Panamco históricamente preparó sus estados financieros de conformidad con los principios contables estadounidenses y en dólares estadounidenses. FEMSA ha preparado históricamente y continuará preparando sus estados financieros bajo los principios de contabilidad mexicanos y en pesos mexicanos. La información financiera de FEMSA y de Coca-Cola FEMSA en el 2004 incluye doce meses de los nuevos territorios adquiridos de Panamco, mientras que en el 2003, la información financiera de FEMSA y Coca-Cola FEMSA incluye los últimos ocho meses de los nuevos territorios adquiridos de Panamco, y doce meses de resultados de los territorios originales de Coca-Cola FEMSA (Valle de México, Sureste de México y Buenos Aires). Por tal motivo, los resultados de Coca-Cola FEMSA y del consolidado de FEMSA no serán totalmente comparables con años anteriores hasta los resultados anuales del 2005. Sin embargo, en este reporte los volúmenes de venta de Coca-Cola FEMSA si son comparables con años anteriores ya que se incluyeron los doce meses de las operaciones de Panamco.
- En el 2004 se integraron a FEMSA Cerveza las operaciones de botella de vidrio y lata de aluminio. Para efectos de comparación, los resultados que se presentan están basados en las cifras reclasificadas para el 2003 y 2004. De esta forma, en el futuro, FEMSA proporcionará resultados financieros por segmento sólo para FEMSA Cerveza, Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio. Los resultados de FEMSA Empaques ya no serán presentados como un segmento de negocio por separado.
- FEMSA Cerveza adquiere de proveedores externos diversos materiales de empaque utilizados para transportar botellas y latas. Posteriormente estos materiales son vendidos a las operaciones de botella y lata de FEMSA. Antes de la fusión, estas ventas eran incluidas en la partida de ventas de FEMSA Cerveza y por lo tanto en el cálculo del precio nacional por hectolitro. Sin embargo, debido a la integración de los negocios de botella y lata de FEMSA en FEMSA Cerveza, estas transacciones ahora son eliminadas en el proceso de consolidación y ya no son consideradas como parte de las ventas de FEMSA Cerveza. Lo anterior tiene un impacto en el cálculo del precio nacional por hectolitro, por lo que la información de años anteriores deberá de recalcularse para fines comparativos.
- La revisión del prospecto de colocación de acciones por parte de la Securities and Exchange Commission (“SEC”), indicó que bajo los lineamientos del EITF 96-16 no se permite a FEMSA consolidar los resultados financieros de Coca-Cola FEMSA bajo los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en los Estados Unidos (US GAAP). Lo anterior debido a algunos derechos que The Coca-Cola Company tiene como accionista minoritario en Coca-Cola FEMSA. La aplicación de las reglas contables bajo EITF 96-16 se verá reflejada en las notas a los estados financieros de FEMSA, en lo referente a las diferencias entre los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (PCGA Mexicanos) y los US GAAP. Lo anterior no implica un cambio en la utilidad neta ni en el capital contable bajo US GAAP, y por lo tanto la utilidad neta por acción no se ve afectada. La aplicación de las reglas contables bajo EITF 96-16 no tendrá efecto alguno sobre los estados financieros de FEMSA bajo PCGA Mexicanos, por lo que ésta continuará consolidando a Coca-Cola FEMSA tal como se requiere bajo dichos principios.
- Las nuevas disposiciones del Boletín D-3 “Obligaciones Laborales”, aclaran que el total del costo del ejercicio relativo al plan de pensiones debe de reflejarse en la utilidad de operación. FEMSA históricamente había registrado el costo financiero relacionado con el plan de pensiones como parte del gasto financiero neto, y la amortización de los servicios pasados en otros gastos. En cumplimiento de las nuevas disposiciones FEMSA y sus subsidiarias reclasificaron lo correspondiente a estos conceptos a la utilidad de operación y para efectos comparativos, reclasificaron lo relativo a años anteriores.

DICTAMEN DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

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

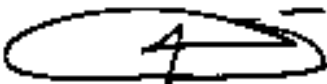
Hemos examinado los estados consolidados de situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias (la "Compañía") al 31 de diciembre de 2004 y 2003, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en las cuentas del capital contable, y de cambios en la situación financiera que les son relativos, por cada uno de los tres años en el periodo terminado el 31 de diciembre de 2004. 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 por los años terminados el 31 de diciembre de 2004, 2003 y 2002, ni los estados financieros de FEMSA Empaques, S.A. de C.V. y subsidiarias, ni las subsidiarias que se escindieron de FEMSA Empaques, S.A. de C.V., como se menciona en la Nota 1, por los años terminados el 31 de diciembre de 2004 y 2003. Las subsidiarias no auditadas representaban aproximadamente el 14% y 12% de los activos totales consolidados en 2004 y 2003, respectivamente, y el 27%, 26% y 23% de los ingresos totales consolidados por los años terminados el 31 de diciembre de 2004, 2003 y 2002, respectivamente. Dichos estados financieros fueron examinados por otros auditores, cuyos informes nos han sido proporcionados, y nuestra opinión aquí expresada con respecto a las cantidades incluidas para tales subsidiarias, está basada únicamente en la opinión de dichos auditores.

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

En nuestra opinión, basados en nuestros exámenes y los reportes de los otros auditores, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. y subsidiarias al 31 de diciembre de 2004 y 2003, 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 2004, de conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados en México.

Como se menciona en la Nota 3, Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. adquirió Panamerican Beverages, Inc. el 6 de mayo de 2003, incorporando los resultados de las operaciones desde la fecha de la adquisición, por lo que los estados de resultados y de cambios en la situación financiera no son comparables con los del año anterior.

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



C. P. C. Gabriel González Martínez
Monterrey, N.L., México
11 de febrero de 2005

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

Al 31 de diciembre del 2004 y 2003. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2004.

	2004	Diciembre 31, 2003
ACTIVO		
Activo Circulante:		
Efectivo y valores de realización inmediata	Ps. 6,822	Ps. 8,228
Cuentas por cobrar	4,515	4,377
Inventarios	8,009	7,284
Impuestos por recuperar	972	693
Pagos anticipados	561	663
Total activo circulante	20,879	21,245
Inversión en acciones	759	1,011
Propiedad, planta y equipo	44,291	44,814
Activos intangibles	46,845	36,707
Impuesto sobre la renta diferido por recuperar	1,353	1,355
Otros activos	6,550	6,521
TOTAL ACTIVO	Ps. 120,677	Ps. 111,653
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		
Pasivo Circulante:		
Préstamos bancarios	Ps. 5,986	Ps. 2,621
Intereses por pagar	394	426
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	3,540	2,732
Proveedores	7,904	7,455
Obligaciones fiscales por pagar	2,561	1,544
Cuentas por pagar, gastos acumulados y otros pasivos	3,110	3,119
Total pasivo circulante	23,495	17,897
Pasivo a Largo Plazo:		
Préstamos bancarios y documentos por pagar	36,285	35,171
Obligaciones laborales	1,946	1,942
Impuesto sobre la renta diferido por pagar	4,157	5,217
Otros pasivos	2,749	2,754
Total pasivo a largo plazo	45,137	45,084
Total pasivo	68,632	62,981
Capital Contable:		
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	16,721	18,594
Interés mayoritario:		
Capital social	4,463	4,463
Prima en suscripción de acciones	12,687	12,687
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	18,995	16,244
Utilidad neta	5,831	3,302
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(6,652)	(6,618)
Total interés mayoritario	35,324	30,078
Total capital contable	52,045	48,672
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	Ps. 120,677	Ps. 111,653

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integrante de los presentes estados consolidados de situación financiera.
Monterrey, N.L., México a 11 de febrero del 2005.



José Antonio Fernández Carbajal
Director General



Federico Reyes García
Director de Finanzas

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2004, excepto información por acción.

	2004	Diciembre 31, 2003	2002
Ventas netas	Ps. 93,478	Ps. 79,854	Ps. 57,770
Otros ingresos de operación	478	300	227
Ingresos totales	93,956	80,154	57,997
Costo de ventas	49,969	41,712	28,869
Utilidad bruta	43,987	38,442	29,128
Gastos de operación:			
De administración	6,621	5,725	5,163
De ventas	23,628	20,077	13,765
	30,249	25,802	18,928
Utilidad de operación	13,738	12,640	10,200
Resultado integral de financiamiento:			
Gasto financiero	(3,764)	(2,591)	(926)
Producto financiero	541	743	489
Fluctuación cambiaria	(15)	(2,664)	(314)
Ganancia por posición monetaria	1,952	1,017	419
	(1,286)	(3,495)	(332)
Participación en compañías asociadas	63	31	92
Otros gastos, neto	(871)	(667)	(960)
Utilidad antes de impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	11,644	8,509	9,000
Impuestos y participación de los trabajadores en las utilidades	2,395	3,584	3,960
Utilidad neta consolidada	Ps. 9,249	Ps. 4,925	Ps. 5,040
Utilidad neta mayoritaria	5,831	3,302	3,100
Utilidad neta minoritaria	3,418	1,623	1,940
Utilidad neta consolidada	Ps. 9,249	Ps. 4,925	Ps. 5,040
Utilidad básica mayoritaria (pesos constantes):			
Por acción Serie "B"	Ps. 0.98	Ps. 0.56	Ps. 0.52
Por acción Serie "D"	1.23	0.70	0.65

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

Por los años terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2004.

	2004	Diciembre 31, 2003	2002
Recursos Generados por (Utilizados en):			
Operación:			
Utilidad neta consolidada	Ps. 9,249	Ps. 4,925	Ps. 5,040
Depreciación	3,751	3,319	2,638
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	487	831	654
Impuestos diferidos	(1,004)	471	15
Amortización y otros	2,501	2,121	1,856
	14,984	11,667	10,203
Capital de trabajo:			
Cuentas por cobrar	(108)	390	466
Inventarios	(1,243)	(968)	(755)
Impuestos por recuperar, neto	978	(655)	(681)
Pagos anticipados	103	127	(60)
Proveedores y otros pasivos	852	(1,048)	934
Intereses por pagar	(32)	118	(11)
Obligaciones laborales	(252)	(115)	—
Recursos netos generados por actividades de operación	15,282	9,516	10,096
Inversión:			
Inversión en acciones	175	(4)	(139)
Propiedad, planta y equipo	(3,385)	(4,238)	(3,394)
Activos intangibles y otros	(3,517)	(2,901)	(2,683)
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza	(14,751)	—	—
Adquisición de Panamco	—	(31,187)	—
Otras inversiones	—	(61)	(186)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(21,478)	(38,391)	(6,402)
Financiamiento:			
Préstamos bancarios pagados durante el ejercicio	(17,463)	(15,272)	(1,162)
Préstamos bancarios adquiridos durante el ejercicio	24,291	31,850	7,158
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(1,880)	(1,117)	(428)
Documentos por pagar y otros	271	(53)	86
Aportación de capital de The Coca-Cola Company	—	7,406	—
Dividendos decretados y pagados	(843)	(1,124)	(1,247)
Contribución de capital del minoritario	590	—	—
Resultado acumulado por conversión	(176)	(519)	(512)
Recursos netos generados en actividades de financiamiento	4,790	21,171	3,895
Efectivo y valores de realización inmediata:			
(Decremento) Incremento, neto	(1,406)	(7,704)	7,589
Saldo Inicial	8,228	15,932	8,343
Saldo Final	Ps. 6,822	Ps. 8,228	Ps. 15,932

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

ESTADOS CONSOLIDADOS DE VARIACIONES EN LAS CUENTAS DE CAPITAL CONTABLE

Por los años terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos constantes (Ps.) al 31 de diciembre del 2004.

	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones	Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores	Utilidad Neta	Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral	Interés Mayoritario en Subsidiarias Consolidadas	Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas	Total Capital Contable
Saldos al 31 de diciembre del 2001	Ps. 4,463	Ps. 10,884	Ps. 10,606	Ps. 3,728	Ps. (6,412)	Ps. 23,269	Ps. 9,688	Ps. 32,957
Traspaso de resultado del ejercicio anterior			3,728	(3,728)				
Dividendos decretados y pagados			(760)			(760)	(487)	(1,247)
Utilidad neta integral				3,100	(343)	2,757	1,594	4,351
Saldos al 31 de diciembre del 2002	4,463	10,884	13,574	3,100	(6,755)	25,266	10,795	36,061
Traspaso de resultado del ejercicio anterior			3,100	(3,100)				
Dividendos decretados y pagados			(430)			(430)	(694)	(1,124)
Aportación de capital de The Coca-Cola Company		1,803				1,803	5,603	7,406
Utilidad neta integral				3,302	137	3,439	2,890	6,329
Saldos al 31 de diciembre del 2003	4,463	12,687	16,244	3,302	(6,618)	30,078	18,594	48,672
Traspaso de resultado del ejercicio anterior			3,302	(3,302)				
Dividendos decretados y pagados			(551)			(551)	(292)	(843)
Aportación de capital del interés minoritario							590	590
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza							(5,938)	(5,938)
Utilidad neta integral				5,831	(34)	5,797	3,767	9,564
Saldos al 31 de diciembre del 2004	Ps. 4,463	Ps. 12,687	Ps. 18,995	Ps. 5,831	Ps. (6,652)	Ps. 35,324	Ps. 16,721	Ps. 52,045

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Por los años terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002.

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

NOTA 1. ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA.

Fomento Económico Mexicano, S.A. de C.V. ("FEMSA") es una sociedad mexicana controladora. Las principales actividades de FEMSA y sus subsidiarias (la "Compañía"), como una unidad económica, se realizan por diferentes compañías operadoras, las cuales son agrupadas en varias subsidiarias directas e indirectas de FEMSA ("Compañías Subtenedoras"). A continuación se describen las actividades, así como la tenencia en cada Compañía Subtenedora:

COMPAÑÍA SUBTENEDORA	% TENENCIA	ACTIVIDADES
Coca-Cola FEMSA, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("Coca-Cola FEMSA")	45.7% (53.6% de acciones 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, Venezuela, Colombia, Brasil y Argentina. The Coca-Cola Company posee indirectamente el 39.6% del capital social de Coca-Cola FEMSA. Adicionalmente, las acciones que representan el 14.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. ("BMV") y en The New York Stock Exchange, Inc. ("NYSE").
FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Cerveza")	100%	Producción, distribución y comercialización de cerveza a través de su principal subsidiaria, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., la cual opera seis plantas en México que producen y distribuyen 15 diferentes marcas de cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Sol, Carta Blanca, Superior y XX Lager.
FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Comercio")	100%	Operación de una cadena de tiendas de conveniencia bajo el nombre de "Oxxo".
FEMSA Empaques, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Empaques")	100%	Producción y distribución de materiales de empaque, principalmente para la industria de bebidas tales como: etiquetas, cajas de plástico, enfriadores y equipo de refrigeración comercial.
FEMSA Logística, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Logística")	100%	Servicios de transporte, de logística y mantenimiento de camiones y tráileres a las subsidiarias de FEMSA y al mercado de terceros.

El 20 de diciembre del 2004, FEMSA Empaques escindió la operación de envases metálicos y de botellas de vidrio, y posteriormente fueron fusionadas con FEMSA Cerveza, mientras que las operaciones restantes continúan con FEMSA Empaques. Para efectos comparativos la información de FEMSA Cerveza y el resto de los negocios de FEMSA Empaques se presenta reestructurada desde el primer ejercicio presentado.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 2. ADQUISICIÓN DEL 30% DE FEMSA CERVEZA.

El 31 de agosto del 2004, la Compañía finalizó su relación con Interbrew S.A. (“Interbrew”), Labatt Brewing Company Limited (“Labatt”) y ciertas de sus subsidiarias como consecuencia de una serie de acuerdos llevados a cabo el 24 de mayo del 2004, para terminar con las relaciones entre las subsidiarias de FEMSA e Interbrew. Después de concluida esta transacción:

- FEMSA tiene indirectamente el 100% de FEMSA Cerveza; y
- Interbrew tiene indirectamente el 100% de Labatt USA LLC y Latrobe Brewing Company LLC (en conjunto “Labatt USA”), subsidiaria encargada de la distribución en los Estados Unidos de América.

El precio de la transacción fue de \$1,245, mismo que fue financiado de la siguiente manera:

- Efectivo disponible por \$295;
- Créditos puente contratados por FEMSA que consisten en un crédito de \$250 y otro de Ps. 2,888;
- Certificados bursátiles emitidos por FEMSA y garantizados por FEMSA Cerveza por Ps. 2,500, de los cuales Ps. 1,250 vencen a cinco años y los restantes Ps. 1,250 tienen un vencimiento de cuatro años;
- Crédito directo a FEMSA por Ps. 1,763 con vencimiento a cuatro años; y
- Crédito directo de Ps. 1,155 a FEMSA Cerveza con vencimiento a cinco años, de los cuales fueron utilizados Ps. 959 para la transacción.

La Compañía registró la adquisición utilizando el método de compra, el cual consiste en valorar los activos adquiridos y la deuda asumida a su valor razonable. Lo anterior generó el reconocimiento de dos activos intangibles con vida indefinida: Marcas y derechos de distribución de cerveza. El valor razonable de los activos adquiridos y pasivos asumidos es ligeramente superior al precio de compra, por lo que no fue reconocido ningún crédito mercantil como resultado de la adquisición.

El valor razonable de los activos adquiridos y pasivos asumidos se presentan a continuación:

Efectivo y valores de realización inmediata	Ps. 887
Otros activos circulantes	2,508
Propiedad, planta y equipo	4,797
Otros activos	1,381
Marcas y derechos de distribución de cerveza	9,159
Total de activos adquiridos	18,732
Deuda a corto plazo	323
Otros pasivos circulantes	964
Deuda de largo plazo	1,825
Otros activos de largo plazo	977
Total de pasivos asumidos	4,089
Activos netos adquiridos	Ps. 14,643

NOTA 3. ADQUISICIÓN DE PANAMERICAN BEVERAGES, INC.

El 6 de mayo del 2003, Coca-Cola FEMSA adquirió el 100% de las acciones de Panamerican Beverages, Inc. (“Panamco”) por Ps. 31,050. Como parte de la adquisición, la Compañía asumió una deuda neta de Ps. 9,557 e incurrió en costos por Ps. 408, los cuales consistieron en honorarios por consultoría y asesoría financiera, mismos que fueron capitalizados como parte del precio de adquisición.

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

La transacción fue financiada con aportaciones de capital de FEMSA por Ps. 2,923, The Coca-Cola Company intercambió sus acciones de Panamco por acciones de Coca-Cola FEMSA por un monto de Ps. 7,406, efectivo disponible por Ps. 2,966 y se contrató deuda adicional en pesos y dólares por un monto de Ps. 18,163.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Coca-Cola FEMSA incrementó su capital a través de una emisión de 421.374 millones de acciones, de las cuales 117.328 millones fueron suscritas por FEMSA y 304.046 millones por The Coca-Cola Company a un precio de 2.216 dólares americanos por acción.

Debido a que la contribución de capital de The Coca-Cola Company a Coca-Cola FEMSA fue superior a la contribución de capital de FEMSA, la participación de FEMSA en el total del capital sin voto de Coca-Cola FEMSA disminuyó de 51.0% a 45.7%, y del 63.0% al 53.6% del capital con derecho a voto.

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

Los resultados de las operaciones de Panamco han sido incluidos en los estados financieros consolidados desde la fecha de la adquisición, por lo que los estados consolidados de resultados y de cambios en la situación financiera por el ejercicio terminado al 31 de diciembre del 2004 no son comparables con los ejercicios terminados al 31 de diciembre del 2003 y 2002.

La Compañía registró la adquisición utilizando el método de compra, el cual consiste en valorar los activos adquiridos y la deuda asumida a su valor razonable. Lo anterior generó el reconocimiento de un activo intangible de vida indefinida por un monto de Ps. 35,801 incluido en los estados financieros como “Derechos para producir y distribuir las Marcas de Coca-Cola” y la reducción al valor de ciertos activos, principalmente plantas consideradas no estratégicas, y la eliminación de ciertos activos intangibles que fueron generados por adquisiciones previamente efectuadas por Panamco.

NOTA 4. BASES DE PRESENTACIÓN.

Los estados financieros consolidados de la Compañía se preparan de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México (“PCGA mexicanos”) y son presentados en millones de pesos mexicanos (“Ps.”).

Los estados financieros consolidados incluyen los de FEMSA y los de todas aquellas compañías en las que FEMSA posee, directa e indirectamente, la mayoría del capital social con derecho a voto y ejerce el control correspondiente. Todos los saldos y operaciones intercompañías han sido eliminados en la consolidación.

Los estados financieros consolidados al 31 de diciembre del 2003 y 2002 han sido reclasificados en ciertas cuentas, con el objeto de hacer comparable su presentación con los estados financieros consolidados al 31 de diciembre del 2004, por lo que las cifras difieren de las originalmente presentadas.

NOTA 5. 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 su incorporación en los estados financieros consolidados de FEMSA son convertidos a PCGA mexicanos y se actualizan a poder adquisitivo de la moneda local aplicando la inflación del país de origen y posteriormente, se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de cierre a la fecha del último estado de situación financiera presentado.

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

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

- La fluctuación cambiaria se presenta en la cuenta de resultado por conversión hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado, neto de su efecto fiscal. La fluctuación cambiaria correspondiente a la parte no cubierta del financiamiento se registra en el costo integral de financiamiento; y

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- El resultado por posición monetaria se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la subsidiaria hasta por el monto en el que la inversión cubra el financiamiento contratado. La parte del resultado por posición monetaria no cubierta del financiamiento se calcula utilizando factores de inflación del país de origen de la compañía que contrate el financiamiento. El efecto total se registra en el costo integral de financiamiento.

Si la Compañía no designa una cobertura económica, la fluctuación cambiaria y el resultado por posición monetaria se registran en el costo integral de financiamiento.

Para efectos del cálculo de la posición monetaria y fluctuación cambiaria de las subsidiarias en el extranjero, los saldos de financiamiento intercompañías se consideran inversiones a largo plazo, por lo que el resultado por posición monetaria y la fluctuación generados por dichos saldos, se registran en la cuenta de resultado acumulado por conversión, en el capital contable.

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

El 1 de julio del 2002, ante la situación económica de Argentina y la incertidumbre con respecto al periodo de recuperación, así como la inestabilidad en el tipo de cambio, la Compañía realizó una valuación de su inversión en Coca-Cola FEMSA de Buenos Aires, S.A. ("Coca-Cola FEMSA Buenos Aires") mediante el método de múltiplos de valor de mercado de compañías similares, reconociendo un deterioro del crédito mercantil generado por la adquisición por un monto de Ps. 477, el cual se registró en resultados. Debido a lo anterior, la inversión neta en Coca-Cola FEMSA Buenos Aires se dejó de utilizar como cobertura económica para los pasivos denominados en dólares contratados para esta adquisición.

En febrero del 2003, el gobierno de Venezuela implementó un nuevo régimen de control de cambio fijando el tipo de cambio oficial en 1,600 bolívares por dólar americano. Debido a la incertidumbre con respecto a la disponibilidad de los dólares americanos al tipo de cambio oficial, la Compañía utilizó el último tipo de cambio disponible de cierre para convertir los estados financieros de su subsidiaria en Venezuela, el cual fue de 1,853 bolívares por dólar americano. El 6 de febrero del 2004, se anunció una devaluación del bolívar del 20%, quedando en 1,920 bolívares por dólar americano, el cual se ha mantenido hasta la fecha de emisión de los presentes estados financieros. Durante la mayor parte del 2003, las autorizaciones por parte de la agencia de control cambiario para emisiones de dólares fueron mínimas con relación a los importes requeridos. En el 2004, la mayor parte de los pasivos denominados en moneda extranjera fueron pagados con dólares adquiridos al tipo de cambio oficial.

NOTA 6. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES.

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

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 factores de inflación;

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- 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 a los activos no monetarios y la actualización mediante la aplicación de factores de inflación; e
- Incluir en el resultado integral de financiamiento, el resultado por posición monetaria.

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

B) EFECTIVO Y VALORES DE REALIZACIÓN INMEDIATA:

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

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 y refacciones se incluyen en la cuenta de inventarios, y se actualizan aplicando factores de inflación considerando su antigüedad promedio.

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

D) PAGOS ANTICIPADOS:

Representan pagos por servicios que serán recibidos en los siguientes 12 meses. Los pagos anticipados se registran a su costo histórico y se aplican a los resultados del mes en el cual se reciben los servicios o beneficios. Los pagos anticipados representan principalmente publicidad, rentas y gastos promocionales.

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

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

E) BOTELLAS Y CAJAS:

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

Existen dos tipos de botellas y cajas retornables:

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

Para efectos de la información financiera, la rotura de botella y caja retornable en plantas y centros de distribución es registrada como un gasto en el momento en que se incurre. Al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, el gasto por rotura ascendió a Ps. 591, Ps. 475 y Ps. 376, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Las botellas y cajas de FEMSA Cerveza en el mercado están registradas como activos y están sujetas a acuerdos con clientes en los cuales FEMSA Cerveza es la propietaria. Estas botellas y cajas son controladas por personal de ventas durante sus visitas periódicas a los clientes y cualquier rotura que se identifique es cargada al cliente. Las botellas y cajas que no son sujetas a este tipo de acuerdos, se registran como gasto una vez que se le entregan al cliente. Hasta diciembre del 2004, para efectos fiscales, el costo de las botellas y cajas se deducía al momento de su compra. A partir del 2005, FEMSA Cerveza ha decidido cambiar el criterio fiscal para la deducción de las botellas, al considerarlo activo fijo y calcula su depreciación usando el método de línea recta a una tasa del 10%. Este cambio de criterio no tendrá impacto en el total de impuestos, pero generará el pago de recargos. Al 31 de diciembre del 2004, FEMSA Cerveza registró una provisión en la cuenta de impuestos por Ps. 117, que corresponden al monto estimado de recargos a pagar en el 2005.

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

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

F) INVERSIÓN EN ACCIONES:

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

G) PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO:

Los activos se registran originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. La propiedad, planta y equipo de procedencia nacional se actualiza aplicando factores de inflación del país de origen, excepto por las botellas y cajas de Coca-Cola FEMSA (ver Nota 6 E). La propiedad, planta y equipo de procedencia extranjera se actualiza aplicando los factores de inflación del país de origen y el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado.

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

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

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

H) OTROS ACTIVOS:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro y consisten en:

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:
 - Método de volumen de ventas, en el cual la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo del mismo (aproximadamente el 80% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta, en el cual la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 20% 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 para los ejercicios terminados al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, reconocida como una reducción de las ventas netas, fue de Ps. 1,079, Ps. 1,110 y Ps. 1,019, respectivamente.

- Mejoras en propiedades arrendadas, las cuales se actualizan aplicando factores de inflación, y se amortizan en línea recta de acuerdo al plazo en que se espera recibir los beneficios.

I) ACTIVOS INTANGIBLES:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro. A partir del 2003, la Compañía aplica el Boletín C-8 “Activos Intangibles” (“C-8”), el cual establece que los costos incurridos durante el desarrollo de proyectos deberán ser capitalizados si cumplen con los criterios establecidos para el reconocimiento de activos. Adicionalmente, el C-8 requiere que sean identificados todos los activos intangibles con el fin de reducir al máximo el crédito mercantil asociado a la adquisición de negocios. Anterior al 2003, el exceso del precio de compra sobre el valor de mercado de los activos netos adquiridos era considerado crédito mercantil. Con la adopción del C-8, la Compañía considera el crédito mercantil pagado en las adquisiciones previas a la entrada en vigor de este boletín como derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola. 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 recibirá los beneficios.

Los activos 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
- Costo de implementación de tecnología de información y sistemas de administración, que son erogados en la fase de desarrollo y capitalizados de acuerdo con las disposiciones establecidas en el C-8. Estos se actualizan aplicando factores de inflación y se amortizan en línea recta en un periodo de cuatro años. Las erogaciones que no cumplen con dichos requisitos, así como los costos de investigación, se registran en resultados en el momento en que se incurren.

Los activos intangibles con vida indefinida no son amortizados, sin embargo, están sujetos a una revisión periódica de deterioro y consisten en:

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- Marcas y Derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza (ver Nota 2) y pagos hechos a concesionarios por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas. Estos activos se actualizan utilizando factores de inflación; y
- Derechos de uso de marca, gestión de arrendamientos y propiedad industrial de FEMSA Comercio en la adquisición de una cadena de tiendas de conveniencia.

El crédito mercantil representa la diferencia entre el valor pagado y el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido 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 de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado. El crédito mercantil es amortizado en un periodo no mayor a 20 años.

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

De acuerdo con el Boletín C-15 “Deterioro en el Valor de los Activos de Larga Duración y su Disposición” (“C-15”), la Compañía revisa el valor de los activos de larga duración para determinar si existe un deterioro en el valor, comparando los flujos de efectivo que estima ese activo va a generar en el futuro, contra el valor en libros.

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

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

En caso que exista algún ajuste por deterioro en el valor de los activos de larga duración y del crédito mercantil, este ajuste se reconoce 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. La inversión en refrigeradores realizada por la Compañía, reducida de la participación de The Coca-Cola Company se registra en la cuenta de propiedad, planta y equipo. La Compañía reconoce la contribución de The Coca-Cola Company cuando ésta acepta el reembolso. Las contribuciones recibidas durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002 ascendieron a Ps. 920, Ps. 1,263 y Ps. 793, respectivamente.

L) OBLIGACIONES DE CARÁCTER LABORAL:

Consisten en los pasivos por plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad y servicios médicos posteriores al retiro, determinados a través de cálculos actuariales realizados por actuarios independientes, basados en el método del crédito unitario proyectado. Estas obligaciones se consideran como partidas no monetarias, las cuales se actualizan mediante supuestos económicos de largo plazo. El incremento en el saldo de las obligaciones laborales se registra en los resultados de operación del ejercicio.

El costo de los servicios pasados se amortiza en el periodo estimado en que los empleados recibirán los beneficios del plan. En el caso de pensiones y jubilaciones así como prima de antigüedad, el tiempo es de 14 años y en el caso de servicios médicos posteriores al retiro es de 20 años, ambos a partir de 1996.

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.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Las indemnizaciones por despido se aplican a resultados en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas. Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y redimensionamiento de ciertas áreas que resulten en una reducción en el número de personal se registran en el rubro de otros gastos, neto. Durante los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, el monto de indemnizaciones registradas en otros gastos ascendió a Ps. 156, Ps. 106 y Ps. 186, respectivamente.

M) RECONOCIMIENTO DE LOS INGRESOS:

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

- Las ventas nacionales, al momento en que los productos se entregan al cliente y el cliente toma posesión de los productos (LAB destino). Al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, las ventas nacionales representan aproximadamente el 97% de las ventas totales consolidadas. Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan; y
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque).

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

N) GASTOS DE OPERACIÓN:

Los gastos administrativos 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 ejercicios 2004, 2003 y 2002, el gasto de distribución ascendió a Ps. 8,354, Ps. 7,294 y Ps. 4,349, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

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

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

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

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

El impuesto diferido aplicable a resultados se determina comparando el saldo de impuestos diferidos al final del ejercicio contra el saldo inicial, excluyendo de ambos saldos las diferencias temporales que se registran directamente en el capital contable. El impuesto diferido de estas diferencias temporales se registra en la misma cuenta del capital contable que le dio origen.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

P) RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:

Está integrado por los siguientes conceptos:

Intereses

Los gastos y productos financieros se registran cuando se devengan.

Fluctuación Cambiaria

Las transacciones en monedas extranjeras se registran convertidas en moneda del país de origen al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria de los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica (ver Nota 5).

Resultado por Posición Monetaria

El resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias. El resultado por posición monetaria se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo los financiamientos contratados para la adquisición de compañías en el extranjero por los cuales se haya designado una cobertura económica (ver Nota 5). Posteriormente el resultado por posición monetaria de las subsidiarias en el extranjero se convierte a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio de cierre de la fecha del último estado de situación financiera presentado.

Q) INSTRUMENTOS FINANCIEROS:

La Compañía contrata instrumentos financieros para cubrir el riesgo de ciertas operaciones. Si el instrumento financiero se contrata para cubrir necesidades de operación, el costo del mismo se registra en los resultados de operación y si se contrata para cubrir necesidades de financiamiento, se registra como fluctuación cambiaria, gasto financiero o producto financiero, según el contrato correspondiente.

Los instrumentos financieros contratados con fines de cobertura se valúan utilizando el mismo criterio de valuación aplicado a los activos y pasivos cubiertos. Asimismo, los instrumentos financieros contratados para fines diferentes a los de cubrir las operaciones de la Compañía, se valúan a su valor razonable y son registrados en el estado de situación financiera. La diferencia entre el valor inicial y final del ejercicio, se registra en resultados.

R) RESULTADO ACUMULADO POR TENENCIA DE ACTIVOS NO MONETARIOS:

Representa la suma de las diferencias entre el valor en libros y el valor actualizado aplicando factores de inflación a los activos no monetarios, tales como inventarios y activos fijos, y su efecto en el estado de resultados cuando los activos son consumidos o depreciados, neto de su correspondiente efecto de impuestos diferidos.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

S) UTILIDAD INTEGRAL:

La utilidad integral está compuesta por la utilidad neta y otros componentes, tales como el resultado por conversión, el resultado por tenencia de activos no monetarios y el exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar, y se presenta en el estado consolidado de variaciones en las cuentas de capital contable. Los saldos acumulados se presentan a continuación:

	2004	<i>Diciembre 31,</i>	
		2003	2002
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	Ps. 18,995	Ps. 16,244	Ps. 13,574
Utilidad neta	5,831	3,302	3,100
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral:			
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios	(5,799)	(5,852)	(6,303)
Resultado acumulado por conversión	(769)	(689)	(452)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	(84)	(77)	—
	Ps. 18,174	Ps. 12,928	Ps. 9,919

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:

Cuando un tercero realiza una aportación al capital de una subsidiaria con la intención de obtener una participación minoritaria y dicha aportación es diferente al valor en libros de la subsidiaria, la diferencia entre el valor en libros de las acciones y el monto aportado, es registrada como una prima en suscripción de acciones.

NOTA 7. CUENTAS POR COBRAR.

	2004	<i>Diciembre 31,</i>	
		2003	2002
Clientes	Ps. 3,721	Ps. 3,391	3,391
Reserva para cuentas incobrables	(417)	(394)	(394)
Documentos por cobrar	462	666	666
The Coca-Cola Company	231	177	177
Reclamaciones de seguros	42	39	39
Préstamos a empleados	37	32	32
Anticipos de viajes para empleados	28	30	30
Renta de almacenes	3	10	10
Otros	408	426	426
	Ps. 4,515	Ps. 4,377	4,377

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

	2004	<i>Diciembre 31,</i>	
		2003	2002
Saldo inicial	Ps. 394	Ps. 308	Ps. 247
Adquisición de Panamco	—	77	—
Provisión del ejercicio	187	154	133
Cancelación de cuentas incobrables	(141)	(132)	(59)
Actualización de saldos iniciales	(23)	(13)	(13)
Saldo final	Ps. 417	Ps. 394	Ps. 308

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 8. INVENTARIOS.

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Productos terminados	Ps. 2,598	Ps. 2,474
Materias primas	3,302	2,715
Botellas y cajas de FEMSA Cerveza	1,368	1,327
Refacciones	596	418
Producción en proceso	183	189
Anticipos a proveedores	156	348
Artículos promocionales	6	26
Estimación de inventarios obsoletos	(200)	(213)
	Ps. 8,009	Ps. 7,284

NOTA 9. PAGOS ANTICIPADOS.

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Publicidad y gastos promocionales	Ps. 328	Ps. 412
Acuerdos con clientes	105	138
Rentas	72	48
Seguros y fianzas	12	13
Otros	44	52
	Ps. 561	Ps. 663

El monto total de publicidad y gastos promocionales cargado a resultados en los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002 fue de Ps. 3,048, Ps. 2,769 y Ps. 2,295, respectivamente.

NOTA 10. INVERSIÓN ACCIONES.

COMPAÑÍA	%	<i>Diciembre 31,</i>	
		2004	2003
FEMSA Cerveza:			
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	Ps. 145	Ps. 121
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	33.71%	131	122
Labatt USA ⁽¹⁾	30.00%	—	171
Otras ⁽²⁾	Varios	17	27
Coca-Cola FEMSA:			
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	33.68%	144	130
Molson, Inc. ("Molson") ⁽³⁾	0.74%	89	269
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	62	32
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ("IMER") ⁽²⁾	52.01%	52	—
Complejo Industrial Can, S.A. ("CICAN") ⁽¹⁾	48.10%	35	53
Tapón Corona de Colombia, S.A. ("Tapón Corona") ⁽¹⁾	40.00%	24	24
Otras ⁽²⁾	Varios	12	10
Otras inversiones ⁽²⁾	Varios	48	52
		Ps. 759	Ps. 1,011

Método de valuación:

(1) Método de participación.

(2) Costo de adquisición actualizado.

(3) Valor de mercado.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 11. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Terrenos	Ps. 5,523	Ps. 5,618
Edificio, maquinaria y equipo	62,800	61,541
Depreciación acumulada	(29,321)	(27,642)
Equipo de refrigeración	3,096	2,918
Depreciación acumulada	(1,421)	(1,201)
Inversiones en proceso	1,768	1,836
Botellas y cajas de Coca-Cola FEMSA	1,031	1,043
Activos a valor de realización	815	701
	Ps. 44,291	Ps. 44,814

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

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
FEMSA y otros	Ps. 294	Ps. 366
FEMSA Cerveza	264	335
Coca-Cola FEMSA	257	—
	Ps. 815	Ps. 701
Terrenos	Ps. 495	Ps. 476
Edificios	263	179
Equipo	57	46
	Ps. 815	Ps. 701

Como resultado de las ventas de terrenos, la Compañía reconoció una ganancia de Ps. 28, Ps. 312 y Ps. 141 al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, respectivamente.

El mercado de bienes raíces se ha visto afectado por la situación económica en México, y como resultado el programa de venta ha tomado más tiempo que el que originalmente se esperaba. Sin embargo, la administración decidió continuar con dicho programa y mantener sus esfuerzos para recuperar la inversión en dichos activos.

Estos activos fijos registrados a valor estimado de realización se consideran como activos monetarios y se les calcula pérdida por posición monetaria, la cual se registra en el estado de resultados.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 12. ACTIVOS INTANGIBLES.

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
ACTIVOS INTANGIBLES NO AMORTIZABLES		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola:		
Territorios de Panamco (ver Nota 3)	Ps. 35,801	Ps. 35,154
Buenos Aires, Argentina	195	199
Tapachula, Chiapas	118	118
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución (ver Nota 2)	9,372	128
FEMSA Comercio:		
Adquisición de una cadena de tiendas de conveniencia	105	—
FEMSA:		
Marca Mundet	145	145
ACTIVOS INTANGIBLES AMORTIZABLES		
Otros activos intangibles:		
Costo por implementación de sistemas	586	598
Gastos por inicio de actividades	204	164
Adquisición del interés minoritario de FEMSA	187	201
Adquisición de una cadena de tiendas de conveniencia	115	—
Otros	17	—
	Ps. 46,845	Ps. 36,707

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

	<i>Diciembre 31, 2004</i>		
	<i>Costo de Implementación de Sistemas</i>	<i>Gastos por Inicio de Actividades</i>	<i>Adquisición del Interés Minoritario de FEMSA</i>
Saldo Inicial	Ps. 736	Ps. 193	Ps. 278
Adiciones	197	59	—
Inversión total	933	252	278
Amortización acumulada al inicio del ejercicio	(138)	(29)	(77)
Amortización del ejercicio	(209)	(19)	(14)
Amortización acumulada	(347)	(48)	(91)
Saldo final	Ps. 586	Ps. 204	Ps. 187
Amortización anual estimada	Ps. 235	Ps. 35	Ps. 14

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Diciembre 31, 2003

	<i>Costo de Implementación de Sistemas</i>		<i>Gastos por Inicio de Actividades</i>		<i>Adquisición del Interés Minoritario de FEMSA</i>
Saldo Inicial	Ps.	417	Ps.	106	Ps. 278
Adiciones		319		87	—
Inversión total		736		193	278
Amortización acumulada al inicio del ejercicio		(45)		(15)	(62)
Amortización del ejercicio		(93)		(14)	(15)
Amortización acumulada		(138)		(29)	(77)
Saldo final	Ps.	598	Ps.	164	Ps. 201

NOTA 13. OTROS ACTIVOS.

	Diciembre 31,	
	2004	2003
Acuerdos con clientes	Ps. 2,857	Ps. 2,628
Mejoras a propiedades arrendadas	2,131	1,700
Cuentas por cobrar a largo plazo	707	750
Pasivo adicional de las obligaciones laborales (ver Nota 16)	260	409
Publicidad pagada por anticipado a largo plazo	146	184
Comisiones sobre financiamientos	84	184
Saldos fiscales por recuperar (ver Nota 24 A)	—	229
Otros	365	437
	Ps. 6,550	Ps. 6,521

NOTA 14. SALDOS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS Y COMPAÑÍAS ASOCIADAS.

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

	Diciembre 31,	
SALDOS	2004	2003
Activos (cuentas por cobrar)	Ps. 881	Ps. 812
Pasivos (proveedores y otros pasivos)	1,361	822
Deuda a largo plazo con BBVA Bancomer, S.A. ⁽¹⁾	7,263	4,264

(1) Uno o más miembros de nuestro consejo de administración son también miembros del consejo de administración de las compañías con las que se realizaron estas transacciones.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

OPERACIONES	2004	<i>Diciembre 31,</i>	
		2003	2002
Ingresos:			
FEMSA Cerveza:			
Ventas de exportación a Labatt USA ⁽²⁾	Ps. 919	Ps. 1,073	Ps. 964
Otras ventas a compañías afiliadas	759	753	797
Ventas de lata a IEQSA	487	357	389
Productos financieros relacionado con depósitos bancarios a corto plazo en BBVA Bancomer, S.A. ⁽¹⁾	48	79	121
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	6,957	5,828	2,857
Compras de azúcar a Beta San Miguel	915	233	—
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	737	614	503
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN	470	292	271
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, Seguros Monterrey New York Life, S.A. y Fianzas Monterrey, S.A. ⁽¹⁾	217	154	166
Compras de hermetapas de Tapón Corona	195	118	—
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.) ⁽¹⁾	148	137	123
Servicios pagados a Labatt ⁽²⁾	85	133	125
Gastos financieros relacionado con la deuda a largo plazo con BBVA Bancomer, S.A. ⁽¹⁾	404	50	7

(1) Uno o más miembros de nuestro consejo de administración son también miembros del consejo de administración de las compañías con las que se realizaron estas transacciones.

(2) Labatt era considerada parte relacionada hasta la fecha de la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza (ver Nota 2).

NOTA 15. 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		<i>Tipo de Cambio Aplicable ⁽¹⁾</i>	<i>Corto Plazo</i>	<i>Largo Plazo</i>	<i>Total</i>
Diciembre 31, 2004:	Activos	11.1460	\$ 255	\$ —	\$ 255
	Pasivos		449	903	1,352
Diciembre 31, 2003:	Activos	11.2350	\$ 149	\$ —	\$ 149
	Pasivos		535	1,394	1,929

(1) Pesos mexicanos por dólar americano.

OPERACIONES	2004	<i>Diciembre 31,</i>	
		2003	2002
Ingresos	\$ 256	\$ 227	\$ 217
Egresos:			
Compra de materia prima	351	284	229
Asistencia técnica	11	17	32
Intereses y otros	302	300	245
	\$ 664	\$ 601	\$ 506

Al 11 de febrero del 2005, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio es de 11.1450 pesos por dólar y la posición en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre del 2004.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 16. OBLIGACIONES LABORALES.

A) SUPUESTOS:

Los cálculos actuariales del 2004 y 2003 para determinar los pasivos del plan de pensiones y jubilaciones, prima de antigüedad y servicios médicos posteriores al retiro, así como el costo del ejercicio, utilizaron los siguientes supuestos a largo plazo:

	<i>Tasa de Descuento Anual</i>	<i>Incremento de Sueldos</i>	<i>Tasa de Rendimiento de la Inversión</i>
México	6.0%	2.0%	6.0%
Guatemala	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Nicaragua	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Costa Rica	4.5%	1.5%	4.5%
Colombia	4.5%	1.5%	— ⁽¹⁾
Brasil	4.5%	1.5%	4.5%
Fecha de la medición	Noviembre 2004		

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

Las bases utilizadas para la determinación de la tasa de rendimiento a largo plazo están soportadas a través de un análisis histórico de los rendimientos promedio en términos reales de los últimos 30 años para los Certificados de Tesorería del Gobierno Federal y de las expectativas de rendimiento a largo plazo para el portafolio de inversión que se maneja actualmente. Las operaciones de Panamá, Venezuela y Argentina no cuentan con un plan de pensiones y jubilaciones.

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

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

	<i>Plan de Pensiones y Jubilaciones</i>	<i>Prima de Antigüedad</i>	<i>Servicios Médicos Posteriores al Retiro</i>
2005	Ps. 192	Ps. 12	Ps. 37
2006	195	11	38
2007	198	13	39
2008	201	14	40
2009	205	14	41
2010 al 2014	1,121	105	218

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

B) SALDOS DE LAS OBLIGACIONES:

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 1,743	Ps. 1,754
Obligaciones por personal activo	1,426	1,459
Obligaciones por beneficios actuales	3,169	3,213
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	275	281
Obligaciones por beneficios proyectados	3,444	3,494
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(1,855)	(1,777)
Obligaciones por beneficios proyectados sin fondear	1,589	1,717
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(295)	(383)
Pérdida actuarial por amortizar	(72)	(250)
	1,222	1,084
Pasivo adicional	350	525
Total	1,572	1,609
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	79	71
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	68	66
Obligaciones por beneficios actuales	147	137
Exceso de la obligación por beneficios proyectados sobre beneficios actuales	18	17
Obligaciones por beneficios proyectados	165	154
Obligaciones por servicios pasados por amortizar	(14)	(15)
Pérdida actuarial por amortizar	(12)	—
	139	139
Pasivo adicional	37	26
Total	176	165
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	251	209
Obligaciones por personal activo	276	233
Obligaciones por beneficios actuales	527	442
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(19)	(21)
Obligaciones por beneficios actuales sin fondear	508	421
Obligaciones por servicios posteriores al retiro pasados por amortizar	(48)	(63)
Pérdida actuarial por amortizar	(262)	(190)
Total	198	168
Total obligaciones laborales	Ps. 1,946	Ps. 1,942

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

En algunas compañías el monto de las obligaciones por beneficios proyectados fue inferior al monto de las obligaciones por beneficios actuales, neta de los activos a valor de mercado, por lo que se reconoció un pasivo adicional contra un activo intangible, el cual se presenta en la cuenta de otros activos hasta el monto de las obligaciones por servicios pasados por amortizar (ver Nota 13) y la diferencia se registró como otras partidas de la utilidad integral.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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:

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	24%	34%
Instrumentos bancarios	11%	11%
Instrumentos del Gobierno Federal	31%	30%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en BMV	34%	25%
	100%	100%

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

En el año 2004, la aportación a los activos del fondo del plan de pensiones y jubilaciones y de servicios médicos posteriores al retiro ascendió a Ps. 125 y la Compañía estima que la aportación del año 2005 será de Ps. 140.

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

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Deuda:		
Grupo Industrial Bimbo, S.A. de C.V.	Ps. 10	Ps. 11
Coca-Cola FEMSA (Certificados Bursátiles)	44	—
Capital:		
Grupo Financiero BBVA Bancomer, S.A.	—	14
FEMSA (FEMSA UBD)	273	240

D) COSTO DEL EJERCICIO:

	<i>Diciembre 31,</i>		
	2004	2003	2002
Plan de pensiones y jubilaciones:			
Costo laboral	Ps. 105	Ps. 92	Ps. 79
Costo financiero	190	169	141
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(104)	(108)	(102)
Amortización del pasivo de transición	21	21	21
Amortización de la pérdida (utilidad) neta actuarial	2	(2)	(4)
	214	172	135
Prima de antigüedad:			
Costo laboral	19	17	14
Costo financiero	9	8	7
Amortización del pasivo de transición	2	2	2
	30	27	23

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	2004	<i>Diciembre 31,</i>		
		2003		2002
Servicios médicos posteriores al retiro:				
Costo laboral	Ps. 15	Ps. 13	Ps.	12
Costo financiero	27	23		22
Rendimiento esperado de los activos del fondo	(2)	(2)		(2)
Amortización del pasivo de transición	5	5		5
Amortización de la pérdida neta actuarial	7	6		8
	52	45		45
	Ps. 296	Ps. 244	Ps.	203

E) CAMBIOS EN LOS SALDOS DE LAS OBLIGACIONES:

	<i>Diciembre 31,</i>		
	2004		2003
Plan de Pensiones:			
Saldo inicial	Ps. 3,494	Ps.	2,724
Efecto por la adquisición de Panamco	—		496
Costo laboral	105		92
Costo financiero	190		169
(Utilidad) pérdida actuarial	(156)		199
Retiros de los activos del fondo	(189)		(186)
Saldo final	3,444		3,494
Prima de antigüedad:			
Saldo inicial	154		122
Efecto por la adquisición de Panamco	—		30
Costo laboral	19		17
Costo financiero	9		8
Pérdida (utilidad) actuarial	12		(2)
Pagos	(29)		(21)
Saldo final	165		154
Servicios médicos:			
Saldo inicial	442		380
Costo laboral	15		13
Costo financiero	27		23
Pérdida actuarial	77		26
Retiros de los activos del fondo	(34)		—
Saldo final	Ps. 527	Ps.	442

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	Diciembre 31,	
	2004	2003
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 1,777	Ps. 1,710
Efecto por la adquisición Panamco	—	180
Rendimiento real de los activos del fondo	152	(81)
Aportaciones	93	64
Retiros	(167)	(96)
Saldo final	1,855	1,777
Servicios médicos:		
Saldo inicial	21	33
Rendimiento real de los activos del fondo	(1)	(6)
Aportaciones	33	22
Retiros	(34)	(28)
Saldo final	Ps. 19	Ps. 21

G) VARIACIÓN EN LOS SUPUESTOS DE SERVICIOS MÉDICOS:

A continuación se presenta el impacto en las obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro y los costos del ejercicio asumiendo una variación de 1% en los supuestos económicos:

	Impacto del Cambio en ⁽¹⁾	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. 81	Ps. (65)
Costo del ejercicio	7	(8)

(1) El impacto no es el mismo para un incremento del 1% así como un decremento del 1% debido a que las tasas no son lineales.

NOTA 17. PROGRAMA DE BONOS.

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

Los objetivos cuantitativos representan aproximadamente el 50% del bono y se establecen con base a la metodología del Valor Económico Agregado (“Economic Value Added-EVA”). El objetivo establecido, para los ejecutivos de cada negocio, esta basado en una combinación del EVA generado por su negocio y del EVA generado por FEMSA consolidado, 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 de año para cada ejecutivo.

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Dichas acciones u opciones son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de éstas a partir del siguiente año en el que le fueron asignadas, a razón de un 20% anual. Para los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, el bono anual consiste de un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante de acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA.

El bono objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina en base al porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 633, Ps. 405 y Ps. 363, respectivamente.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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 18. PRÉSTAMOS BANCARIOS Y DOCUMENTOS POR PAGAR.

Los préstamos bancarios y documentos por pagar a corto plazo al 31 de diciembre del 2004 y 2003, consisten principalmente en créditos revolventes denominados en pesos mexicanos y dólares. Las tasas anuales promedio ponderadas fueron las siguientes:

CORTO PLAZO:	2004	2003
Pesos mexicanos	8.8%	6.2%
Dólares	2.1%	2.5%

Los préstamos bancarios y documentos por pagar a largo plazo, así como las tasas promedio ponderadas fueron las siguientes:

LARGO PLAZO:	<i>% Tasa de Interés ⁽¹⁾</i>	<i>Diciembre 31,</i> 2004	2003
TASA DE INTERÉS FIJA			
Dólares:			
Bono Yankee	7.93	Ps. 5,603	Ps. 5,974
Préstamos bancarios	9.24	2,099	7,369
Colocación privada	—	—	1,181
Préstamo sindicado	—	—	1,606
Arrendamiento financiero	5.42	168	204
Pesos Mexicanos:			
Certificados bursátiles	9.39	9,750	5,522
Préstamos bancarios	10.18	10,359	2,630
Unidades de inversión (UDIS)	8.65	1,436	1,492
TASA DE INTERÉS VARIABLE			
Dólares:			
Préstamos bancarios	2.98	759	731
Préstamos sindicados	2.34	1,672	905
Crédito hipotecario	—	—	72
Arrendamiento financiero	10.07	24	34
Pesos Mexicanos:			
Préstamos bancarios	9.21	4,528	4,473
Certificados bursátiles	9.45	2,750	4,997
Pesos Colombianos:			
Documentos	10.10	677	713
Deuda a largo plazo		39,825	37,903
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(3,540)	(2,732)
		Ps. 36,285	Ps. 35,171

(1) Tasa promedio ponderada, incluyendo el efecto de los swaps de tasa de interés (ver Nota 19 C).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Los vencimientos de los préstamos bancarios a largo plazo al 31 de diciembre del 2004, se integran de la siguiente manera:

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps.	3,540
2006		4,605
2007		3,442
2008		8,397
2009		8,173
2010 en adelante		11,668
	Ps.	39,825

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 19. VALOR DE MERCADO DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS.

A) DEUDA A LARGO PLAZO:

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

	<i>Diciembre 31,</i>	
	2004	2003
Valor en libros	Ps. 39,825	Ps. 37,903
Valor razonable	40,360	38,825

B) FORWARD PARA LA COMPRA DE ACCIONES:

Una subsidiaria de Coca-Cola FEMSA tenía contratado un forward de acciones el cual expiró en junio del 2004. Este contrato generó una pérdida de Ps. 37, que se reconoció en el balance de adquisición de Panamco. El 18 de junio del 2004, se contrató un nuevo forward con el mismo objetivo, el cual venció en septiembre del 2004, generando una pérdida de Ps. 19, que se registró en el estado de resultados.

C) SWAPS DE TASA DE INTERÉS:

La Compañía tiene contratos denominados swap de tasa de interés, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés de sus créditos, a través de los cuales paga importes calculados con base en tasas de interés fijas y recibe importes calculados con base en tasas de interés variables. Adicionalmente, la Compañía tiene contratos de opciones de venta de tasas de interés como complemento a los contratos swap, por los cuales recibió una prima. El efecto neto se incluye en el gasto financiero y ascendió a Ps. 147, Ps. 124 y Ps. 41, por los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, respectivamente.

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

Los contratos vigentes a la fecha de los presentes estados financieros se presentan a continuación:

FECHA DE VENCIMIENTO	<i>Valor de Referencia</i>	<i>Valor Razonable</i>
2006	Ps. 713	Ps. (15)
2007	4,250	41
2008	5,000	86
2009	2,405	(39)
2010	2,805	(19)
2011	1,650	27
2012	1,500	(34)

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

D) OPCIONES PARA COMPRA DE MONEDAS EXTRANJERAS:

En conexión con el financiamiento de las operaciones de Interbrew, la Compañía contrató una serie de forwards para la compra de dólares americanos.

Al 31 de diciembre del 2004, la Compañía registró una pérdida cambiaria en el estado de resultados de Ps. 229, y tiene vigentes contratos por un monto de \$250, los cuales vencen el 31 de marzo del 2005, a un tipo de cambio promedio ponderado de 11.31 pesos mexicanos por dólar americano.

La Compañía tenía contratos forward para la compra de euros con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre el dólar y el euro para la adquisición de maquinaria. El efecto neto de los contratos que se liquidaron en el ejercicio terminado el 31 de diciembre del 2004, fue una ganancia cambiaria de Ps. 17.

El valor razonable se estima con base en la cotización en el mercado para dar por terminado dicho contrato a la fecha del último estado de situación financiera presentado, el cual al 31 de diciembre del 2004 representa una utilidad de Ps. 3.

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

La Compañía tiene contratos denominados swap de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares.

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

Los contratos vigentes a la fecha de los presentes estados financieros se presentan a continuación:

FECHA DE VENCIMIENTO		<i>Valor de Referencia</i>		<i>Valor Razonable</i>
2009	Ps.	167	Ps.	(2)
2010		1,393		3

F) CONTRATOS DE PRECIO DE MATERIAS PRIMAS:

La Compañía tiene contratados diversos instrumentos derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas. El resultado neto de dichos contratos fue una utilidad de Ps. 76, una pérdida de Ps. 20 y una utilidad de Ps. 19 por los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, respectivamente, las cuales se registraron en los resultados de operación. El valor razonable se estima con base en los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del ejercicio. Al 31 de diciembre del 2004, la Compañía tiene contratados instrumentos derivados con fechas de vencimiento durante el año 2005, por un total a valor de referencia de Ps. 467 y el valor razonable resultó en una ganancia de Ps. 21.

NOTA 20. INTERÉS MINORITARIO EN SUBSIDIARIAS CONSOLIDADAS.

		<i>Diciembre 31,</i>	
		2004	2003
Coca-Cola FEMSA	Ps.	16,671	Ps. 13,104
FEMSA Cerveza		50	5,490
	Ps.	16,721	Ps. 18,594

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 21. CAPITAL CONTABLE.

Al 31 de diciembre del 2004, el capital social de FEMSA está representado por 5,297,310,450 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y con 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, 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 del 2008, 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 del 2004, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

	<i>Unidades “B”</i>	<i>Unidades “BD”</i>	<i>Total</i>
Unidades	419,569,500	639,892,590	1,059,462,090
Acciones:			
Serie “B”	2,097,847,500	639,892,590	2,737,740,090
Serie “D”	—	2,559,570,360	2,559,570,360
Subserie “D-B”	—	1,279,785,180	1,279,785,180
Subserie “D-L”	—	1,279,785,180	1,279,785,180
Total acciones	2,097,847,500	3,199,462,950	5,297,310,450

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

	<i>Saldo Histórico</i>	<i>Actualización</i>	<i>Saldo Actualizado</i>
Capital social	Ps. 2,649	Ps. 1,814	Ps. 4,463
Prima en suscripción de acciones	7,577	5,110	12,687
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	17,727	1,268	18,995
Utilidad neta	5,694	137	5,831

La utilidad neta de la Compañía está sujeta a la disposición legal que requiere que el 5% de la utilidad neta de cada ejercicio sea traspasada a la reserva legal, hasta que ésta sea igual al 20% del capital social a valor nominal. Esta reserva no es susceptible de distribuirse a los accionistas durante la existencia de la Compañía, excepto en la forma de dividendo en acciones. Al 31 de diciembre del 2004, la reserva legal de FEMSA asciende a Ps. 530 (valor nominal).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. A partir del 2003, este impuesto sólo podrá ser acreditado contra el ISR del año en el cual los dividendos sean pagados y en los dos siguientes años contra el ISR y los pagos provisionales. Al 31 de diciembre del 2004, los saldos de CUFIN y de CUFINRE ascendieron a Ps. 13,588 y Ps. 2,491, respectivamente, y el saldo del pago diferido de impuestos es de Ps. 192.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de la Compañía, celebrada el 11 de marzo del 2004, se acordó distribuir dividendos de 0.089500 (valor nominal) pesos por acción serie “B” y 0.111875 (valor nominal) pesos por acción serie “D”, que fueron pagados en mayo del 2004. Además se autorizó un monto máximo de Ps. 3,000, que podrá destinarse a la compra de acciones propias.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 9 de marzo del 2004, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 539, el cual fue pagado en mayo del 2004. El dividendo pagado al interés minoritario de Ps. 292, está presentado como una reducción en el interés minoritario en el estado de variaciones en las cuentas de capital contable.

El 8 de junio del 2004, Winsa Company LLP adquirió mediante una aportación de capital el 16.89% del capital social con derecho a voto de una subsidiaria indirecta de Coca-Cola FEMSA, quien es la compañía tenedora de sus subsidiarias en Brasil, por Ps. 590.

NOTA 22. UTILIDAD BÁSICA 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. Además se presenta la distribución de las utilidades de acuerdo al derecho de dividendos que tienen las distintas series de acciones.

A continuación se presenta el cálculo del número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002:

	<i>Millones de Acciones</i>			
	<i>Serie “B”</i>		<i>Serie “D”</i>	
	<i>Número</i>	<i>Promedio Ponderado</i>	<i>Número</i>	<i>Promedio Ponderado</i>
Acciones en circulación	2,737.70	2,737.70	2,559.60	2,559.60
Derecho de dividendos	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11%		53.89%	

NOTA 23. ENTORNO FISCAL.

A) ISR:

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Las tasas de ISR aplicables en el año 2004 en los países en donde opera la Compañía y el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales, se mencionan a continuación:

	<i>Tasa ISR</i>	<i>Vigencia de las Pérdidas Fiscales (Años)</i>
México	33.0%	10
Guatemala	31.0%	N/A
Nicaragua	30.0%	3
Costa Rica	30.0%	3
Panamá	30.0%	5
Venezuela	34.0%	3
Colombia	38.5%	5-8
Brasil	34.0%	Indefinido
Argentina	35.0%	5

La tasa de ISR causada en México fue de un 33%, 34% y 35% para los años de 2004, 2003 y 2002 respectivamente.

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

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

En Guatemala, las pérdidas fiscales pueden aplicarse solamente por compañías de reciente creación (no aplicable para la Compañía). En Colombia, las pérdidas fiscales generadas antes del 31 de diciembre del 2002, expiran en un periodo de 5 años, y las generadas después del 1 de enero del 2003, serán aplicadas en un periodo de 8 años, limitadas a un 25% de la utilidad gravable del ejercicio. En Brasil, las pérdidas fiscales no expiran, pueden ser aplicadas en periodos futuros hasta en un 30% de la utilidad gravable del ejercicio.

B) IMPUESTO AL ACTIVO:

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

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

C) PTU:

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

D) ISR Y PTU DIFERIDOS:

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

ISR DIFERIDO	Diciembre 31,	
	2004	2003
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (124)	Ps. (157)
Inventarios	1,824	1,938
Pagos anticipados	88	134
Propiedad, planta y equipo	4,001	4,623
Inversión en acciones	9	190
Intangibles y otros activos	(588)	(209)
Plan de pensiones	(293)	(368)
Prima de antigüedad	(48)	(45)
Servicios médicos posteriores al retiro	(56)	(53)
Impuesto al activo por recuperar	(290)	(83)
Pérdidas fiscales por amortizar	(724)	(446)
Reserva para contingencias	(429)	(910)
Provisiones contables no fiscales	(568)	(571)
Otras reservas	2	(181)
ISR diferido, neto	2,804	3,862
ISR diferido por recuperar	1,353	1,355
ISR diferido por pagar	Ps. 4,157	Ps. 5,217

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

	Diciembre 31,	
	2004	2003
Saldo inicial	Ps. 3,862	Ps. 4,387
Saldo adquirido de Panamco	—	(982)
Ganancia por posición monetaria	49	28
Provisión del ejercicio	(402)	543
Cambio en la tasa impositiva de ISR	(602)	(72)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	9	(47)
Resultado por tenencia de activos no monetarios	(112)	5
Saldo final	Ps. 2,804	Ps. 3,862

Al 31 de diciembre del 2004, no existen diferencias temporales significativas no recurrentes entre la utilidad neta y la utilidad fiscal gravable para PTU sobre las cuales se pueda presumir razonablemente que van a provocar un beneficio o un pasivo, por lo que no se registró provisión alguna por PTU diferida.

E) PROVISIÓN DEL EJERCICIO:

	Diciembre 31,		
	2004	2003	2002
ISR causado	Ps. 4,226	Ps. 2,673	Ps. 3,584
Impuesto al activo	69	47	38
ISR diferido	(402)	543	152
Cambio en la tasa impositiva de ISR de México	(602)	(72)	(144)
	3,291	3,191	3,630
Beneficio por juicio fiscal (Nota 24 A)	(1,311)	—	—
	1,980	3,191	3,630
PTU	415	393	339
PTU diferida	—	—	(9)
	Ps. 2,395	Ps. 3,584	Ps. 3,960

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

Al 31 de diciembre del 2004, las subsidiarias en México, 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
2005	Ps. 353	Ps. 76
2006	10	67
2007	10	70
2008	16	24
2009	2,319	1
2010	19	5
2011	19	11
2012	75	14
2013	157	18
2014 en adelante	962	28
	Ps. 3,940	Ps. 314

Debido a la incertidumbre en la realización de pérdidas fiscales por un monto de Ps. 1,339, no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido. Los cambios en los saldos de esta reserva se presentan a continuación:

	Diciembre 31,	
	2004	2003
Saldo inicial	Ps. 1,464	Ps. —
Balance de adquisición de Panamco	—	1,464
Provisión del ejercicio	475	—
Cancelación de reserva	(600)	—
Saldo final	Ps. 1,339	Ps. 1,464

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

	Diciembre 31,		
	2004	2003	2002
Tasa impositiva de ISR en México	33%	34%	35%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y el ajuste por inflación fiscal	—	1	—
Gastos no deducibles	1	4	3
Deterioro del valor del crédito mercantil en Coca-Cola FEMSA Buenos Aires	—	—	2
Efecto por cambio en tasa de ISR en México	(5)	(1)	(1)
Otros	(1)	(1)	1
Tasa efectiva de ISR consolidada	28%	37%	40%

NOTA 24. CONTINGENCIAS Y COMPROMISOS.

A) JUICIOS RESUELTOS:

- Durante el 2002 y 2003, algunas subsidiarias mexicanas de Coca-Cola FEMSA iniciaron una demanda de amparo con relación al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (“IEPS”) sobre los inventarios de productos elaborados con alta fructuosa, así como al IEPS aplicable a refrescos dietéticos y agua mineral. Se obtuvo una resolución favorable sobre estos juicios, con lo cual se registró una cuenta por cobrar de Ps. 236.
- La SHCP determinó créditos fiscales a cargo de FEMSA Cerveza por ventas de exportación a países de baja imposición fiscal, por los años de 1998 y 1999. Se interpusieron los medios de defensa correspondientes, sin embargo, fueron resueltos en contra de la Compañía, por lo que se registró una provisión por Ps. 63 en el estado de resultados al 31 de diciembre del 2004.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- En mayo del 2004, la Compañía obtuvo la decisión final favorable, no sujeta a apelación de una Corte Federal Mexicana que permite amortizar una pérdida fiscal en venta de acciones generada en el 2002, contra utilidades fiscales provenientes de operación, cuyo beneficio en el ISR asciende a Ps. 1,311, la cual se incluye en la cuenta de impuestos del estado de resultados (ver Nota 23 E).
- En abril del 2004 la Suprema Corte de Justicia Mexicana emitió reglas específicas para la deducción fiscal de ciertos activos de la industria de bebidas, entre los cuales se encuentran los refrigeradores, considerándolos activos fijos con vida definida. La Compañía consideraba a los refrigeradores como gasto para efectos fiscales. Este cambio de criterio no tiene un impacto en resultados, debido a que la diferencia entre el valor contable y el fiscal de los refrigeradores fue previamente registrado como un pasivo por impuestos diferidos. El monto pagado por multas y recargos ascendió a Ps. 139 y fue reconocido en la cuenta de impuestos del estado de resultados.
- En los ejercicios de 1998 y 1999, derivado de los ajustes en el IMPAC consolidado por el incremento en la tenencia accionaria en las compañías subsidiarias, se determinó un saldo a favor y se solicitó su devolución, obteniéndose resolución desfavorable contra la cual se interpuso el medio de defensa correspondiente. Dado que en opinión de los abogados de la Compañía existían bases razonables para obtener una resolución favorable, la Compañía en 1999 registró una cuenta por cobrar. Al 31 de diciembre del 2004, ya se emitió una resolución desfavorable definitiva sobre dicho juicio, por lo que la Compañía decidió cancelar dicha cuenta por cobrar y generar el impuesto diferido correspondiente al IMPAC por recuperar por el monto de Ps. 229.

B) JUICIOS PENDIENTES DE RESOLUCIÓN:

- La Compañía tiene registrados pasivos por contingencias por considerar que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de estas contingencias han sido registradas como incremento al activo intangible por la adquisición de Panamco. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre del 2004:

	<i>Corto Plazo</i>		<i>Largo Plazo</i>		<i>Total</i>
Fiscales	Ps.	97	Ps.	1,144	Ps. 1,241
Legales		—		163	163
Laborales		60		219	279
Total	Ps.	157	Ps.	1,526	Ps. 1,683

- En el 2002, la Comisión Federal de Competencia en México consideró que los embotelladores de Coca-Cola se involucraron en prácticas monopólicas. La Compañía, junto con otros embotelladores de Coca-Cola, apelaron esta decisión, y de acuerdo a la opinión de sus asesores legales se considera que es probable que se obtenga una resolución favorable.
- En el 2004, una subsidiaria en Costa Rica fue requerida para pagar un monto aproximado de \$12 por concepto de impuestos sobre la venta de bebidas carbonatadas de abril del 2002 a julio del 2003. En años anteriores se han tenido requerimientos similares y se han obtenido resoluciones favorables por lo que la Compañía estima que estos impuestos no tendrán efectos adversos en la posición financiera ni en sus resultados.
- En septiembre del 2002, una embotelladora de la competencia interpuso una demanda por prácticas monopólicas contra una subsidiaria en Panamá por aproximadamente \$98. La Compañía estima que el resultado final, no tendrá efectos adversos en la posición financiera ni en sus resultados.
- En 1999 ciertas subsidiarias en Venezuela fueron notificadas sobre ciertas demandas de carácter fiscal, por un monto aproximado de \$17. La Compañía tiene derechos de indemnización por parte de los anteriores dueños, por lo que se estima que la decisión final no tendrá efectos adversos en la posición financiera ni en los resultados de la Compañía.
- Una subsidiaria en Venezuela tiene demandas de los anteriores distribuidores por un monto aproximado de \$21. La Compañía considera, basada en las decisiones emitidas por la Suprema Corte a este tipo de demandas, y en análisis de cada caso en particular, que estas demandas no tiene las suficientes bases legales.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

- Durante el 2001, un sindicato obrero de Colombia presentó una demanda en contra de la Compañía y The Coca-Cola Company, ante la Corte Distrital de los Estados Unidos de América para el Distrito Sur del Estado de Florida, por la realización de acciones injustas en contra del sindicato y sus miembros, por un monto aproximado de \$500. La Compañía ha presentado una propuesta para descartar la demanda y estima que la resolución final no tendrá efectos adversos en su posición financiera ni en sus resultados.
- De acuerdo a las prácticas de Brasil existen algunas contingencias fiscales de ciertas subsidiarias en dicho país que han sido garantizadas con activos fijos.
- Otros procedimientos legales en contra o que involucran a la Compañía y sus subsidiarias están pendientes, los cuales no afectan en la conducción de sus negocios. La Compañía considera que la resolución final de dichos procedimientos no tendrá efectos adversos en su posición financiera ni en sus resultados.

C) COMPROMISOS:

Al 31 de diciembre del 2004, la Compañía tiene los siguientes compromisos contractuales:

- En dólares, para arrendamiento de maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo; y
- En pesos mexicanos, para arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los plazos de vencimiento son variables para los compromisos denominados en dólares y en pesos mexicanos, y se integran de la siguiente forma:

	<i>Diciembre 31, 2004</i>	
2005	\$ 40	Ps. 557
2006	33	543
2007	24	524
2008	16	514
2009	17	495
2010	5	474
2011	—	392
2012 al 2020	—	2,953

El gasto por rentas fue de Ps. 1,117, Ps. 817 y Ps. 576 por los ejercicios terminados el 31 de diciembre del 2004, 2003 y 2002, respectivamente.

NOTA 25. INFORMACIÓN POR SEGMENTOS.

A) POR UNIDAD DE NEGOCIO:

La información por segmentos de años anteriores ha sido reclasificada para efectos de comparabilidad, debido a:

- Fusión de la operación de envases metálicos y botellas de vidrio con FEMSA Cerveza (ver Nota 1);
- En diciembre del 2003, todas las tiendas “Six” que pertenecían a FEMSA Cerveza y que eran consideradas apropiadas para el formato de Oxxo fueron vendidas a FEMSA Comercio; y
- El anterior segmento de FEMSA Empaques ha sido reclasificado a otros, porque no cumple con ninguno de los criterios cuantitativos o cualitativos para ser presentado como segmento operativo de FEMSA siguiendo los criterios del Boletín B-5 “Información Financiera por Segmentos” (“B-5”).

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

2004	<i>Coca-Cola FEMSA</i>	<i>FEMSA Cerveza</i>	<i>FEMSA Comercio</i>	Otros	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 46,499	Ps. 24,970	Ps. 22,838	Ps. 5,150	Ps. (5,501)	Ps. 93,956
Ingresos intercompañías	276	1,613	2	3,610	(5,501)	—
Utilidad de operación	7,696	4,744	911	405	(18)	13,738
Depreciación ⁽¹⁾	1,961	1,470	216	104	—	3,751
Amortización	289	1,720	219	40	—	2,268
Otros virtuales ^{(2) (3)}	64	108	5	56	—	233
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	469	—	18	—	487
Gasto financiero	2,531	813	218	491	(289)	3,764
Producto financiero	266	161	51	352	(289)	541
ISR e impuesto al activo	802	786	238	154	—	1,980
Inversiones en activo fijo	1,929	3,171	1,648	154	—	6,902
Activos de largo plazo	58,016	34,243	5,304	8,437	(6,202)	99,798
Total activos	67,066	43,071	8,280	10,145	(7,885)	120,677

2003	<i>Coca-Cola FEMSA</i>	<i>FEMSA Cerveza</i>	<i>FEMSA Comercio</i>	Otros	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 38,121	Ps. 24,150	Ps. 18,304	Ps. 4,774	Ps. (5,195)	Ps. 80,154
Ingresos intercompañías	185	1,587	12	3,411	(5,195)	—
Utilidad de operación	7,099	4,485	736	333	(13)	12,640
Depreciación ⁽¹⁾	1,588	1,487	138	106	—	3,319
Amortización	86	1,669	131	22	—	1,908
Otros virtuales ^{(2) (3)}	47	109	5	52	—	213
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	831	—	—	—	831
Gasto financiero	1,625	825	157	144	(160)	2,591
Producto financiero	251	225	60	367	(160)	743
ISR e impuesto al activo	1,543	1,043	282	323	—	3,191
Inversiones en activo fijo	2,007	3,731	1,273	128	—	7,139
Activos de largo plazo	57,949	25,622	4,071	5,655	(2,889)	90,408
Total activos	66,668	35,700	6,456	8,206	(5,377)	111,653

2002	<i>Coca-Cola FEMSA</i>	<i>FEMSA Cerveza</i>	<i>FEMSA Comercio</i>	Otros	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 19,586	Ps. 23,833	Ps. 14,700	Ps. 5,314	Ps. (5,436)	Ps. 57,997
Ingresos intercompañías	154	1,559	116	3,607	(5,436)	—
Utilidad de operación	4,866	4,460	546	378	(50)	10,200
Depreciación ⁽¹⁾	992	1,462	98	86	—	2,638
Amortización	81	1,494	103	67	—	1,745
Otros virtuales ^{(2) (3)}	19	37	4	51	—	111
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	477	177	—	—	—	654
Gasto financiero	360	601	90	138	(263)	926
Producto financiero	277	101	27	347	(263)	489
ISR e impuesto al activo	1,868	1,366	184	212	—	3,630
Inversiones en activo fijo	1,481	3,668	901	27	—	6,077

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

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

(3) Incluye el costo del ejercicio relativo al plan de pensiones (ver Nota 16 D) y la participación en compañías asociadas.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

B) POR ÁREA GEOGRÁFICA:

INGRESOS TOTALES	Diciembre 31,		
	2004	2003	2002
México	Ps. 74,936	Ps. 67,166	Ps. 56,129
Argentina	2,451	2,101	1,868
Brasil	5,137	3,182	—
Venezuela	4,776	2,884	—
Colombia	4,141	2,773	—
Centroamérica ⁽¹⁾	3,459	2,277	—
Eliminaciones	(944)	(229)	—
	93,956	80,154	57,997

INVERSIONES EN ACTIVO FIJO

México	6,075	6,637	5,993
Argentina	53	108	84
Brasil	250	190	—
Venezuela	240	51	—
Colombia	120	1	—
Centroamérica ⁽¹⁾	164	152	—
	6,902	7,139	6,077

ACTIVOS DE LARGO PLAZO	Diciembre 31,	
	2004	2003
México	Ps. 90,954	Ps. 80,995
Argentina	1,185	1,272
Brasil	4,693	4,859
Venezuela	3,544	3,264
Colombia	6,076	5,765
Centroamérica ⁽¹⁾	4,916	5,111
Eliminaciones	(11,570)	(10,858)
	99,798	90,408

TOTAL ACTIVOS

México	108,465	100,781
Argentina	1,893	1,677
Brasil	6,068	6,084
Venezuela	4,393	4,093
Colombia	8,274	7,933
Centroamérica ⁽¹⁾	5,972	5,913
Eliminaciones	(14,388)	(14,828)
	120,677	111,653

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

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

NOTA 26. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

El Instituto Mexicano de Contadores Públicos (“IMCP”) emitió los siguientes boletines con aplicación obligatoria a partir del 1 de enero del 2005. La Compañía considera que estos nuevos pronunciamientos no tendrán un impacto significativo en su posición financiera ni en sus resultados.

A) BOLETÍN D-3, “OBLIGACIONES LABORALES” (“D-3”):

El D-3 revisado incluye:

- El tratamiento contable de otros beneficios posteriores al retiro, los cuales de acuerdo con la Circular No. 50, estaban regulados por supletoriedad por la Norma Internacional de Contabilidad No. 19;
- Las reglas para el tratamiento contable de reducciones y extinción anticipada de obligaciones por otros beneficios posteriores al retiro, obligatoria a partir de su publicación; y
- Las reglas para el tratamiento contable de remuneraciones al término de la relación laboral, en la que se distingue la terminación de la relación laboral por causa de reestructuración y por causas distintas a reestructuración.

La Compañía actualmente está evaluando el impacto de este nuevo pronunciamiento.

B) BOLETÍN C-10, “INSTRUMENTOS FINANCIEROS DERIVADOS Y OPERACIONES DE COBERTURA” (“C-10”):

El C-10 establece lineamientos contables más detallados para la valuación, presentación y revelación de los instrumentos financieros derivados. Asimismo, establece las condiciones para considerar un instrumento financiero como cobertura y clasifica a las coberturas con el objeto de definir si las utilidades o pérdidas que resulten de valorar las coberturas a su valor razonable, deben de afectar la utilidad del ejercicio o la utilidad integral.

C) BOLETÍN C-2, “DOCUMENTO DE ADECUACIONES AL BOLETÍN C-2” (“ADECUACIONES AL C-2”):

Las adecuaciones al C-2, establecen que las ganancias o pérdidas atribuibles a cambios en el valor razonable de instrumentos financieros clasificados como disponibles para su venta y su efecto monetario, deben ser reconocidos dentro de otras partidas de la utilidad integral y al momento de la venta deben reconocerse en resultados. El Boletín C-2 prohíbe la transferencia de instrumentos financieros originalmente clasificados para su negociación a cualquiera de las otras categorías de disponibles para su venta, o conservados al vencimiento, y viceversa. Asimismo, en las adecuaciones al C-2 se incorporan reglas más detalladas para el reconocimiento del deterioro en el valor de los instrumentos financieros.

D) BOLETÍN B-7, “ADQUISICIÓN DE NEGOCIOS” (“B-7”):

El B-7 establece:

- El método de compra como regla única de valuación para la adquisición de negocios e inversiones en entidades asociadas; se elimina la supletoriedad de la NIC 22 “Combinaciones de Negocios”;
- Modifica el tratamiento contable del crédito mercantil, eliminando su amortización y sujetándolo a las reglas de deterioro contenidas en el C-15;
- Define reglas específicas en la adquisición del interés minoritario y transferencias de activos o intercambio de acciones entre entidades bajo control común; y
- Complementa el tratamiento contable de los activos intangibles reconocidos en una adquisición de negocios, de acuerdo al Boletín C-8.

DIRECTORIO DE OFICINAS

FEMSA Corporativo

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

Coca-Cola FEMSA

MÉXICO

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

LATINCENTRO

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

MERCOSUR

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

FEMSA Cerveza

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

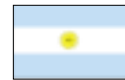
FEMSA Comercio (Oxxo)

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

FEMSA Insumos Estratégicos

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

PANORAMA FEMSA



PAÍS	MÉXICO		BRASIL	ARGENTINA	GUATEMALA	NICARAGUA	COSTA RICA	PANAMÁ	COLOMBIA	VENEZUELA
COMPAÑÍA	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO								COCA-COLA FEMSA
PROPIEDAD DE FEMSA (%)	100	100								45.7 ⁽¹⁾
VOLUMEN DE VENTAS	25,682 ⁽²⁾		989.8 ⁽³⁾	270.8 ⁽³⁾	144.3 ⁽³⁾		110.6 ⁽³⁾		167.1 ⁽³⁾	172.7 ⁽³⁾
INGRESOS ⁽⁴⁾	24,970.4	22,838.4	26,658.3	5,137.1	2,451		3,459		4,065.5	4,775.6
UTILIDAD DE OPERACIÓN ⁽⁴⁾	5,293 ⁽⁵⁾	1,025 ⁽⁵⁾	5,519.5	458.2	382.9		418.8		433	374.6
PLANTAS	6	3,466 tiendas	12	3	1		4		6	4
CENTROS DE DISTRIBUCIÓN	438		109	12	5		37		38	34
PERSONAL	19,748	7,806					56,238 ⁽⁶⁾			

(1) Al 31 de diciembre del 2004, el 39.6% era propiedad de The Coca-Cola Company y el 14.7% era público.
 (2) Miles de hectolitros.
 (3) Millones de cajas unidad (una caja unidad equivale a 24 botellas de 8 onzas).
 (4) Expresados en millones de pesos mexicanos de diciembre 31 del 2004.
 (5) Antes de pago de servicios corporativos.
 (6) Incluye personal tercerizado.

PRINCIPALES MARCAS

Refrescos

- Coca-Cola
- Coca-Cola Light
- Sprite
- Sprite Light
- Sprite 0
- Fanta
- Fanta Light
- Manzana Lift
- Ciel
- Ciel Mineralizada
- Beat
- Mundet
- Delaware Punch
- Senzao
- Fresca
- Powerade
- Mickey Aventuras

- Simba
- Sintonía
- Kuat
- Kapo
- Schweppes
- Taí
- Quatro
- Crush
- Crush Light
- Hi-C
- Kin
- Frescolita
- Shangri-La
- Dasani
- Kist

Cerveza

- Sol
- Tecate
- Carta Blanca
- Indio
- Tecate Light
- XX Ambar
- XX Lager
- Superior
- Bohemia
- Noche Buena
- Kloster
- Coors Light

Tiendas

- Oxxo

FORTALEZA
COMPETITIVA

EJECUCIÓN
DISCIPLINADA

ADMINISTRACIÓN
EFECTIVA DE
PORTAFOLIO



CONTACTOS E INFORMACIÓN A LOS ACCIONISTAS



FEMSAUBD

FMX
LISTED
NYSE

OFICINAS CENTRALES CORPORATIVAS

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

DIRECTOR LEGAL

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

AUDITORES EXTERNOS

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

BOLSA DE VALORES Y SÍMBOLO

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

BANCO DEPOSITARIO

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

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

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

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

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

PARA MAYOR INFORMACIÓN, VISITE NUESTRA PÁGINA DE INTERNET EN:

www.femsa.com

Este Reporte Anual de FEMSA 2004, puede contener declaraciones sobre expectativas con respecto al futuro desempeño de FEMSA y de sus subsidiarias, las cuales deben ser consideradas como estimaciones de buena fe. Estas declaraciones sobre expectativas, reflejan opiniones de la administración basadas en información actualmente disponible. Los resultados reales están sujetos a eventos futuros e inciertos, los cuales podrían tener un impacto material sobre el desempeño real de la Compañía y de sus subsidiarias.

1995-2004

UNA DÉCADA DE DISCIPLINA,
CONSISTENCIA Y
CRECIMIENTO RENTABLE

FEMSA

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

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