



Una Estrategia Balanceada para el
Crecimiento



FEMSA

Informe Anual 2008

Balanced Position Competitive

Estamos operando en un ambiente económico muy volátil y cambiante. Es tiempo de cautela. Es tiempo de confianza.

Aun cuando nuestros clientes están empezando a ser más cuidadosos en todos nuestros mercados, en FEMSA hoy tenemos una sólida posición competitiva en más mercados que nunca. Durante mucho tiempo hemos invertido fuertemente para fortalecer el valor de nuestras marcas y posición competitiva. Nuestra plataforma integrada de bebidas que combina nuestras unidades de negocio, nos da la flexibilidad para desplegar recursos y ajustar la estrategia en forma consistente a las tendencias de los mercados. Contamos con un equipo de administración proactivo y comprometido, con colaboradores muy talentosos y con un amplio conocimiento de las necesidades siempre dinámicas de nuestros consumidores.

Estamos seguros de lo que debemos hacer y ya lo hemos hecho antes. Estamos preparados para enfrentar el desafío. Y esperamos que esto nos haga más fuertes que nunca.



Nuestra plataforma integrada de bebidas, la innovadora ejecución de mercado y el talentoso equipo administrativo se combinan para crear una sólida posición competitiva ahora y en el futuro.

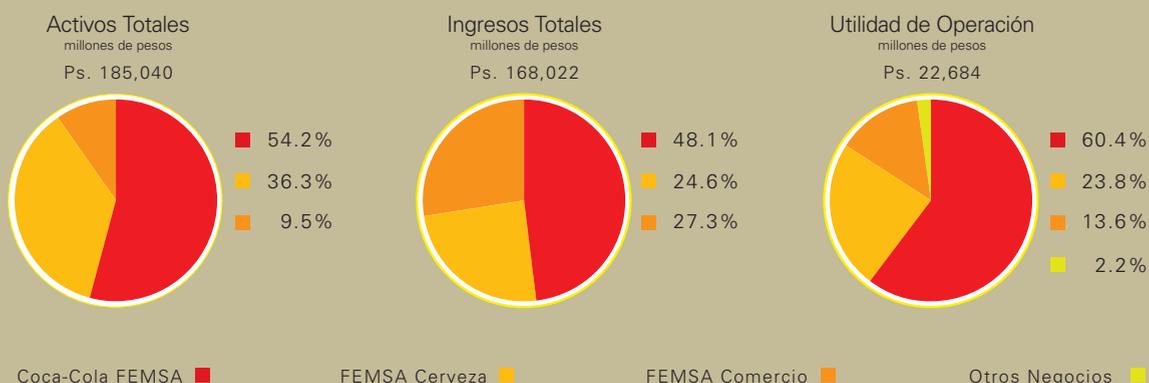
Resultados Sobresalientes

Millones de pesos	2008 ⁽²⁾	2007	% de variación	2006	% de variación
Ingresos totales	Ps. 168,022	Ps. 147,556	13.9	Ps. 136,120	8.4
Utilidad de operación	22,684	19,736	14.9	18,637	5.9
Utilidad neta	9,278	11,936	(22.3)	9,860	21.1
Utilidad neta mayoritaria	6,708	8,511	(21.2)	7,127	19.4
Utilidad neta minoritaria	2,570	3,425	(25.0)	2,733	25.3
Activos totales	185,040	165,795	11.6	154,516	7.3
Pasivos totales	88,145	76,142	15.8	76,308	(0.2)
Capital contable	96,895	89,653	8.1	78,208	14.6
Inversiones fijas	14,234	11,257	26.4	9,422	19.5
Valor en libros por acción ⁽¹⁾	3.85	3.61	6.7	3.17	13.9
Utilidad neta por acción ⁽¹⁾	0.38	0.48	(20.8)	0.40	20.0
Personal ⁽³⁾	122,981⁽³⁾	105,020	17.1	97,770	7.4

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

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

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



Estimados accionistas:



José Antonio Fernández Carbajal

El 2008 fue un año desafiante para las empresas de todas las geografías e industrias. Latinoamérica no fue la excepción. Así, en medio de un ambiente económico cada vez más volátil, logramos generar sólidos resultados consolidados, mejorar nuestra posición competitiva y extender nuestra trayectoria de crecimiento. Durante la última década, nuestra plataforma integrada de negocios se ha conjuntado para producir resultados positivos consistentemente. Hemos incrementado nuestros ingresos, utilidad de operación y la generación de flujo de efectivo (EBITDA) a tasas anuales compuestas de 13%, 11% y 10 %, respectivamente, en dólares.

En el año, los ingresos totales sumaron Ps. 168,022 millones (\$12,147 millones de dólares), un crecimiento de 13.9%. La utilidad de operación ascendió a Ps. 22,684 millones (\$1,640 millones de dólares), 14.9% por encima de la cifra del año anterior. La utilidad neta disminuyó 22.3% para llegar a Ps. 9,278 millones (\$671 millones de dólares), resultando en una utilidad de Ps. 0.18 por Unidad (\$1.36 dólares por ADR). Esta reducción refleja la depreciación de las monedas locales en los países donde operamos frente al dólar y cambios en los principios contables mexicanos.

A pesar de un ambiente económico cada vez más adverso, nuestro desempeño operativo mostró muchos puntos favorables, además de que logramos avances en un buen número de frentes. Sin embargo, esperamos que las desafiantes condiciones del mercado persistan por algún tiempo, por lo que estamos convencidos que debemos hacer aún más para continuar prosperando y creciendo.

La clave de nuestro desempeño sigue siendo nuestro esquema integrado de negocios. Entre sus ventajas está el intercambio de las mejores prácticas, incluyendo nuestras estrategias de segmentación de mercado y gestión de valor del cliente.

La habilidad de nuestros negocios para cumplir la meta de ofrecer una óptima experiencia para cada consumidor en cada ocasión, se basa en nuestra estrategia de segmentación de mercados. Esta estrategia reconoce que las necesidades de nuestros consumidores, compradores y detallistas son diferentes, por ello dividimos nuestros mercados en segmentos y posicionamos nuestras marcas de acuerdo a ello. Cada vez más nos estamos enfocando en la microsegmentación; utilizamos nuestros sistemas de investigación de mercados y tecnologías de información para dirigirnos hacia segmentos de mercado más pequeños, llegando incluso hasta cada punto de venta.

Estamos muy avanzados en el diseño de una nueva forma para servir a nuestros clientes y consumidores en todos nuestros negocios, enfocados en optimizar el valor de cada cuenta, a través de los mejores procesos y prácticas posibles. Conforme vamos aplicando esta nueva estrategia, desarrollamos y desplegamos una propuesta de valor diferente para satisfacer las necesidades particulares de cada cliente, desde programas altamente estructurados para clientes con servicios especiales, hasta iniciativas de lealtad y asociación. Nada se deja al azar, desde un óptimo portafolio de bebidas, hasta la más atractiva exhibición del producto y del material en el punto de venta. De esta manera, trabajamos muy de cerca con nuestros clientes para ejecutar y lograr la mejor experiencia posible para cada consumidor.

Ahora comentaré algunos de los puntos más sobresalientes del año para cada uno de los tres negocios que integran y complementan nuestra plataforma.

En un año de desafíos y cambios globales, Coca-Cola FEMSA continuó con su trayectoria de crecimiento rentable. Orgánicamente, crecimos a través de incrementos en precios y márgenes en la mayor parte de nuestros mercados, mientras que nuestras adquisiciones contribuyeron con

Ingresos Totales
miles de millones de pesos



Frente a un entorno económico volátil, generamos sólidos resultados, mejorando nuestra posición competitiva y extendiendo nuestra trayectoria de crecimiento.

volumen incremental e ingresos, lo que en conjunto impulsó nuestros resultados del año.

La adquisición de *Jugos del Valle* en conjunto con Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company, finalizada en el cuarto trimestre de 2007, ha excedido por mucho nuestras expectativas. Esta adquisición no sólo expandió nuestra estrategia de multi-categoría, sino que también nos posiciona como el productor más grande de bebidas no carbonatadas en la región, aumentando considerablemente la posición de nuestra compañía en el segmento de bebidas elaboradas a base de jugos, el cual tiene un gran potencial en América Latina y está creciendo rápidamente. Esta sólida plataforma conjunta está permitiendo fortalecer nuestro portafolio de bebidas con un buen número de nuevos productos y formulaciones orientadas a diversas ocasiones de consumo. En el proceso, estamos desarrollando nuevas habilidades y aplicando nuevas tecnologías que beneficiarán a toda nuestra organización. En el año, *Jugos del Valle* aportó más del 70% del crecimiento de la categoría de productos no carbonatados.

Durante el segundo trimestre de 2008, cerramos con éxito la adquisición de Refrigerantes Minas Gerais Ltda. (“REMIL”), una franquicia de The Coca-Cola Company en Brasil. Esta transacción aumentó nuestra presencia en este país en más de un tercio y avanzamos en nuestra estrategia para crecer en uno de los mercados económicos más dinámicos del mundo. Nuestras operaciones consolidadas en Brasil ahora representan aproximadamente 30% del sistema de embotelladores de Coca-Cola en este país, sirviendo a más de 41 millones de consumidores.

Dos adquisiciones más pequeñas pero importantes apoyaron la estrategia en el negocio de agua. En conjunto con The Coca-Cola Company, acordamos adquirir la empresa de agua embotellada Brisa en Colombia. Esta transacción aumentará nuestra posición en la categoría de agua de ese mercado y complementará nuestro creciente portafolio de bebidas. También adquirimos el negocio Agua de los Ángeles, en el Valle de México. Esta adquisición duplicó nuestra presencia en el mercado de agua de la Ciudad de México, además de que nos abre el potencial del sistema de entregas a domicilio de esta compañía.

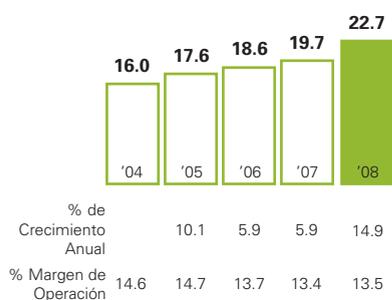
Hacia adelante continuaremos buscando maximizar el crecimiento orgánico en todas las operaciones de nuestros negocios. Al mismo tiempo, mantendremos nuestro enfoque en explorar adquisiciones que generen valor.

En FEMSA Cerveza, después de una fuerte primera mitad de año, observamos señales de disminución en la demanda de los consumidores en México, nuestro mercado principal, además de altos costos de insumos en todos nuestros mercados y un aumento en las presiones macroeconómicas. Sin embargo, durante el año, en México realizamos ajustes de precios a fin de atenuar los altos costos de materias primas y el aumento de la inflación. Aunque estos aumentos, combinados con la disminución en el Producto Interno Bruto (PIB), resultaron en una reducción en nuestro volumen de ventas domésticas en la segunda mitad de año, también impulsaron nuestro sólido crecimiento en ingresos. En el año, nuestros volúmenes en México crecieron 1.6%, mientras que los ingresos en este importante mercado aumentaron 7.4%.

Por segundo año consecutivo en Brasil, nuestro crecimiento en volumen fue cercano al 4%, cifra superior a la de la industria. La mayor parte de nuestras marcas obtuvieron resultados favorables, como *Kaiser* y *Sol*, que contribuyeron con más del 50% de nuestro volumen incremental en el año.

Nuestras exportaciones registraron un sólido crecimiento de 9.3%, impulsado principalmente por las marcas *Dos Equis* y *Tecate* en los Estados Unidos y por *Sol* en otros mercados importantes. A pesar del retador ambiente económico en Estados Unidos, el volumen creció 9.2% en este importante mercado, muy por encima de la categoría de importadas en ese país.

Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



Nuestra ejecución de mercado, innovación de producto y las iniciativas para reforzar el valor de marca continuaron impulsando la fortaleza y la demanda de nuestras principales marcas: *Tecate*, *Sol*, e *Indio*. En conjunto, estas tres marcas representaron más del 70% de nuestro volumen consolidado de ventas de cerveza en México en 2008. Además durante el año lanzamos *Sol Limón y Sal* y *Sol Cero Limón y Sal* en México; desarrollamos la primera campaña nacional para *Indio*; e iniciamos una nueva campaña publicitaria para *Sol*. Como parte de nuestra innovación, también lanzamos *Colección Dorada*, que incluye *Bohemia Clásica*, *Casta*, *XX Ámbar* y *XX Lager*. La cerveza *Bohemia Obscura* tuvo un desempeño destacado entre nuestra línea de cervezas domésticas premium, representando el 35% del crecimiento acumulado de la familia *Bohemia* en 2008. Fuera de México, lanzamos una nueva campaña publicitaria para *Tecate Light* en el oeste de los Estados Unidos. También desarrollamos nuestra primera campaña en medios para *Xingu*, una marca premium de cerveza obscura de rápido crecimiento.

En el año, el volumen de ventas de la familia *Tecate* alcanzó 13 millones de hectolitros, convirtiendo a esta marca en una de las 20 más vendidas en el mundo y la marca de mayor crecimiento en las Américas. Además, por cuarto año consecutivo, *Tecate Light* fue la marca de más rápido crecimiento de la industria cervecera mexicana. La fortaleza de esta marca continuó creciendo significativamente por arriba de sus competidores. *Tecate* consolidó la lealtad entre nuestros consumidores en el norte y el noroeste de México y atrajo a nuevos consumidores en territorios donde estamos gradualmente penetrando el mercado. *Tecate Light* también continuó comprobando su popularidad entre consumidores jóvenes, reforzando su fuerte posición competitiva y potencial de crecimiento en el largo plazo.

Una vez más hemos progresado en México, Estados Unidos y Brasil, los tres principales mercados en los que enfocamos la mayoría de nuestros esfuerzos en el negocio de cerveza y están dentro de los más atractivos, rentables y dinámicos del mundo. Continuaremos consolidando y fortaleciendo nuestra posición competitiva en todos los mercados, al mismo tiempo que seguiremos monitoreando muy de cerca el cada vez más cambiante entorno de la industria, con la permanente visión de capitalizar cualquier oportunidad que se presente.

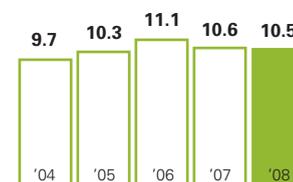
Por su parte, FEMSA Comercio registró otro buen año en 2008. Nuestros ingresos totales incrementaron 12%, mientras que la utilidad de operación creció más de 25% por séptimo año consecutivo. Nuestro crecimiento provino tanto de la continua expansión de tiendas como del incremento en tráfico.

En 2008 en FEMSA Comercio aceleramos la apertura de nuevas tiendas, inaugurando más de 800 establecimientos, para sumar 6,374 en todo México. Para aprovechar la creciente expansión de OXXO, continuamos ampliando nuestra gama de servicios para convertirlo en un lugar donde puedes realizar “todo en uno”, desde pagos de hipotecas hasta boletos de avión y recargas de tiempo aire de celulares, que en conjunto atrajeron aún más clientes a nuestras tiendas.

Nuestros sistemas de tecnología de información continúan aumentando la capacidad de recopilar información del cliente en nuestras tiendas. La gran mayoría de los productos que manejamos en OXXO cuentan con código de barras y además estamos desarrollando un nuevo y avanzado sistema de punto de venta para cada tienda. A través de esta red de información, obtenemos datos sobre las preferencias del cliente y las tendencias que están surgiendo. De esta manera podemos probar y ampliar la oferta de productos de nuestros negocios, la comercialización y las promociones, al mismo tiempo que mejoramos la ejecución y la productividad de cada tienda.

Además de su inteligencia comercial, OXXO provee a nuestras operaciones de bebidas un efectivo y creciente canal de ventas. En 2008 las ventas de bebidas contribuyeron al 41.5% de los ingresos de OXXO, convirtiéndolo en

ROIC*
porcentaje



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

el comercializador más grande de productos de FEMSA Cerveza y Coca-Cola en México. De hecho, el 12.3% del volumen doméstico de FEMSA Cerveza fue vendido por OXXO en 2008.

En la medida que OXXO ha crecido, también lo ha hecho el reconocimiento y prestigio de su marca. Entre sus numerosos atributos, OXXO es cada vez más reconocido por su consistente calidad, innovación de productos y servicios, conveniencia y accesibilidad. Considerando que el mercado está aún muy lejos de su saturación, planeamos seguir aumentando agresivamente el número de nuestras tiendas en todo México, al mismo tiempo que desarrollamos el marco para probar la plataforma de OXXO en el extranjero.

Más allá de nuestros resultados de negocio, estamos comprometidos con las prácticas de gobierno corporativo. No sólo cumplimos con todas las regulaciones legales, incluyendo las dispuestas por la Bolsa Mexicana de Valores y las aplicables para las emisoras extranjeras en los Estados Unidos conforme a la legislación Sarbanes-Oxley, sino también promovemos una cultura de transparencia, responsabilidad e integridad.

Seguimos dedicados al desarrollo de nuestro entusiasta grupo de colaboradores, que son la base de nuestro éxito pasado, presente y futuro. Estamos comprometidos con su crecimiento y el mejoramiento de su calidad en todos los niveles de nuestra organización. Ofrecemos nuestros propios programas y herramientas de entrenamiento y capacitación para desarrollar todas las capacidades de nuestra gente y fomentamos el crecimiento de la base de conocimiento y talento compartidos de nuestra compañía, a través del intercambio de nuestros ejecutivos entre nuestra red internacional de operaciones.

Al enfrentar otro año retador, estamos mejor preparados operativa y financieramente para los desafíos que nos esperan. Desde el punto de vista operativo, gozamos de una fuerte posición competitiva en más mercados que nunca antes. Tenemos un mejor conocimiento sobre el comportamiento del consumidor y herramientas probadas para su uso en tiempos difíciles, como una flexible mezcla de envases y un amplio portafolio segmentado de marcas. También tenemos un equipo administrativo comprometido en impulsar eficiencias en toda nuestra organización, ajustar nuestros niveles de gastos de una manera consistente con la evolución de nuestros mercados, y maximizar el rendimiento de cada inversión.

En la parte financiera, nuestro balance es fuerte. Al 31 de diciembre de 2008, nuestra razón de deuda neta a flujo operativo era de 1.1 veces y la cobertura de intereses de 7.3 veces. Aproximadamente el 78% de nuestra deuda total estaba denominada en moneda local, principalmente pesos mexicanos y aproximadamente 55% de nuestra deuda tiene tasa de interés fijo.

Estamos aprovechando nuestra flexibilidad operativa y financiera para utilizar nuestros recursos de manera que estén alineados a ambientes macro y microeconómicos cambiantes. Como ha sido el caso en el pasado, tenemos la confianza de que saldremos de estos tiempos difíciles aún más fuertes de lo que hoy somos.

A nombre de los más de 120,000 hombres y mujeres comprometidos en todo FEMSA, agradecemos su continuo apoyo. Claramente, el ambiente económico global continuará presentando enormes desafíos en nuestro camino. Es nuestra responsabilidad ajustar, innovar y hacer más con menos, para seguir encontrando maneras para servir mejor a nuestros clientes, al mismo tiempo que buscamos la creación de valor para todos nuestros empleados, proveedores y accionistas. Sabemos que hemos avanzado, pero que no es suficiente y tenemos que continuar buscando la mejora continua. Creemos que estamos haciendo nuestra tarea y agradecemos la oportunidad de seguir trabajando en nuestro compromiso ahora y en el futuro.

El crecimiento orgánico, en conjunto con las adquisiciones, continuará generando valor a través del tiempo.



José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y
Director General Ejecutivo

FEMSA CERVEZA

7%

crecimiento de
ingresos totales

COCA-COLA FEMSA

20%

crecimiento de
ingresos totales

FEMSA COMERCIO

12%

crecimiento de
ingresos totales



*Trabajamos con nuestros clientes para lograr la mejor experiencia
para cada consumidor en todas las ocasiones.*

Coca-Cola FEMSA



COCA-COLA FEMSA

Un Balanceado Portafolio Multinacional

Mejor posicionados para capturar nuevas avenidas de crecimiento

Frente a un difícil entorno en el mercado global, continuamos nuestra tendencia de crecimiento. Esto es una prueba de que estamos desarrollando la habilidad para capitalizar las ventajas de nuestro balanceado y creciente portafolio multinacional de activos en Latinoamérica; la mayor parte de nuestro crecimiento provino de las operaciones fuera de México, mientras que éste se mantiene como nuestro principal generador de flujo de efectivo. El crecimiento orgánico, impulsado por mejores precios en la mayoría de nuestros mercados, junto con las adquisiciones, favorecieron nuestros resultados en 2008.

En el año, nuestro volumen de ventas aumentó 5.8%, alcanzando 2,243 millones de cajas unidad, los ingresos subieron 19.8%, a 82,976 millones y la utilidad de operación creció 19.2% a 13,695 millones de pesos.

Crecimiento vía adquisiciones

En 2008 continuamos fortaleciendo nuestros negocios con acciones estratégicas que sentaron las condiciones para capturar importantes oportunidades de crecimiento, al mismo tiempo que ampliamos nuestro portafolio integrado de productos para servir mejor las cambiantes necesidades de nuestros consumidores. Además de la asociación con The Coca-Cola Company y el sistema Coca-Cola para la adquisición de *Jugos del Valle*, cerramos la compra de REMIL, territorio de The Coca-Cola Company en Minas Gerais, Brasil. Esta transacción refuerza la estrategia de la empresa de crecer en uno de los mercados de bebidas más grandes y dinámicos del mundo. Adicionalmente, esta adquisición no sólo expande en más de un tercio nuestra posición de mercado en Brasil, sino que también amplía sustancialmente el número de detallistas y consumidores a los que servimos, a través de nuestro balanceado portafolio de bebidas de alta calidad, extendiendo nuestra cobertura geográfica a una población igual a la de Chile y a un territorio del tamaño de Francia.

También avanzamos en nuestra estrategia de agua, a través de dos adquisiciones, una en Colombia y otra en México. En julio compramos Agua de los Ángeles, negocio de agua embotellada en el Valle de México. Esta transacción duplicó nuestra presencia en este mercado en la Ciudad de México, al mismo tiempo que aprovechamos el potencial de distribución directa al hogar de esta empresa. En agosto, Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company acordamos comprar en forma conjunta a Brisa, un negocio de agua embotellada en Colombia. Una vez cerrada, esta transacción incrementará significativamente nuestra posición en la categoría de agua en ese mercado y complementará nuestro creciente portafolio de bebidas.



Crecimiento del portafolio de multicategoría

En 2008 continuamos desarrollando y ampliando nuestro portafolio con diferentes categorías de bebidas, desde jugos y néctares, hasta naranjadas y agua vitaminada, y al mismo tiempo, reforzamos las categorías que ya teníamos con nuevos productos, como bebidas energéticas.

En el segmento de bebidas carbonatadas, lanzamos exitosamente *Coca-Cola Zero* en Colombia y Costa Rica, complementando en esos territorios nuestra oferta de bebidas para la marca *Coca-Cola*. A través de nuestra coinversión con The Coca-Cola Company, en

Nuestro portafolio de bebidas multicategoría satisface y estimula los gustos de los consumidores en cualquier ocasión.



enero comenzamos a distribuir en México los jugos y néctares de la marca *Jugos del Valle*. Mediante esta poderosa plataforma conjunta también desarrollamos dos innovadoras bebidas, *Valle Frut Naranja* y *Valle Frut Pulpa*. Esto a fin de reforzar esta categoría de bebidas y atender así diferentes ocasiones de consumo. También lanzamos los productos de *Jugos del Valle* en Costa Rica, Colombia, Panamá y Nicaragua, ampliando nuestra oferta de bebidas para satisfacer la creciente demanda de nuestros clientes y consumidores.

Desde el punto de vista tecnológico, aprovechamos el proceso de pasteurización y envasado en caliente de *Jugos del Valle*, para reformular, rediseñar el empaque y relanzar *PowerAde*, ofreciendo a nuestros consumidores una bebida isotónica de excelente sabor. Nuestro volumen de ventas de *PowerAde* creció más de 20% en México durante el año.

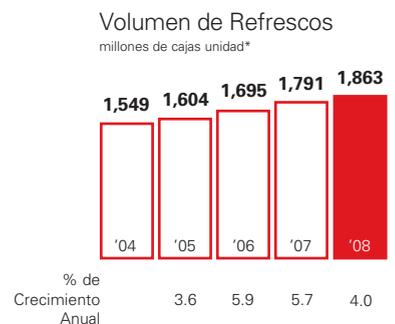
En México dentro de la creciente categoría de té, recuperamos la posición de liderazgo con el lanzamiento de *Nestea* té verde y además alcanzamos el segundo lugar en la categoría de bebidas energéticas con el lanzamiento de *Gladiator*. También, introdujimos al mercado ocho sabores de agua vitaminada de la marca premium *Glaceau*. Por otro lado, en Brasil, desarrollamos un producto revolucionario llamado *I-9*, creando así una nueva categoría de bebidas hidrotónicas.

En total nuestras innovaciones contribuyeron en más de 25 millones de cajas unidad, que representaron más de 20% del crecimiento de volumen consolidado. A medida que continuamos aumentando nuestra oferta de productos para satisfacer las preferencias de los consumidores, incrementa la importancia de nuestro diverso portafolio, el cual nos da una ventaja competitiva difícil de replicar.

Desarrollo de habilidades de nuestros colaboradores

Al igual que el tamaño y la complejidad de nuestro negocio y portafolio de productos crece, también lo hace la capacidad de nuestros colaboradores para administrar, operar y ejecutar nuestra estrategia de negocios. Hoy nuestros colaboradores producen, comercializan, distribuyen y ofrecen nuestro portafolio de bebidas de multicategoría a aproximadamente 200 millones de consumidores, en más de 1.5 millones de puntos de venta, los cuales son visitados varias veces por semana en los nueve países.

Nuestro poderoso portafolio de productos y presentaciones crea una ventaja competitiva casi inigualable en el mercado.





COCA-COLA FEMSA
20%
 crecimiento de
 ingresos totales

Utilidad de Operación
 miles de millones de pesos



Somos una organización en continuo aprendizaje. Estamos comprometidos a proveer a nuestros colaboradores los conocimientos y habilidades necesarios para alinear su desarrollo con la tendencia de crecimiento de nuestra compañía, desde los programas de células de entrenamiento, hasta el portal de administración del conocimiento gerencial. También fomentamos la transferencia de conocimientos y talento, a través del intercambio de ejecutivos entre nuestras operaciones.

Hacia adelante, los fundamentos de nuestro negocio se sustentan en varios pilares: un adecuado esquema comercial; administración transparente; visión clara; enfoque en la ejecución excelente, en toda la cadena de valor; y una fuerte relación con nuestros socios comerciales. Éstos, combinados con el desarrollo de nuestras nuevas líneas de negocio y las recientes adquisiciones, nos proveerán de crecimiento sostenido en el largo plazo. Contamos con el talento, los recursos, la flexibilidad y la capacidad de adaptarnos y ajustar nuestras operaciones ante las cambiantes condiciones macroeconómicas.

Consolidando nuestra posición en un entorno cada vez más retador

El 2008 fue un año de optimismo y cautela. Por un lado, hay señales claras de un consumidor cada vez más cauto en nuestros mercados, como resultado de la reciente recesión económica global. Por otro lado, hoy gozamos de una posición competitiva más fuerte que nunca, basada en nuestro sólido portafolio de marcas, una mejor ejecución y un mayor conocimiento de las preferencias y prácticas de los consumidores.

En el año, nuestro volumen de ventas creció 2.8% y más importante aun, los ingresos aumentaron 7.1%. Después de una estupenda primera mitad de año, observamos una disminución en la demanda en México, nuestro principal mercado, así como una creciente presión macroeconómica en todos nuestros territorios.

En México logramos ajustar nuestros precios durante el año, a fin de contrarrestar parcialmente un largo período de altos costos de materias primas a nivel mundial y un aumento de la inflación. Estos incrementos, combinados con una baja en el Producto Interno Bruto (PIB), resultaron en una disminución en nuestro volumen de ventas domésticas en la segunda mitad de 2008. A pesar de esta baja en la utilidad de operación, aumentamos significativamente nuestra participación en las utilidades en la industria.

En las subcategorías de cerveza ligera y oscura, estamos creciendo muy por encima de la industria cervecera mexicana. En la primera, *Tecate Light* es la marca líder del mercado, y en la segunda, *Indio* está consolidando una posición cada vez más importante en este segmento.

En Brasil, nuestros volúmenes crecieron 3.9%, sumando 10.2 millones de hectolitros, superando por segundo año consecutivo el crecimiento de la industria. La mayoría de nuestras marcas produjeron resultados favorables, en especial *Kaiser* y *Sol* que contribuyeron con más de 50% del crecimiento en 2008. Después de tres años de participar en este mercado, nuestro portafolio de marcas está fortalecido y nuestro crecimiento es más equilibrado entre las diversas alternativas que ofrecemos al consumidor.

En 2008, los innovadores productos y envases que lanzamos jugaron un papel clave en el desempeño de nuestra operación en Brasil. Después





La innovación en producto y empaque juega un papel clave en nuestro exitoso desempeño de mercado.

del exitoso lanzamiento de *Sol Shot*, cuyo volumen aumentó más del triple, introdujimos una versión sin alcohol de *Sol*, siendo la primera cerveza en esta categoría. También, para satisfacer las necesidades de los clientes y consumidores, agregamos nuevas presentaciones a nuestro portafolio, incluyendo una lata de 500 mililitros, un barril de cinco litros y nuevos empaques de seis y 15 latas.

En exportación tuvimos un crecimiento de 9.3%, impulsado principalmente por *Dos Equis* y *Tecate* en Estados Unidos y por *Sol* en otros mercados clave. En Estados Unidos, a pesar del retador ambiente económico, generamos un crecimiento cercano a doble dígito en el volumen de ventas, muy por encima de la categoría de importadas. Este crecimiento fue impulsado en gran parte por el sólido desempeño de *Tecate*, combinado con una mejor distribución y posicionamiento de la marca *Dos Equis*, la cual aumentó 13% en el año.

Mejoramos nuestros esquemas de segmentación y la forma de ir al mercado

Entendemos que cada uno de nuestros clientes detallistas y consumidores es diferente. Por ello segmentamos nuestros mercados y posicionamos nuestras marcas, desarrollando y adecuando nuestra oferta de productos para satisfacer sus necesidades particulares. Nuestra meta es crear una experiencia perfecta para cada cliente y consumidor en cada ocasión de consumo. Esta es nuestra visión del éxito.



Estamos incrementando nuestro enfoque en microsegmentación. Utilizamos nuestra investigación de mercado y tecnología de información para atender segmentos de mercado más pequeños, incluyendo en algunos casos, cada punto de venta.

En vez de atender a una variedad de canales de distribución, cada miembro de nuestra fuerza de ventas se enfoca a un tamaño y tipo de canal específico, tales como pequeños detallistas, tiendas de conveniencia, bares y restaurantes. De esta forma, nuestros vendedores pueden adaptar los programas de promoción y mercadeo e incluso diseñar la ubicación de los productos, dependiendo del punto de venta específico.

Para adaptarse a las condiciones de cada mercado y a los diferentes requerimientos de cada cliente, continuamente buscamos identificar y desarrollar formas más eficientes de servir al mercado. En 2008 más del 40% de nuestras ventas provino de nuestros esquemas alternativos de servicio, incluyendo ventas por teléfono y pedidos electrónicos.

Innovación continua y desarrollo de marca

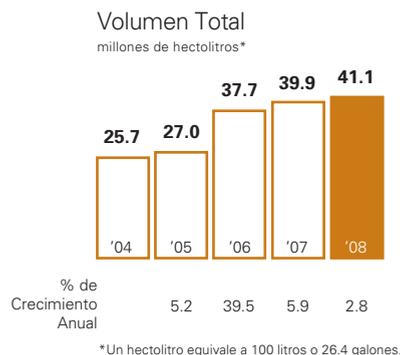
La innovación es una prioridad para nuestro negocio. A través de nuestra profunda investigación de mercados y del consumidor, desarrollamos productos innovadores y presentaciones que permiten atraer a nuevos consumidores y fortalecer nuestra posición en el mercado.

Durante el año, en México, lanzamos exitosamente *Sol Limón y Sal* y *Sol Cero Limón y Sal*. Estas nuevas extensiones de línea fueron particularmente populares entre las mujeres que prefieren su cerveza con sal y limón. También introdujimos con éxito una edición limitada de 750 mililitros de *Bohemia Bock* en licorerías premium en México.

En 2008 continuamos invirtiendo en el desarrollo de nuestras marcas. Entre las principales iniciativas destaca el lanzamiento de la primera campaña publicitaria nacional para *Indio*, y una nueva campaña para *Carta Blanca* titulada “Juntos”. Además, pusimos en marcha una nueva campaña para *Sol* y la primera campaña en medios para *Xingu*, una cerveza oscura tipo premium de rápido crecimiento en Brasil. Por otro lado, apoyamos nuestro segmento super premium, donde se ubican *Dos Equis* y *Bohemia*, y la familia de marcas *Tecate*, incluyendo una campaña para *Tecate Light* en el oeste de los Estados Unidos.

En el 2008, ganamos dos premios EFFIE por la efectividad y el éxito de nuestras campañas publicitarias de *Tecate Light* por la campaña “La más pedida” y *Sol* por la campaña para *Sol Lab*. El EFFIE es uno de los premios de mercadotecnia y comunicación

Ofrecemos a nuestros consumidores un fuerte y equilibrado portafolio de marcas de cerveza de la más alta calidad.



35%
de contribución de
Bohemia Oscura
al crecimiento
de *Bohemia*



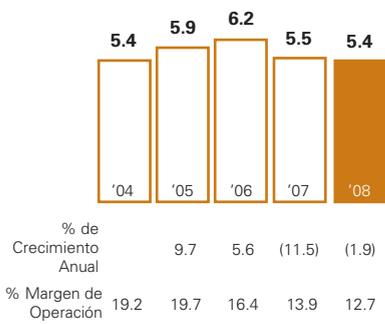


más importantes en México. Estos premios reflejan el dinamismo y fortaleza de nuestras marcas y una cultura cervecera que incrementa su preferencia por ellas.

Gracias a las continuas iniciativas para reforzar el valor de nuestras marcas, en 2008 el volumen de ventas de la familia *Tecate* fue 13 millones de hectolitros. Hoy es una de las 20 marcas más vendidas en el mundo y la de mayor crecimiento en las Américas.

En 2008 ampliamos nuestro exitoso proyecto *Sol Lab*. A través de esta primera experiencia de comercialización en la industria, los consumidores participaron una vez más y decidieron sobre el diseño de su cerveza votando sobre prototipos de líquidos, estilo de envase, publicidad y promociones. Basados en las preferencias de aproximadamente 127,000 participantes, lanzamos *Sol 2* en dos ciudades más, en la segunda mitad del año.

Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



Avanzan programas de eficiencia operativa y de reducción de costos

Ante los cambios en el entorno micro y macroeconómico, estamos tomando acciones decisivas e inmediatas para ajustar nuestros niveles de gastos a las condiciones actuales del mercado. Esto incluye la ejecución de agresivos programas de eficiencia para mejorar nuestra estructura de costos y la racionalización de nuestros gastos, sin afectar los avances que hemos realizado en los últimos años; un enfoque más proactivo a impulsar la venta de presentaciones retornables más accesibles; y una gran flexibilidad para alinear





nuestra estrategia, incluyendo la mercadotecnia, comercialización y los programas de inversión en un entorno complicado.

Como resultado de los programas de eficiencia, nuestras operaciones alcanzaron un 2.0% de incremento en productividad. También redujimos el consumo de agua en 5.1%, muy por debajo de los estándares internacionales.

Desarrollo continuo del talento

Constantemente estamos mejorando nuestra estructura organizacional, lo que nos permite ser más dinámicos, ágiles y tener la habilidad para adaptarnos al cambiante entorno operativo. Finalmente, la clave de nuestro éxito son nuestros colaboradores, personas dedicadas, talentosas y disciplinadas.

Trabajamos para atraer y desarrollar al personal adecuado para manejar y ejecutar nuestras estrategias de negocio, prácticas y procesos. Para impulsar el desarrollo de nuestros colaboradores, ofrecemos programas e iniciativas permanentes de entrenamiento e iniciativas, como nuestro programa de *nuevos gerentes*, para dar a nuestros colaboradores las capacidades y habilidades necesarias para tener éxito en un mundo siempre cambiante.



Nuestro objetivo es ofrecer una experiencia perfecta para cada consumidor, en cada ocasión.



FEMSA COMERCIO

Extensa Cobertura de Mercado

Bien situados para mejorar la posición competitiva de FEMSA

FEMSA Comercio obtuvo sólidos resultados en 2008. Los ingresos totales crecieron 12.0%, a Ps. 47,146 millones y la utilidad de operación se elevó 32.6% a Ps. 3,077 millones. Como uno de los comercializadores más importantes de cerveza, pan, botanas y refrescos en México, mantuvimos la tendencia de crecimiento de nuestra cobertura de mercado y mejoramos la posición competitiva de FEMSA.

Entre otros factores, el crecimiento provino de la continua expansión, tanto en el número de tiendas como en el tráfico de clientes en las mismas. Esto, gracias a la gran variedad de productos más rentables y servicios a precios competitivos que ofrecemos, desde el café listo para beber hasta la recarga de tiempo aire de teléfonos celulares, incrementaron el tráfico de clientes a nuestras tiendas. En 2008, FEMSA Comercio abrió 811 nuevas tiendas, para un total de 6,374 en todo México.

Crecimiento estratégico y rentable

La localización de las tiendas juega un papel fundamental en el éxito de largo plazo de nuestro negocio. Por ello, nuestra habilidad para identificar y abrir nuevas tiendas de manera rápida y rentable es un elemento clave de nuestra estrategia de crecimiento. Los esquemas que hemos desarrollado nos ayudan a identificar las ubicaciones más adecuadas para las tiendas, el formato interior de las mismas y las categorías de productos. Estos esquemas no sólo utilizan información demográfica de los lugares específicos, sino también nuestra experiencia en ubicaciones similares para adecuar el formato de la tienda, así como su oferta de productos y servicios, para atender al mercado particular. Adicional al continuo crecimiento en el número de tiendas, seguimos perfeccionando los procesos, logrando un récord en el porcentaje de nuestras nuevas tiendas que tienen éxito.

Seguimos avanzando con nuestra base de segmentación de tiendas, que tiene el potencial para convertirse en una importante herramienta estratégica para acelerar nuestros ingresos y rentabilidad. Con base

en la percepción de que los clientes visitan más frecuentemente una determinada tienda, estamos desarrollando tres diferentes formatos.

Sistemas inteligentes

Nuestros sistemas tecnológicos de información continúan incrementando nuestra capacidad de recopilar información sobre los clientes en las tiendas y mejorar nuestra ejecución en varios frentes, desde conocimiento del cliente, hasta la administración de inventarios y el diseño de promociones. Estos sistemas también nos ayudan a asegurar mayores estándares de control de calidad en todas nuestras tiendas, al mismo tiempo que permite mejorar la productividad por metro cuadrado del piso de ventas.

La gran mayoría de los productos que vendemos cuentan con código de barras y las tiendas están equipadas con sistemas de punto de venta conectados a la plataforma de sistemas de la empresa. Actualmente, estamos renovando esta herramienta de punto de venta. A través de dicha plataforma, obtenemos información sobre las preferencias de cliente y las tendencias que emergen. De esta forma, podemos adecuar la mercadotecnia, las promociones locales



Nuestros avanzados sistemas de tecnología de información nos permiten incrementar nuestro conocimiento del consumidor, optimizar nuestro manejo de inventarios y mejorar el diseño de las promociones.



FEMSA COMERCIO

y mejorar así nuestra oferta. Por ejemplo, como respuesta a la creciente demanda de los clientes, estamos continuamente añadiendo diversas transacciones electrónicas en las tiendas, desde la compra de tiempo aire para teléfonos celulares, hasta el pago de boletos de avión. Esto aumenta el nivel de conveniencia y flexibilidad para un creciente número de compradores y nos permite incrementar el tráfico mismas tiendas y el ticket de venta promedio.

Continuamos expandiendo nuestra red de distribución directa, incrementando de nueve a 11 el número de centros en 2008. Esto nos permite estar cada vez más cerca y aumentar la frecuencia de entregas a las tiendas, mejorando el abastecimiento de productos, aumentando la rotación del inventario y reduciendo al mínimo el faltante. Junto con el sistema electrónico de pedidos que hemos implementado internamente y que estamos desarrollando con algunos de nuestros proveedores más importantes, éstas continuarán ayudándonos a mejorar la rentabilidad de FEMSA Comercio.

Integración de negocio

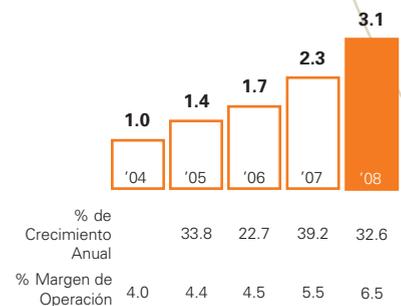
Nuestras tiendas son un efectivo canal de distribución para nuestras operaciones de bebidas y un creciente punto de contacto y de información comercial con nuestros clientes. En 2008, las ventas de bebidas representaron el 41.5% de los ingresos de FEMSA Comercio, haciendo de nuestras tiendas el mayor canal de distribución de nuestra cerveza y de productos Coca-Cola en México.

FEMSA Comercio también juega un papel relevante en el crecimiento de nuestro negocio de cerveza y en la estrategia de penetración de mercado en todo México. El 12.3% del volumen de ventas doméstico de FEMSA Cerveza, fue vendido a través de nuestras tiendas en 2008.

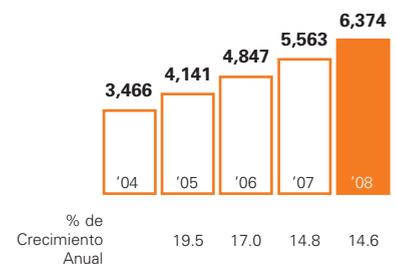
Continuamos expandiendo nuestro rango de servicios de conveniencia en “un solo punto” lo que atrajo aún a más clientes a nuestras tiendas.



Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



Tiendas OXXO
unidades





¿Comida Rápida?

DESCRIPCIÓN	CTD	TOTAL
COBRO DE SERVICIOS		
AUTACSA		
C.I.A. 9105143205131120		
Cobro		1196.44
		7.00
a Pagar		1,203.44

Todo Correcto ?		37.50
<input type="button" value="SI"/>	<input type="button" value="NO"/>	40.00
CAMBIO MN		8.00
		2.50

91051432051311200000001196449



Al mismo tiempo que crecemos como empresa, también lo hace nuestra responsabilidad con la sociedad. Nuestra estrategia de largo plazo es crear valor económico y social en forma sustentable, a través del desarrollo de nuestros colaboradores, nuestras comunidades, la preservación del medio ambiente y nuestra contribución al desarrollo económico.

Nuestros esfuerzos una vez más no pasaron desapercibidos en el año. Por cuarto año consecutivo, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) reconoció a las unidades de negocio de FEMSA por su responsabilidad social corporativa. Este galardón es otorgado a las empresas que operan su negocio con base en principios éticos y valores centrados en la dignidad de la persona.

Calidad de vida en la empresa

La base de la filosofía de nuestra compañía es el desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias, tarea que realizamos a través de nuestro esquema de desarrollo social originado con la Sociedad Cuauhtémoc y Famosa (SCyF).

El 30 de marzo de 2008, SCyF celebró su 90 aniversario. Creada en 1918 como una sociedad de ahorro, SCyF es ahora un importante programa de desarrollo social y cultural. SCyF opera actualmente 115 asociaciones y nueve centros de desarrollo social en México y una asociación afiliada en Buenos Aires. Además de las actividades deportivas, culturales y recreativas, SCyF proporciona servicios financieros y jurídicos, así como becas y oportunidades educativas para nuestros colaboradores y sus familias.

FEMSA es una organización incluyente que valora la diversidad. Creemos que toda persona merece la oportunidad de crecer y desarrollarse sin discriminación de ningún tipo. En la empresa contratamos y conservamos personas cuyas capacidades le permiten cumplir con sus responsabilidades y demandas del trabajo.

Por ello, en junio de 2001, establecimos el *Sistema de Integración Laboral* para incorporar y promover la igualdad de oportunidades para personas con discapacidad, adecuando sus perfiles con la



Valoramos la diversidad y la promoción de igualdad de oportunidades para el crecimiento y desarrollo.

posición del trabajo. Trabajamos de cerca con los representantes de universidades públicas y privadas para integrar una base de datos de candidatos, y colaboramos con el sistema de Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y la Secretaría del Trabajo de México para conducir un proceso de pre-evaluación de candidatos. Desde el inicio de este programa, más de 945 personas con discapacidades han ingresado a nuestra compañía en diversas áreas de la organización.

Salud y bienestar

La salud es un tema que ha tomado gran importancia a nivel mundial, en particular en sectores de menores recursos. Debido a lo anterior, y por ser uno de las condiciones básicas para el desarrollo pleno de la persona, la salud y el bienestar son los temas en los cuales FEMSA ha dedicado gran atención y esfuerzo en la última década.

Reconociendo que los adolescentes son nuestro futuro, en 2007 FEMSA Cerveza desarrolló e implementó el programa *Trazando Mi Propio Destino*. Este programa de carácter preventivo, se basa en el desarrollo de habilidades para la vida, enfocándose en los principales factores sociales y psicológicos que promueven la iniciación de comportamientos peligrosos. De esta forma queda demostrado con investigaciones que dichas habilidades reducen la violencia, el abuso de sustancias o el consumo de alcohol, entre otros.





El desarrollo integral de nuestros colaboradores y sus familias es la piedra angular de la filosofía de nuestra compañía.

Este programa integral e innovador provee a jóvenes y adolescentes de la confianza y las habilidades necesarias para manejar con éxito situaciones difíciles. Gracias a los muy positivos resultados del programa piloto inicial, donde participaron 30,000 estudiantes de nivel secundaria de 200 escuelas en Nuevo León, México, en 2009 el Secretario de Educación de este Estado decidió extenderlo a todas las 890 escuelas secundarias públicas y privadas, beneficiando a aproximadamente 225,000 estudiantes y 9,500 profesores e inspectores, quienes realizarán la implementación y evaluación.

Vinculación con la comunidad

Como industria líder internacional, emprendemos iniciativas que fomentan el desarrollo de nuestras comunidades y la sociedad. Estamos convencidos que debemos realizar estos esfuerzos hoy, en beneficio de las futuras generaciones. Por ello, estamos orgullosos de introducir nuestra primera gran iniciativa de largo plazo, la cual nos hace sentir confiados en que generará un legado para la sustentabilidad de la comunidad.

Fundación FEMSA

El 14 de noviembre de 2008 presentamos la Fundación FEMSA como nuestro instrumento para las inversiones sociales de largo plazo. Inicialmente, invertirá y apoyará iniciativas que promuevan



el uso sustentable del agua y la adopción de estilos de vida sanos en nuestras comunidades, a través de la educación, la ciencia y la tecnología. Más que otorgar donativos, la Fundación FEMSA está orientada a acciones estratégicas, invirtiendo en proyectos donde puede dedicar recursos y tiempo para su crecimiento y sustentabilidad. Además, la Fundación FEMSA busca invertir en alianzas con otras instituciones semejantes para multiplicar el efecto de sus inversiones sociales.

Como proyecto insignia, la Fundación FEMSA, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Tecnológico de Monterrey apoyaron la creación y operación del Centro del Agua para América Latina y El Caribe, el primer centro privado para la investigación aplicada sobre el uso sustentable del agua para esta región, a través de una inversión conjunta de U.S.\$11.0 millones.

El Centro promoverá una colaboración más cercana entre la comunidad científica, la sociedad y el gobierno; la continua investigación sobre el uso sustentable del agua en América Latina; el desarrollo de profesionales para abordar la problemática del agua en esta región; y actuará como puente entre el agua, la sociedad, el ambiente y la economía. Elegimos este Centro como nuestro primer proyecto debido a que contiene nuestros valores y características deseadas: colaboración, tecnología para el servicio de la sociedad, bienestar de la comunidad y el medio ambiente, así como un efecto duradero en el largo plazo y de alto impacto.

Entre otras iniciativas relacionadas con el agua, la Fundación FEMSA apoya un proyecto de agua potable en Colombia, orientado a proporcionar acceso a agua potable para 36,000 personas en áreas subdesarrolladas; el proyecto de cuencas de agua, consistente en un diagnóstico más preciso de éstas en México y una ayuda humanitaria, mediante equipo de agua potable autónomo que purifica el agua de la comunidad en caso de inundación. Además, contribuimos con la Cuenca de Valle de Bravo A.C., una organización que desarrolla y proporciona infraestructura como sanitarios secos y tanques de agua para 600 familias en zonas rurales alrededor del Valle de México. Hacia el futuro, la Fundación está explorando alianzas e iniciativas para ayudar a promover la adopción de estilos de vida saludables entre nuestras comunidades. Para más información sobre la Fundación FEMSA, visite www.femsafoundation.org.



Nuestro negocio se basa en los principios éticos y valores—sustentados en la dignidad humana.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Programas de responsabilidad social

En FEMSA estamos comprometidos con la promoción de estilos de vida responsables. FEMSA Cerveza fue la primera empresa en México en instituir el programa *Conductor Designado* hace más de una década. El objetivo principal del programa es contribuir a la reducción de los accidentes de automóvil relacionados con el abuso de alcohol promoviendo su consumo responsable. En 2008 fueron registrados aproximadamente 41,237 conductores, beneficiando a más de 174,409 personas con este programa. Durante el año, también patrocinamos una nueva campaña publicitaria para este programa llamado “Tú no estás hecho para chocar.”

En FEMSA Comercio, el *Programa de Responsabilidad Social OXXO (PRO)* invita a los clientes a redondear su cuenta al siguiente peso. Con los fondos reunidos se ayuda a los más necesitados. Desde principios de 2002, esta iniciativa ha beneficiado a más de 729 organizaciones no gubernamentales, principalmente en áreas de salud, educación y desarrollo social, con 18.8 millones de dólares. Entre otros servicios, estas instituciones proporcionan asistencia médica a los pacientes de bajos ingresos; alimento y ropa para personas mayores y de pobreza extrema; atención para personas quemadas, así como a niños y jóvenes para superar la pobreza.



Como empresa socialmente responsable, auspiciamos y apoyamos programas que promueven la salud y el bienestar de la sociedad.



**A diferencia de ellos,
tú no estás hecho
para chocar.**



**Conductor designado,
una iniciativa de
Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma.**



En mayo de 2008, Coca-Cola FEMSA Colombia y la oficina del Presidente de Colombia a través de la Alta Consejería para la reintegración social, iniciaron el programa *Banco de Tiempo*, una de las principales iniciativas incluidas en el esquema completo de reintegración. Mediante este programa, 50 empleados donan más de 100 horas de su tiempo para entrenar a aproximadamente 100 personas que fueron miembros de grupos guerrilleros, que voluntariamente desean reintegrarse a la sociedad. El programa consiste en cursos y talleres, incluyendo módulos de entrenamiento teóricos y prácticos sobre el desarrollo de negocios. El objetivo es proveer a estas personas de herramientas prácticas para hacer su vida en la legalidad, ayudando de esta manera a reducir la violencia y a restaurar la paz en Colombia.

En FEMSA, estamos convencidos que la educación fomenta el desarrollo económico y social. Una de nuestras contribuciones educativas más importantes es la creación y el continuo apoyo al Tecnológico de Monterrey. Esta institución fue fundada bajo el liderazgo de Don Eugenio Garza Sada, quien fuera Director General de Cervecería Cuauhtémoc. El Tecnológico de Monterrey es hoy una de las universidades privadas con mayor prestigio en América Latina, ofreciendo actualmente 50 carreras profesionales, 31 carreras profesionales internacionales, 48 programas de maestría, y 11 programas de doctorado a 91,671 estudiantes en 33 campus en México.



Cuidado del medio ambiente

Un ambiente sano es importante para nuestro negocio. Por ello trabajamos para reducir nuestro impacto en el medio ambiente a través de prácticas de negocios e iniciativas sustentables.

En 2008 la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), de México, distinguió a FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA por sus esfuerzos voluntarios para reducir sus emisiones de CO₂ y contribuir a la prevención del calentamiento del planeta. En conjunto con la SEMARNAT, el Consejo Mundial para el Desarrollo Sustentable (World Business Council for Sustainable Development) y el Instituto de Recursos Mundiales (World Resources Institute), FEMSA Cerveza y Coca-Cola FEMSA identificaron, inventariaron, controlaron y redujeron los gases de efecto invernadero (GHG) en México. La reducción de GHG contribuye directamente a reducir el cambio climático y el calentamiento del planeta. Por consiguiente, se espera que un

En 2008 IMER recicló más de 12,000 toneladas; 7,500 de ellas se incorporaron a botellas PET.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

número creciente de compañías y organizaciones gubernamentales se unan a este esfuerzo global.

El reciclaje es parte fundamental en el compromiso de nuestra compañía para preservar el medio ambiente. En 2002 Coca-Cola FEMSA, Coca-Cola de México y ALPLA México, un importante productor y proveedor de botellas de PET, crearon la Industria Mexicana de Reciclaje (IMER). En 2004 trabajaron en conjunto para construir la primera planta de reciclaje de PET de América Latina en Toluca, México. En 2008 esta instalación recicló más de 12 mil toneladas PET, de las cuáles 7,500 fueron de grado alimenticio para la producción posterior de envases PET. Utilizando la tecnología de reciclaje aprobada por la FDA (Agencia de Medicamentos y Alimentos) de los Estados Unidos, Coca-Cola FEMSA puede incorporar PET reciclado en sus botellas, beneficiando no sólo al negocio utilizando menos energía y recursos, sino también a nuestro medio ambiente, al preservar combustibles fósiles y mejorando la calidad de vida de nuestras comunidades circunvecinas.

Iniciado hace una década, el programa *Misión Planeta* promueve una cultura de responsabilidad ambiental mediante el reciclado y reuso de botellas PET. Coca-Cola FEMSA Costa Rica, recolecta los envases, los clasifica, los tritura y luego los exporta a China, donde el PET es transformado en fibras poliéster para la producción de textiles, materiales de empaque y productos de imitación madera. En 2008, este programa recolectó 1,652 toneladas métricas de PET.

Por más de un siglo, hemos generado valor económico para nuestros inversionistas, colaboradores, comunidades y para los países en los cuales tenemos negocios. De hecho, nuestro impacto económico ha ido más allá de la industria de productos alimenticios y bebidas.

Además de estas importantes iniciativas, en los últimos cinco años, hemos invertido casi U.S.\$4.4 millones en activos fijos, dando empleo directo a más de 120 mil personas actualmente.



Estamos seguros que la Fundación FEMSA producirá un legado para la sustentabilidad de la comunidad, como lo es su primera iniciativa: El Centro del Agua.

Contamos con un equipo de talentosos ejecutivos quienes guían nuestro crecimiento sustentable como empresa líder de bebidas. Frente al volátil entorno económico, nuestro equipo directivo continúa creando valor y mejorando nuestra posición competitiva. Juntos, capitalizan las competencias y habilidades clave de nuestra compañía, y aprovechan nuestro esquema integrado de bebidas para capturar las oportunidades en los muy diversos mercados de la empresa. Con ello fortalecen el legado de integridad de FEMSA hacia el futuro.

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA

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

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

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

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

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

Federico Reyes García

Director de Desarrollo Corporativo de FEMSA

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

Javier Gerardo Astaburuaga Sanjines

Director de Finanzas y Desarrollo Estratégico de FEMSA

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

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

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

Alfonso Garza Garza

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

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

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

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

José González Ornelas

Director de Administración y Control Operativo de FEMSA

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

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

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

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

Genaro Borrego Estrada

Director de Asuntos Corporativos de FEMSA

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

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

Carlos Salazar Lomelín

Director General de Coca-Cola FEMSA

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

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

Jorge Luis Ramos Santos

Director General de FEMSA Cerveza

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

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

Eduardo Padilla Silva

Director General de FEMSA Comercio

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

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

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

El Consejo de Administración de FEMSA dirige el crecimiento de nuestra compañía de acuerdo a los más altos estándares de gobierno corporativo. Sólo sobre la base de un gobierno corporativo responsable podemos ir construyendo consistentemente nuestro negocio y generando los resultados que nuestros accionistas, consumidores, colaboradores y otros públicos de interés esperan de nuestra compañía.

El Consejo de Administración trabaja para asegurar que nuestra compañía apoye la transparencia financiera y promueva altos estándares éticos. Estamos comprometidos con la calidad y la claridad de nuestras prácticas de difusión y nos adherimos a las mejores prácticas de gobierno corporativo. Cumplimos con los estándares dispuestos en la Ley Mexicana del Mercado de Valores y con todos los requerimientos aplicables para los emisores extranjeros contenidos en la legislación Sarbanes-Oxley de los Estados Unidos. Estamos también entre las empresas líderes en el cumplimiento del Código de Mejores Prácticas Corporativas, establecido por el Consejo Empresarial Mexicano.

Comité de Auditoría

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

Comité de Prácticas Societarias

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

Comité de Finanzas

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

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

El Consejo de Administración de FEMSA guía el crecimiento de nuestra compañía de acuerdo a los más altos estándares de gobierno corporativo. Sólo bajo el sustento de un gobierno corporativo responsable podemos construir nuestro negocio consistentemente y entregar los resultados que nuestros accionistas, consumidores, colaboradores y otros inversionistas esperan de nuestra compañía.

El Consejo de Administración trabaja para asegurar que nuestra compañía promueva la transparencia financiera, la responsabilidad y los altos estándares éticos. Estamos comprometidos con la calidad de nuestras prácticas de divulgación y el apego a las mejores prácticas de gobierno corporativo. Cumplimos con los estándares establecidos en la Ley Mexicana del Mercado de Valores y los requisitos aplicables establecidos por la Sarbanes-Oxley Act de los Estados Unidos. Así mismo, nos encontramos entre los líderes en el cumplimiento con el Código de Mejores Prácticas Corporativas, establecidas por el Consejo Empresarial Mexicano.

Eugenio Garza Lagüera

(Don Eugenio Garza Lagüera falleció el 24 de mayo de 2008)

Presidente Honorario Vitalicio de FEMSA

Electo en 1960

Suplente: Mariana Garza de Treviño

José Antonio Fernández Carbajal

Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de FEMSA

Electo en 1984

Suplente: Federico Reyes García^c

Bárbara Garza de Braniff

Inversionista Privado

Electa en 2007

Suplente: Eva Garza de Fernández

José Calderón Rojas

Presidente del Consejo y Director General Ejecutivo de Servicios Administrativos de Monterrey, S.A de C.V. y de Franca Industrias, S.A. de C.V.

Compañía Inmobiliaria

Electo en 2005

Suplente: Francisco José Calderón Rojas

Consuelo Garza de Garza

Fundadora y Ex-Presidenta de ANSPAC Organización Filantrópica

Electa en 1995

Suplente: Alfonso Garza Garza

Max Michel Suberville

Presidente del Consejo de Administración de El Puerto de Liverpool, S.A.B. de C.V. Tiendas Departamentales

Electo en 1985

Suplente: Max Michel González

Alberto Bailleres

Presidente del Consejo de Administración y Presidente Ejecutivo de Grupo Bal S.A. de C.V. Empresa Minera y Metalúrgica, de Seguros y Tiendas Departamentales

Electo en 1995

Suplente: Arturo Fernández Pérez

Francisco Javier Fernández^c

Consultor Independiente

Electo en 2005

Suplente: Javier Astaburuaga Sanjines

Ricardo Guajardo Touché^c

Ex-presidente del Consejo de Grupo Financiero

BBVA Bancomer, S.A. de C.V.

Institución Financiera

Electo en 1988

Suplente: Othón Páez Garza

Alfredo Livas Cantú^{c1}

Presidente de Praxis Financiera, S.C.

Empresa de Consultoría Financiera

Electo en 1995

Suplente: Sergio Deschamps Ebergenyi¹

Roberto Servitje Sendra

Presidente del Consejo de Grupo Industrial

Bimbo, S.A.B. de C.V.

Compañía de Alimentos

Electo en 1995

Suplente: Juan Guichard Michel

Carlos Salguero^{b1}

Ex-Presidente de Philip Morris International Tabaco y Bebidas

Electo en 1995

Suplente: Alfonso González Migoya^{a1}

Paulina Garza de Marroquín

Inversionista Privado

Electo en 2007

Suplente: Carlos Salazar Lomelín

José Manuel Canal Hernando^{a1}

Consultor Privado

Firma de Contabilidad

Electo en 2003

Suplente: Ricardo Saldívar Escajadillo¹

Armando Garza Sada

Vice Presidente Ejecutivo de Desarrollo Corporativo de Alfa S.A.B. de C.V.

Electo en 2006

Suplente: Eduardo Padilla Silva

Alexis E. Rovzar^{a1}

Socio Ejecutivo de White & Case S.C.

Firma Legal

Electo en 1989

Suplente: Francisco Zambrano Rodríguez^{a1}

Helmut Paul^{b1}

Propietario de H. Paul & Company LLC

Empresa Consultora de Asesoría Financiera

Electo en 1988

Suplente: Antonio Elosúa Mugerza¹

Lorenzo H. Zambrano^{b1}

Presidente del Consejo y Director General

Ejecutivo de CEMEX, S.A.B. de C.V.

Electo en 1995

Suplente: Francisco Garza Zambrano¹

Robert E. Denham^c

Socio de Munger, Tolles & Olson LLP

Firma Legal

Electo en 2001

Suplente: José González Ornelas

Secretario

Carlos Eduardo Aldrete Ancira

Secretario Suplente

Arnulfo Treviño Garza

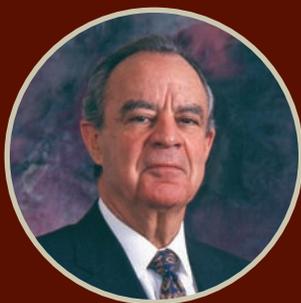
Comités:

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

Relación:

- 1) Independiente

Un Legado Invaluable



En 2008 lamentamos el fallecimiento de Don Eugenio Garza Lagüera, quien fue reconocido, no sólo como uno de los más respetados hombres de negocio en México, sino también renombrado filántropo y promotor de la educación, la cultura y la conservación del medio ambiente.

En 2008 dimos el adiós a un gran empresario, Don Eugenio Garza Lagüera. Un hombre honorable de pocas palabras y fuertes convicciones. Don Eugenio llevó la cultura, la educación y los negocios a varios países. Él no sólo era uno de los hombres de negocios más respetados en su país, México, sino también un promotor de la educación, un distinguido filántropo, líder en la conservación ambiental y ejemplo cultural en varios continentes. Durante su larga y fructífera vida, recibió muchos reconocimientos por sus logros y su fuerte sentido de responsabilidad social. Estamos orgullosos que FEMSA practique la filosofía y la generación de valor por la cual Don Eugenio fue reconocido.

Por más de 50 años, su dedicación, pasión y compromiso ayudaron a hacer de FEMSA la compañía exitosa que es hoy. Su dirección fijó el ejemplo y las bases para nuestra compañía. A través de las crisis económicas de la mitad del siglo pasado, sus capacidades creativas y su habilidad para generar valor frente a la adversidad llevaron a FEMSA a ser la compañía integrada líder de bebidas en América Latina. Entre sus principios rectores, nos enseñó que el desarrollo económico y social pueden ir de la mano; la integridad y respeto por los compromisos con nuestros colaboradores, con la comunidad y con el crecimiento económico y social del país, que hoy son la base de nuestro negocio, en los buenos y en los malos tiempos.

Nosotros, la familia y amigos de FEMSA, ofrecemos nuestro agradecimiento a este gran hombre por su constante preocupación y enfoque en nuestro bienestar. Él nos ha demostrado que la verdadera grandeza de las personas proviene de sus acciones de respeto, humildad y camaradería.

La mejor manera de honrar su memoria es seguir su legado de fortaleza, persistente optimismo, modestia, integridad, respeto y voluntad.

Con gratitud profunda decimos otra vez:

“Adiós Don Eugenio, usted, sus logros y su ejemplo, serán recordados por siempre.”

Balace a Través de la Expansi3n Geogr3fica



MARCAS DE REFRESCOS

Agua De Los Ángeles	Dasani	Kist	Quatro
Alpina	Dasani Sabores	Kola Roman	Quatro Light
Aquarius	Delaware Punch	Kuat	Santa Clara
Beberé	Fanta	Kuat Light	Schweppes
Black Fire	Fanta Light	Laranja Kaseira	Schweppes Aguas
Brisa	Fanta Zero	Lift	Shangri-La
Burn	Fresca	Lift Zero	Sidral Mundet
Carioca	Fresca Uno	Manantial	Sidral Mundet Light
Cepita	Freskolita	Minute Maid	Simba
Cepita Aguas	Frutsi	Montefiore	Soda Clausen
Chinotto	Glaceau	Mundet	Sprite
Ciel	Gladiator	Nestea	Sprite Zero
Ciel Aquarius	Hi-C	Nestea Light	Sonfill
Coca-Cola	Hit	Nevada	Sunfrut
Coca-Cola Light	I-9	Polar	Tai
Coca-Cola Zero	Ju-C	Polar Quinada	Valle Frut
Crush	Jugos del Valle	PowerAde	Naranjada
Crystal	Kapo	Premio	Valle Frut Pulpa
	Keloco	Prisco	

MARCAS DE OXXO

andatti



COMPañIA	MEXICO		ARGENTINA	BRASIL	
	FEMSA CERVEZA	FEMSA COMERCIO	COCA-COLA FEMSA		
Propiedad de FEMSA (%)	100	100	53.7 ⁽¹⁾		
Volumen de Ventas	30,872 ⁽²⁾⁽¹⁰⁾	—	1,149 ⁽³⁾	186 ⁽³⁾	371 ⁽³⁾
Ingresos ⁽⁴⁾	42,385 ⁽⁸⁾	47,146	33,799	21,204	
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	5,394 ⁽⁸⁾	3,077	6,715	3,321	
Plantas/Tiendas	6	6,374	10	1	4
Centros de Distribución	347	11	83	5	27
Rutas de Distribución	2,795	—	3,680	296	1,417
Marcas	21	1	42	27	19
Clientes ⁽⁵⁾	320	3.7 ⁽⁶⁾	612	82	197
Personal ⁽⁷⁾	23,815	21,261	65,021		

Nota: Información sólo de los principales negocios.

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

(2) Miles de hectolitros.

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

(4) Expresado en millones de pesos mexicanos.

(5) Expresados en miles.

MARCAS DE CERVEZA

Bavaria sem Álcool	Chopp Sol sem Álcool	Kloster Light	Sol Light	Superior Edición Especial
Bavaria Pilsen	Coors Light	Noche Buena	Sol Limón y Sal	Tecate
Bavaria Premium	Heineken	Palma Louca	Sol Oscura	Tecate Light
Bohemia	Indio	Santa Cerva	Sol Pilsen	Xingu
Bohemia Oscura	Kaiser	Sol	Sol Premium	XX Ambar
Carta Blanca	Kaiser Bock	Sol 2	Sol Zero	XX Lager
Carta Blanca Edición Especial	Kaiser Gold	Sol Brava	Soul Citric	
Carta Blanca Light	Kaiser Pilsen	Sol Cero	Summer	
Casta	Kloster	Sol Cero Limón y Sal	Superior	



	GUATEMALA	NICARAGUA	COSTA RICA	PANAMA	COLOMBIA	VENEZUELA	BRASIL
COMPañIA	COCA-COLA FEMSA						FEMSA CERVEZA
Propiedad de FEMSA (%)	53.7 ⁽¹⁾						83.0 ⁽⁹⁾
Volumen de Ventas	133 ⁽³⁾				198 ⁽³⁾	207 ⁽³⁾	10,181 ⁽²⁾
Ingresos ⁽⁴⁾	27,973						42,385 ⁽⁸⁾
Utilidad de Operación ⁽⁴⁾	3,659						5,394 ⁽⁸⁾
Plantas/Tiendas	5				6	4	8
Centros de Distribución	28				32	33	8
Rutas de Distribución	316				607	466	850
Marcas	28				17	11	14
Clientes ⁽⁵⁾	102				366	159	400
Personal ⁽⁷⁾	65,021						2,210

(6) Millones de clientes por día.

(7) Incluye personal tercerizado.

(8) Resultados de FEMSA Cerveza, incluye México, Brasil y exportaciones.

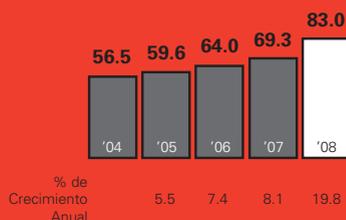
(9) El 17% restante es propiedad de Heineken.

(10) Incluye exportaciones.

DATOS RELEVANTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

Coca-Cola FEMSA

Ingresos Totales
miles de millones de pesos



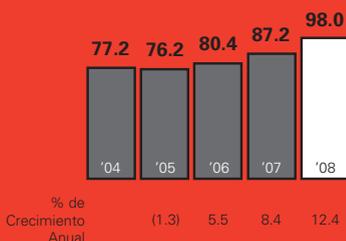
Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



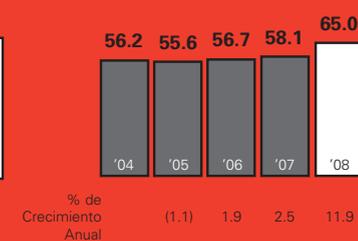
Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*
miles de millones de pesos



Activos Totales
miles de millones de pesos



Personal
miles



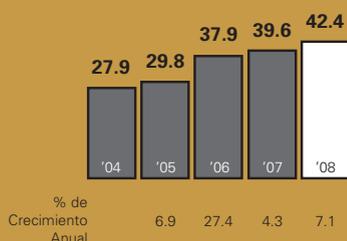
A partir de 2008 descontinuamos el registro contable de inflación para nuestras subsidiarias en Brasil, Colombia, Guatemala, México y Panamá. Sus cifras para el 2008 están en pesos nominales. Para el resto de nuestras subsidiarias en Argentina, Costa Rica, Nicaragua y Venezuela registramos contablemente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

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

DATOS RELEVANTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

FEMSA Cerveza

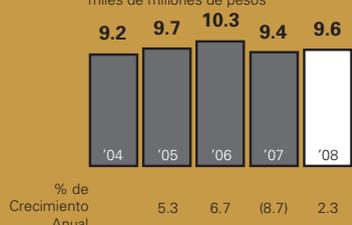
Ingresos Totales
miles de millones de pesos



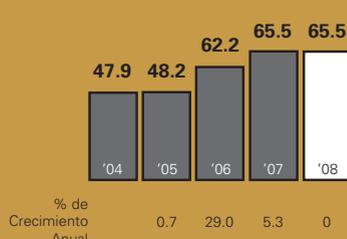
Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



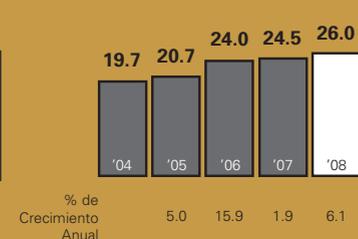
Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*
miles de millones de pesos



Activos Totales
miles de millones de pesos



Personal*
miles



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

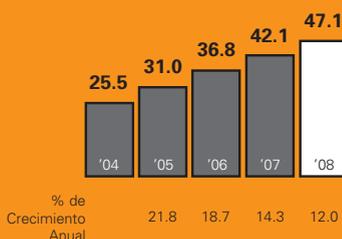
*Utilidad de Operación más depreciaciones, amortizaciones y otros cargos virtuales.

*A partir de 2008 el personal incluye tercerizados.

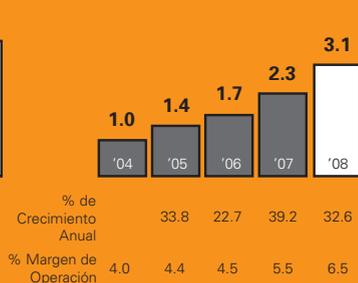
DATOS RELEVANTES DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

FEMSA Comercio

Ingresos Totales
miles de millones de pesos



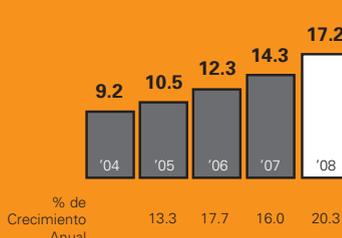
Utilidad de Operación
miles de millones de pesos



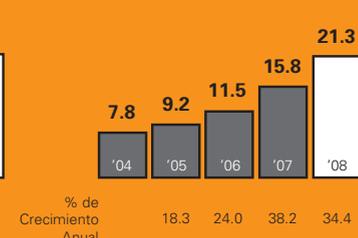
Flujo Bruto de Operación (EBITDA)*
miles de millones de pesos



Activos Totales
miles de millones de pesos



Personal*
miles



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

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

*No incluye comisionistas.

CONTENIDO

Resumen Financiero	38
Análisis y Discusión de Resultados	40
Informe Anual del Comité de Auditoría	46
Dictamen de los Auditores Independientes	48
Estados Consolidados de Situación Financiera	49
Estados Consolidados de Resultados	51
Estado Consolidado de Flujos de Efectivo	52
Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera	53
Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable	54
Notas a los Estados Financieros Consolidados	56
Directorio de Oficinas	92

Resumen Financiero

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

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de ⁽¹⁾:</i>	2008	2007	2006	2005	2004
Estado de Resultados					
Ventas netas	Ps. 167,171	Ps. 147,069	Ps. 135,647	Ps. 118,799	Ps. 108,752
Ingresos totales	168,022	147,556	136,120	119,462	109,500
Costo de ventas	90,399	79,739	73,338	63,695	58,074
Utilidad bruta	77,623	67,817	62,782	55,767	51,426
Gastos de operación	54,939	48,081	44,145	38,166	35,433
Utilidad de operación	22,684	19,736	18,637	17,601	15,993
Otros gastos, neto	2,374	1,297	1,650	1,108	915
Resultado integral de financiamiento	6,825	1,553	2,519	2,800	1,548
Impuestos a la utilidad	4,207	4,950	4,608	4,620	2,801
Utilidad neta consolidada	9,278	11,936	9,860	9,073	10,729
Utilidad neta mayoritaria	6,708	8,511	7,127	5,951	6,917
Utilidad neta minoritaria	2,570	3,425	2,733	3,122	3,812
Razones financieras (% de ingresos totales)					
Margen bruto	46.2%	46.0%	46.1%	46.7%	47.0%
Margen operativo	13.5%	13.4%	13.7%	14.7%	14.6%
Utilidad neta	5.5%	8.1%	7.2%	7.6%	9.8%
Otra información					
Depreciación	4,967	4,359	4,333	3,990	3,870
Amortización y otros cargos virtuales a la utilidad de operación	4,031	3,709	3,787	3,543	3,426
Flujo bruto de operación	31,682	27,804	26,757	25,134	23,289
Inversiones en activo fijo de largo plazo ⁽²⁾	14,234	11,257	9,422	7,508	7,948
Balance General					
Activos					
Activos circulantes	39,017	33,485	27,829	24,900	22,614
Propiedad, planta y equipo ⁽³⁾	65,158	57,832	56,027	51,175	52,352
Inversión en acciones	1,965	1,863	824	852	930
Activos intangibles	65,299	60,234	57,906	52,837	52,260
Otros activos	13,601	12,381	11,930	10,059	10,377
Total activos	185,040	165,795	154,516	139,823	138,533

Resumen Financiero

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

<i>Cifras en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de ⁽¹⁾:</i>	2008	2007	2006	2005	2004
Pasivos					
Deuda a corto plazo	Ps. 11,648	Ps. 9,364	Ps. 6,746	Ps. 5,479	Ps. 10,736
Pasivos circulantes	32,446	24,153	21,314	17,031	16,514
Deuda a largo plazo	32,210	30,665	35,673	32,129	40,563
Obligaciones laborales	2,886	3,718	3,269	2,676	2,207
Impuestos diferidos	2,400	3,584	3,995	3,703	4,673
Otros pasivos	6,555	4,658	5,311	4,407	3,813
Total pasivos	88,145	76,142	76,308	65,425	78,506
Capital contable					
Capital contable mayoritario	68,821	64,578	56,654	52,400	40,314
Capital contable minoritario	28,074	25,075	21,554	21,998	19,713
Razones financieras (%)					
Liquidez	0.89	1.00	0.99	1.11	0.83
Apalancamiento	0.91	0.85	0.98	0.88	1.31
Capitalización	0.34	0.33	0.37	0.35	0.51
Información por acción					
Valor en libros ⁽⁴⁾	3.847	3.609	3.167	2.929	2.537
Utilidad neta ⁽⁵⁾	0.375	0.476	0.398	0.333	0.435
Dividendos pagados ⁽⁶⁾					
Acciones serie "B"	0.081	0.074	0.049	0.037	0.030
Acciones serie "D"	0.101	0.093	0.061	0.046	0.037
Número de empleados	122,981 ⁽⁷⁾	105,020	97,770	90,731	88,214
Número de acciones ⁽⁸⁾	17,891.13	17,891.13	17,891.13	17,891.13	15,891.93

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007, 2006, 2005 y 2004 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007.

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

(3) Incluye botellas y cajas.

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

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

(6) Información en pesos nominales de cada año.

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

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

RESULTADOS FINANCIEROS AUDITADOS PARA LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008, COMPARADOS CON EL MISMO PERIODO DEL AÑO ANTERIOR.

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

Todas las cifras en este reporte fueron preparadas de conformidad con las Normas de Información Financiera para México ("NIF Mexicanas"). Los resultados del 2007 están expresados en pesos mexicanos constantes ("Pesos" ó "Ps.") con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2007 y los resultados del 2008 están en pesos mexicanos nominales. La conversión de pesos mexicanos a dólares americanos ("\$\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, usando el tipo de cambio de mediodía a la compra publicado por el Banco de la Reserva Federal de Nueva York, el cual al 31 de diciembre de 2008 fue de 13.8320 pesos por dólar.

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

FEMSA CONSOLIDADO

Cifras en millones de pesos nominales del 2008

FEMSA y sus Subsidiarias

	Ingresos Totales	% Crecimiento vs. 2007	Utilidad de Operación	% Crecimiento vs. 2007
FEMSA Consolidado	Ps. 168,022	13.9%	Ps. 22,684	14.9%
Coca-Cola FEMSA	82,976	19.8%	13,695	19.2%
FEMSA Cerveza	42,385	7.1%	5,394	(1.9)%
FEMSA Comercio	47,146	12.0%	3,077	32.6%

Ingresos Totales

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

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

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

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

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

Resultado Integral de Financiamiento

El resultado integral de financiamiento aumentó en 2008 a Ps. 6,825 millones debido a (i) el cambio de ganancia a pérdida por fluctuación cambiaria, resultado de la depreciación de las monedas locales con respecto al U.S. dólar, aplicada a nuestra posición pasiva, (ii) el cambio de ganancia a pérdida de ciertos instrumentos financieros derivados, los cuales no cumplen con los criterios contables de cobertura, al reconocer el valor de mercado principalmente de ciertos contratos swaps de tipo de cambio y en menor grado, la cancelación de ciertas coberturas de materias primas, y (iii) la disminución de la ganancia en la posición monetaria, derivado de los cambios en las Normas de Información Financiera en México, en los cuales se establece que los efectos de la inflación dejan de ser aplicados a la mayoría de nuestra posición de pasivos.

Impuestos a la Utilidad

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

Utilidad Neta

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

La utilidad neta mayoritaria consolidada fue de Ps. 6,708 millones en 2008 en comparación con Ps. 8,511 millones en 2007, representando una disminución de 21.2%. La utilidad neta mayoritaria por Unidad⁽¹⁾ FEMSA para el 2008 fue de Ps. 1.87 (\$1.36 dólares por cada American Depositary Shares "ADS").

(1) Las Unidades de FEMSA consisten en Unidades FEMSA BD y Unidades FEMSA B. Cada Unidad FEMSA BD está compuesta por una Acción Serie B, dos Acciones Serie D-B y dos Acciones Serie D-L. Cada Unidad FEMSA B está compuesta por cinco Acciones Serie B. El número de Unidades FEMSA en circulación al 31 de diciembre del 2008 fue de 3,578,226,270, equivalente al número total de acciones en circulación en la misma fecha, dividido entre 5.

Inversión en Activo Fijo

La inversión en activo fijo alcanzó Ps. 14,234 millones en el 2008, un incremento de 26.4% comparado con 2007, reflejando el incremento en nuestras operaciones de bebidas derivado de inversión en capacidad de producción y distribución, e inversiones en el mercado; así como el rápido ritmo de aperturas de tiendas en FEMSA Comercio.

Deuda Neta Consolidada

Al 31 de diciembre del 2008, nuestro saldo en caja fue de Ps. 9,110 millones (US\$ 658.6 millones), una disminución de Ps. 1,346 millones (US\$ 97.3 millones) en comparación al 31 de diciembre del 2007 debido principalmente a las adquisiciones en efectivo realizadas por Coca-Cola FEMSA durante los últimos doce meses incluyendo REMIL, y al pago de los vencimientos de Certificados Bursátiles durante el año. La deuda a corto plazo fue de Ps. 11,648 (US\$ 842.1 millones) y la deuda a largo plazo fue Ps. 31,275 millones (US\$ 2,261.1 millones). Nuestra deuda neta tuvo un aumento de Ps. 4,241 millones (US\$ 306.6 millones), resultado principalmente de la apreciación del U.S. dólar aplicada a nuestra posición pasiva en dólares y a las adquisiciones efectuadas durante el año.

RESULTADOS FINANCIEROS POR UNIDAD DE NEGOCIO

COCA-COLA FEMSA

Ingresos Totales

Los ingresos totales de Coca-Cola FEMSA incrementaron 19.8% a Ps. 82,976 millones en 2008 comparados con Ps. 69,251 millones en 2007 como resultado del crecimiento en todas nuestras divisiones. La división de Latincentro aportó más de 45% del crecimiento, la adquisición de REMIL contribuyó con más del 20% de los ingresos incrementales, México y la división de Mercosur, excluyendo a REMIL, fueron el balance.

El precio promedio por caja unidad en 2008 fue Ps. 35.93, un incremento de 12.5% en comparación a Ps. 31.95 en el 2007, reflejando un mayor precio promedio en todos nuestros territorios resultado de (i) incrementos selectivos de precios implementado durante el año a lo largo de nuestras operaciones, (ii) volumen incremental de nuestro portafolio de bebidas no carbonatadas, la cual cuenta con un precio promedio mayor, y (iii) el efecto positivo de conversión por tipo de cambio, principalmente en la división de Latincentro.

El volumen total de ventas incremento 5.8% a 2,242.8 millones de cajas unidad en 2008 comparado con 2,120.8 millones de cajas unidad en 2007. El volumen de ventas de refrescos representó cerca del 60% de los volúmenes incrementales, agua y bebidas no carbonatadas fueron el balance. El volumen de ventas de bebidas carbonatadas incrementó 4.0% como resultado del crecimiento en volumen en nuestros territorios, impulsado por la marca *Coca-Cola*. Excluyendo a REMIL, el volumen total de ventas incrementó 2.6% a 2,176.7 millones de cajas unidad, la contribución de refrescos fue cercana al 20% del incremento y agua y las bebidas no carbonatadas fueron el balance.

Utilidad Bruta

El costo de ventas aumentó 22.4% a Ps. 43,895 millones en 2008 en comparación con Ps. 35,876 millones en 2007 como resultado de presiones en los costos, resultado de la depreciación de las monedas locales frente el dólar en nuestras principales operaciones aplicada a nuestros costos de materia prima denominados en dólares y por la integración de la línea de *Jugos del Valle* en México, la cual actualmente tiene mayores costos de ventas. La utilidad bruta consolidada aumentó 17.1% a Ps. 39,081 millones en 2008 en comparación con el 2007, debido a los incrementos en ingresos totales en todas nuestras operaciones. Sin embargo, el margen bruto disminuyó 1.1 puntos porcentuales con respecto a los niveles del 2007, a 47.1% en 2008.

Utilidad de Operación

Los gastos de operación aumentaron 16.0% en términos absolutos a Ps. 25,386 millones en 2008 resultado del incremento en gastos en nuestra división Mercosur debido a la integración de REMIL, mayores costos de fletes en Argentina y de mano de obra en Latincentro. Como porcentaje de los ingresos totales los gastos de operación disminuyeron de 31.6% en 2007 a 30.6% en 2008, reflejando el apalancamiento operativo durante el año alcanzado principalmente por mayores ingresos así como por gastos de operación estables en México.

La utilidad de operación aumentó 19.2% a Ps. 13,695 millones en 2008 en comparación a Ps. 11,486 millones en 2007. Las divisiones de Mercosur y Latincentro representaron cerca del 90% del incremento. El margen de operación se mantuvo estable en 16.5% en 2008 comparado con 16.6%, el apalancamiento logrado durante el año compensó el aumento de 15.7% en el costo por caja unidad.

FEMSA CERVEZA

Ingresos Totales

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

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

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

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

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

FEMSA COMERCIO

Ingresos Totales

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

Utilidad Bruta

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

Utilidad de Operación

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

ACONTECIMIENTOS RELEVANTES DURANTE 2008

Principales Implicaciones debido a los Cambios en las Normas de Información Financiera en México

A partir del primero de enero del 2008, de acuerdo a los cambios de las Normas de Información Financiera para México NIF B-10 "efectos de inflación", la Compañía discontinuó el uso de contabilidad con inflación de nuestras subsidiarias en las cuales la inflación acumulada de los tres años anteriores fuera menor a 26% (México, Guatemala, Panamá, Colombia y Brasil). Los resultados del 2008 para estos países están expresados en pesos nominales. Para el resto de los países donde la inflación acumulada durante el mismo periodo, fue igual o mayor a 26%, siendo el caso de nuestras subsidiarias en Nicaragua, Costa Rica, Venezuela y Argentina, continuaremos aplicando los efectos de inflación durante el 2008. Para efectos de comparación, los resultados del 2007 se encuentran expresados en pesos mexicanos con poder adquisitivo al 31 de diciembre del 2007, tomando en cuenta la inflación de cada país con referencia al índice de precios del consumidor y convertido de la moneda local a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio publicado por el banco central de cada país. Adicionalmente, para propósitos fiscales, las nuevas normas tienen un impacto en la tasa efectiva de impuestos, debido a que continuamos aplicando la inflación de México a la base de utilidad gravable.

Rotación de Auditores Externos

El 27 de febrero del 2008 anunciamos que el Consejo de Administración, contando con previa recomendación del Comité de Auditoría y continuando con las buenas prácticas de gobierno corporativo, aprobó la rotación de nuestros auditores externos. A partir del 2008 Ernst & Young realiza la auditoría externa de la Compañía y de nuestras subsidiarias.

Asambleas Accionistas FEMSA

El 22 de abril del 2008, nuestros accionistas aprobaron mantener la estructura accionaria actual de acciones cotizando en forma de unidades vinculadas y de mantenerla posterior al 11 de mayo del 2008. Para mantener la estructura de capital social y de unidades sin cambio, los accionistas también aprobaron los cambios a ciertos Estatutos Sociales de la Compañía.

Coca-Cola FEMSA Adquiere REMIL

En el segundo trimestre del año 2008, Coca-Cola FEMSA realizó el cierre de la transacción con The Coca-Cola Company para adquirir en Brasil el territorio de Refrigerantes Minas Gerais Ltd. ("REMIL"). El valor agregado de la transacción fue de US\$ 364 millones. A partir del mes de Junio de 2008, Coca-Cola FEMSA, incluye las operaciones de REMIL en los resultados de la división Mercosur.

Coca-Cola FEMSA Adquiere Agua De Los Ángeles

El 17 de julio de 2008, Coca-Cola FEMSA cerró la transacción para adquirir el negocio de garrafón de "Agua De Los Ángeles" en el Valle de México. "Agua De Los Ángeles", vendió aproximadamente 21 millones de cajas unidad en 2007.

Coca-Cola FEMSA Anunció la Exitosa Colocación de Certificados Bursátiles en México

El 29 de enero de 2009, Coca-Cola FEMSA colocó exitosamente un certificado bursátil por Ps. 2,000 millones a un plazo de 1 año y 1 mes, con un rendimiento al vencimiento de TIIIE más 80 puntos base en un periodo de 28 días. Los recursos obtenidos de esta emisión fueron utilizados para incrementar las reservas de efectivo existentes y complementar la generación de efectivo esperada.

Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company Cierran la Transacción para Adquirir de Manera Conjunta el Negocio de Agua Embotellada en Colombia de la Marca Brisa

El 27 de febrero, 2009, Coca-Cola FEMSA cerró la adquisición de manera conjunta con The Coca-Cola Company, del negocio de agua embotellada Brisa en Colombia (incluida la marca y los activos productivos). Brisa vendió 47 millones de cajas unidad en el 2008 en Colombia. El monto de la transacción fue de US\$ 92 millones, asumido en partes iguales por Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company.

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

En cumplimiento a lo dispuesto en los Artículos 42 y 43 de la Ley del Mercado de Valores en México y el Reglamento del Comité de Auditoría, informo a ustedes sobre las actividades que llevamos a cabo durante el año terminado el 31 de diciembre de 2008. En el desarrollo de nuestro trabajo, hemos tenido presentes las recomendaciones establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas y por tratarse de una Compañía registrada en el mercado de valores en los Estados Unidos de América, las disposiciones establecidas en la Ley Sarbanes-Oxley. Nos reunimos cuando menos trimestralmente y con base en un programa de trabajo, llevamos a cabo las actividades que se describen a continuación.

Control Interno

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

Validamos las acciones realizadas por la empresa a fin de dar cumplimiento a la sección 404 de la Ley Sarbanes-Oxley relativa a la auto evaluación de control interno que efectuó la empresa y deberá reportar por el año 2008. Durante este proceso, se dio seguimiento a las medidas preventivas y correctivas implementadas relativas a aspectos de control interno que requieran mejorarse.

Evaluación de Riesgos

Evaluamos periódicamente la efectividad del Sistema de Administración de Riesgos de la Compañía, establecido para su identificación, registro, medición, evaluación y gestión, estimándose la misma apropiada.

Revisamos con la Administración y los Auditores Externos e Internos, los factores críticos de riesgo que puedan afectar las operaciones de la Compañía y su patrimonio y en el caso particular de su programa de administración de seguros, solicitamos el apoyo y la opinión de expertos independientes, determinándose que los principales riesgos operativos han sido apropiadamente definidos y contemplados en los contratos y planes de aseguramiento existentes.

Auditoría Externa

Continuando con las buenas prácticas de gobierno corporativo de la Compañía, recomendamos al Consejo de Administración la rotación de los auditores externos del Grupo y subsidiarias para el ejercicio fiscal 2008. Para este fin, nos cercioramos de su independencia y el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la Ley. Analizamos con ellos, su enfoque y programa de trabajo así como su coordinación con el área de Auditoría Interna.

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

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

Tomando en cuenta los puntos de vista de la Administración, iniciamos el proceso de evaluación correspondiente al ejercicio 2008.

Auditoría Interna

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

1. Revisamos y aprobamos con la debida oportunidad, su programa y presupuesto anual de actividades.
2. Recibimos informes periódicos relativos al avance del programa de trabajo aprobado, las variaciones que pudiera haber tenido así como las causas que las originaron.
3. Dimos seguimiento a las observaciones y sugerencias que desarrollaron y su implementación oportuna.
4. Nos aseguramos que se tuviera implementado un plan anual de capacitación.
5. Revisamos las evaluaciones del servicio de Auditoría Interna efectuadas por los responsables de las unidades de negocio y por el propio Comité.

También Auditoría Interna participó en el proceso de identificación de riesgos, establecimiento de controles y prueba de los mismos, para cumplir con los requerimientos de la Ley Sarbanes-Oxley.

Información Financiera, Políticas Contables e Informes a Terceros

Revisamos con las personas responsables de la preparación de los estados financieros trimestrales y anuales de la Sociedad y recomendamos al Consejo de Administración su aprobación y autorización para ser publicados. Como parte de este proceso tomamos en cuenta la opinión y observaciones de los auditores externos y nos cercioramos que los criterios, políticas contables y de información utilizados por la Administración para preparar la información financiera sean adecuados y suficientes y se hayan aplicado en forma consistente con el ejercicio anterior, en consecuencia, la información presentada por la Administración, refleja en forma razonable la situación financiera, los resultados de la operación y los flujos de efectivo de la Sociedad, por el año terminado el 31 de diciembre de 2008.

Revisamos también, los reportes trimestrales que prepara la Administración para ser presentados a los accionistas y público en general, verificamos que éstos fueran preparados utilizando los mismos criterios contables empleados para preparar la información anual. Como conclusión, recomendamos al Consejo que autorizara su publicación.

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

Aprobamos la incorporación a las políticas contables de la Sociedad, los nuevos procedimientos contables que entraron en vigor en 2008, que hayan sido emitidos por el organismo responsable de la normatividad contable en México.

Cumplimiento de la Normatividad, Aspectos Legales y Contingencias

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

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

Código de Conducta

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

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

Aspectos Administrativos

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

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

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

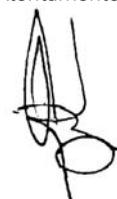
El Presidente del Comité de Auditoría reportó trimestralmente al Consejo de Administración, las actividades que se desarrollaron.

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

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

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

Atentamente



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

Dictamen de los Auditores Independientes

A LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS DE FOMENTO ECONOMICO MEXICANO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS:

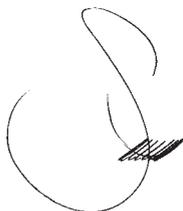
Hemos examinado el balance general consolidado de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, al 31 de diciembre de 2008, y los estados consolidados de resultados, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo, que le son relativos, por el año terminado en esa fecha. Dichos estados financieros son responsabilidad de la administración de la compañía. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre los mismos con base en nuestra auditoría. Los estados financieros consolidados de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, fueron dictaminados por otra firma de Contadores Públicos, quienes expresaron una opinión sin salvedades, con fecha 25 de febrero de 2008.

Nuestro examen fue realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas en México, las cuales requieren que la auditoría sea planeada y realizada de tal manera que permita obtener una seguridad razonable de que los estados financieros no contienen errores importantes, y de que están preparados de acuerdo con las normas de información financiera mexicanas. La auditoría consiste en el examen, con base en pruebas selectivas, de la evidencia que soporta las cifras y revelaciones de los estados financieros; asimismo, incluye la evaluación de las normas de información financiera utilizadas, de las estimaciones significativas efectuadas por la administración y de la presentación de los estados financieros tomados en su conjunto. Consideramos que nuestro examen proporciona una base razonable para sustentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera consolidada de Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, al 31 de diciembre de 2008 y los resultados consolidados de sus operaciones, las variaciones en el capital contable y los flujos de efectivo, por el año terminado en esa fecha, de conformidad con las normas de información financiera mexicanas.

Como se menciona la nota 2 a) a los estados financieros, a partir del 1 de enero del 2008, la Compañía adoptó la norma de información financiera B-2, estado de flujos de efectivo, de aplicación prospectiva, por lo que este estado no es comparable con los estados de cambios en la situación financiera que se acompañan. Asimismo, la Compañía adoptó los nuevos pronunciamientos de las normas de información financiera mexicanas que entraron en vigor en 2008, las cuales se mencionan en la Nota 2 a los estados financieros.

Mancera, S.C.
Integrante de Ernst & Young Global



C.P.C. Víctor Luis Soulé García
Monterrey, N.L., México
5 de marzo de 2009

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2008		2007
ACTIVO			
Activo Circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 659	Ps. 9,110	Ps. 10,456
Cuentas por cobrar	778	10,759	9,329
Inventarios	945	13,065	10,037
Impuestos por recuperar	213	2,951	1,699
Inversión en acciones disponibles para venta	—	—	684
Otros activos circulantes	226	3,132	1,280
Total activo circulante	2,821	39,017	33,485
Inversión en acciones	142	1,965	1,863
Propiedad, planta y equipo	4,441	61,425	54,707
Botellas y cajas	270	3,733	3,125
Activos intangibles	4,721	65,299	60,234
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	90	1,247	1,264
Otros activos	893	12,354	11,117
TOTAL ACTIVO	\$ 13,378	Ps. 185,040	Ps. 165,795

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2008		2007
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo Circulante:			
Préstamos bancarios	\$ 419	Ps. 5,799	Ps. 3,447
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	423	5,849	5,917
Intereses por pagar	27	376	475
Proveedores	1,209	16,726	13,657
Cuentas por pagar	420	5,804	4,658
Obligaciones fiscales por pagar	292	4,044	3,658
Otros pasivos circulantes	398	5,496	1,705
Total pasivo circulante	3,188	44,094	33,517
Pasivo a Largo Plazo:			
Préstamos bancarios y documentos por pagar	2,329	32,210	30,665
Obligaciones laborales	209	2,886	3,718
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	174	2,400	3,584
Contingencias y otros pasivos	473	6,555	4,658
Total pasivo a largo plazo	3,185	44,051	42,625
Total pasivo	6,373	88,145	76,142
Capital Contable:			
Interés minoritario en subsidiarias consolidadas	2,030	28,074	25,075
Interés mayoritario:			
Capital social	387	5,348	5,348
Prima en suscripción de acciones	1,486	20,551	20,612
Utilidades retenidas de ejercicios anteriores	2,814	38,929	38,108
Utilidad neta	485	6,708	8,511
Otras partidas acumuladas de la utilidad integral	(197)	(2,715)	(8,001)
Total interés mayoritario	4,975	68,821	64,578
Total capital contable	7,005	96,895	89,653
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	\$ 13,378	Ps. 185,040	Ps. 165,795

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de situación financiera.
Monterrey, N.L., México a 25 de febrero de 2009.



José Antonio Fernández Carbajal
Director General



Javier Astaburuaga Sanjines
Director de Finanzas

Estados Consolidados de Resultados

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

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006.

Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.), excepto información por acción ⁽¹⁾.

	2008		2007	2006
Ventas netas	\$ 12,086	Ps. 167,171	Ps. 147,069	Ps. 135,647
Otros ingresos de operación	61	851	487	473
Ingresos totales	12,147	168,022	147,556	136,120
Costo de ventas	6,535	90,399	79,739	73,338
Utilidad bruta	5,612	77,623	67,817	62,782
Gastos de operación:				
De administración	689	9,531	9,121	8,873
De ventas	3,283	45,408	38,960	35,272
	3,972	54,939	48,081	44,145
Utilidad de operación	1,640	22,684	19,736	18,637
Otros gastos, neto	(172)	(2,374)	(1,297)	(1,650)
Resultado integral de financiamiento:				
Gasto financiero	(356)	(4,930)	(4,721)	(4,469)
Producto financiero	43	598	769	792
Fluctuación cambiaria	(122)	(1,694)	691	(217)
Ganancia por posición monetaria	47	657	1,639	1,488
(Pérdida) ganancia en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	(105)	(1,456)	69	(113)
	(493)	(6,825)	(1,553)	(2,519)
Utilidad antes de impuesto	975	13,485	16,886	14,468
Impuesto a la utilidad	304	4,207	4,950	4,608
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Utilidad neta mayoritaria	485	6,708	8,511	7,127
Utilidad neta minoritaria	186	2,570	3,425	2,733
Utilidad neta consolidada	\$ 671	Ps. 9,278	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Utilidad básica mayoritaria (dólares americanos y pesos):				
Por acción Serie "B"	\$ 0.02	Ps. 0.33	Ps. 0.42	Ps. 0.36
Por acción Serie "D"	\$ 0.03	Ps. 0.42	Ps. 0.53	Ps. 0.44

(1) Las cifras al 31 de diciembre de 2007 y 2006 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2).

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

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

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

Por el año terminado al 31 de diciembre de 2008. Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

	2008	
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Operación:		
Utilidad antes de impuesto	\$ 975	Ps. 13,485
Partidas virtuales operativas	67	930
Otras partidas operativas	101	1,390
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Depreciación	398	5,508
Amortización	185	2,560
Pérdida por venta de propiedad, planta y equipo	13	185
Bajas de planta y equipo	36	502
Producto financiero	(43)	(598)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
Gasto financiero	356	4,930
Fluctuación cambiaria	122	1,694
Ganancia en posición monetaria	(47)	(657)
Pérdida en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados	105	1,456
	2,268	31,385
Cuentas por cobrar	(27)	(367)
Inventarios	(210)	(2,900)
Otros activos	3	35
Proveedores y cuentas por pagar	116	1,599
Otros pasivos	47	653
Obligaciones laborales	(42)	(587)
Impuestos a la utilidad pagados	(488)	(6,754)
Flujo neto de efectivo generado por actividades de operación	1,667	23,064
Flujo de Efectivo Generado (Utilizado) en Actividades de Inversión:		
Adquisición REMIL	(263)	(3,633)
Otras adquisiciones	(17)	(233)
Intereses cobrados	43	598
Adquisición de propiedad, planta y equipo	(736)	(10,186)
Venta de propiedad, planta y equipo	39	541
Otros activos	(250)	(3,460)
Botellas y cajas	(72)	(990)
Activos intangibles	(50)	(697)
Flujo neto de efectivo de actividades de inversión	(1,306)	(18,060)
Efectivo excedente para aplicar en actividades de financiamiento	361	5,004
Flujo Generado (Utilizado) en Actividades de Financiamiento:		
Obtención de préstamos bancarios	1,630	22,545
Pago de préstamos bancarios	(1,496)	(20,693)
Intereses pagados	(414)	(5,733)
Dividendos pagados	(149)	(2,065)
Adquisición de minoritario	(16)	(223)
Otros pasivos	1	9
Flujo neto de efectivo de actividades de financiamiento	(444)	(6,160)
Decremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo	(83)	(1,156)
Efectos de conversión e inflación	7	97
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	773	10,694
Efectivo restringido al principio del periodo	(17)	(238)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo, neto	756	10,456
Efectivo restringido del año	(21)	(287)
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo, neto	\$ 659	Ps. 9,110

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte del presente estado consolidado de flujos de efectivo.

Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera

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

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.) al 31 de diciembre de 2007.

	2007	2006
Recursos Generados (Utilizados) en la Operación:		
Utilidad neta consolidada	Ps. 11,936	Ps. 9,860
Depreciación	4,930	4,954
Amortización y otros cargos virtuales	3,182	3,154
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	93	208
Impuestos diferidos	(239)	78
	19,902	18,254
Capital de trabajo:		
Cuentas por cobrar	(1,536)	(557)
Inventarios	(1,812)	(1,153)
Impuestos por recuperar, neto	453	(568)
Otros activos circulantes e inversión en acciones disponibles para venta	(668)	(173)
Proveedores y otros pasivos circulantes	1,987	1,403
Intereses por pagar	14	25
Obligaciones laborales	(318)	(297)
Recursos netos generados por actividades de operación	18,022	16,934
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Inversión:		
Venta del interés minoritario	415	—
Propiedad, planta y equipo	(6,015)	(5,281)
Otros activos	(4,472)	(3,086)
Inversión en acciones	(1,040)	74
Botellas y cajas	(861)	(696)
Activos intangibles	(336)	(433)
Otras adquisiciones de negocios	(128)	(165)
Adquisiciones de interés minoritario en Coca-Cola FEMSA	—	(4,801)
Adquisiciones de FEMSA Cerveza	—	(1,421)
Recursos netos utilizados en actividades de inversión	(12,437)	(15,809)
Recursos Generados (Utilizados) en Actividades de Financiamiento:		
Préstamos bancarios adquiridos	9,660	9,404
Préstamos bancarios pagados	(10,851)	(4,292)
Amortización en términos reales del pasivo a largo plazo	(1,202)	(1,213)
Dividendos decretados y pagados	(1,909)	(1,459)
Contingencias y otros pasivos	(45)	(3,906)
Resultado acumulado por conversión	446	(213)
Recursos netos utilizados en actividades de financiamiento	(3,901)	(1,679)
Efectivo y equivalentes de efectivo:		
Incremento (decremento), neto	1,684	(554)
Efectivo recibido en adquisición de Kaiser	6	55
Saldo inicial	8,766	9,265
Saldo Final	Ps. 10,456	Ps. 8,766

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

Estados Consolidados de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable

<i>Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006. Cifras expresadas en millones de pesos mexicanos (Ps.) ⁽¹⁾.</i>	Capital Social	Prima en Suscripción de Acciones
Saldos al 31 de diciembre de 2005	Ps. 5,348	Ps. 22,246
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Adquisición del interés minoritario de Kaiser		
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		(80)
Adquisición del interés minoritario de Coca-Cola FEMSA		(1,609)
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2006	5,348	20,557
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Dividendos decretados y pagados		
Venta de interés minoritario		55
Adquisición del interés minoritario de FEMSA Cerveza		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2007	5,348	20,612
Traspaso de utilidad neta del ejercicio anterior		
Cambio en principio contable (ver Nota 2 B y D)		
Dividendos decretados y pagados		
Adquisiciones de minoritarios de Coca-Cola FEMSA		(61)
Otras transacciones de interés minoritario		
Utilidad integral		
Saldos al 31 de diciembre de 2008	Ps. 5,348	Ps. 20,551

(1) Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2007, 2006 y 2005 están expresadas en millones de pesos al 31 de diciembre de 2007 (ver Nota 2).

Las notas a los estados financieros consolidados que se acompañan son parte integral de los presentes estados consolidados de variaciones en las cuentas de capital contable.

Utilidades Retenidas de Ejercicios Anteriores	Utilidad Neta	Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral	Interés Mayoritario	Interés Minoritario en Subsidiarias Consolidadas	Total Capital Contable
Ps. 27,633	Ps. 5,951	Ps. (8,778)	Ps. 52,400	Ps. 21,998	Ps. 74,398
5,951 (1,055)	(5,951)		— (1,055)	— (404)	— (1,459)
			— (80)	467 (95)	467 (175)
	7,127	(129)	(1,609)	(3,192)	(4,801)
			6,998	2,780	9,778
32,529	7,127	(8,907)	56,654	21,554	78,208
7,127 (1,525)	(7,127)		— (1,525)	— (384)	— (1,909)
(23)			55 (23)	360 (16)	415 (39)
	8,511	906	9,417	3,561	12,978
38,108	8,511	(8,001)	64,578	25,075	89,653
8,511 (6,070) (1,620)	(8,511)	6,424	— 354 (1,620)	— — (445)	— 354 (2,065)
			(61)	(162)	(223)
	6,708	(1,138)	5,570	91 3,515	91 9,085
Ps. 38,929	Ps. 6,708	Ps. (2,715)	Ps. 68,821	Ps. 28,074	Ps. 96,895

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006.

Cifras expresadas en millones de dólares americanos (\$) y millones de pesos mexicanos (Ps.).

NOTA 1. ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA.

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

Compañía Subtenedora	% Tenencia	Actividades
Coca-Cola FEMSA, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias ("Coca-Cola FEMSA")	53.7% (63.0% de acciones con derecho a voto)	Producción, distribución y comercialización de bebidas de algunas de las marcas registradas de Coca-Cola en México, Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. The Coca-Cola Company posee indirectamente el 31.6% del capital social de Coca-Cola FEMSA. Adicionalmente, las acciones que representan el 14.7% del capital social de Coca-Cola FEMSA se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores ("BMV") y en The New York Stock Exchange, Inc. ("NYSE").
FEMSA Cerveza, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Cerveza")	100%	Producción, distribución y comercialización de cerveza a través de su principal subsidiaria, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, S.A. de C.V., la cual opera seis plantas en México que producen y distribuyen diferentes marcas de cerveza, de las cuales las cinco más importantes son: Tecate, Tecate Light, Sol, Carta Blanca e Indio. A partir de enero de 2006, FEMSA Cerveza realiza la producción, distribución y comercialización de cerveza en Brasil a través de Cervejarias Kaiser Brasil, S.A. ("Kaiser") la cual opera ocho plantas. Kaiser produce marcas de cerveza, de las cuales Kaiser, Bavaria y Sol son las más importantes (ver Nota 5 C).
FEMSA Comercio, S.A. de C.V. y Subsidiarias ("FEMSA Comercio")	100%	Operación de una cadena de tiendas de conveniencia en México bajo el nombre de "OXXO".
Otras compañías	100%	Producción y distribución de etiquetas, cajas de plástico, enfriadores y equipo de refrigeración comercial; así como servicios de transporte, logística y mantenimiento a compañías subsidiarias y terceros.

NOTA 2. BASES DE PRESENTACION.

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

Los estados financieros consolidados de la Compañía se prepararon de acuerdo a las Normas de Información Financiera aplicables en México ("NIF mexicanas") y son presentados en millones de pesos mexicanos ("Ps."). La conversión de pesos a dólares americanos ("\$") se incluye sólo para conveniencia del lector, para este efecto se utilizó la cotización del tipo de cambio de compra de mediodía publicado por el Bank of New York equivalente a 13.8320 pesos por dólar al 31 de diciembre de 2008.

La presentación de los estados de resultados consolidados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 está de acuerdo a los criterios generales establecidos en la NIF B-3 "Estado de Resultados," y la Interpretación a la NIF 4 "Presentación en el estado de resultados de la participación de los trabajadores en la utilidad;" ambas normas están en vigor a partir del 1 de enero de 2007. La NIF B-3 no requiere la inclusión de la utilidad de operación en el estado de resultados la cual corresponde a la disminución del costo de ventas y los gastos de operación de los ingresos totales, sin embargo se ha incluido para el entendimiento de la ejecución financiera y económica de la Compañía. Atendiendo a las prácticas de la industria a la que pertenece, la Compañía clasifica por función sus costos y gastos dentro del estado de resultados.

Las cifras presentadas al 31 de diciembre de 2006 han sido actualizadas y convertidas al 31 de diciembre de 2007, última fecha del reconocimiento de la contabilidad inflacionaria de la entidad informante.

El estado de situación financiera consolidado del año anterior presenta algunas reclasificaciones para efectos comparativos con el año actual que no afectan la razonabilidad de la información originalmente presentada.

Los resultados de los negocios adquiridos por FEMSA se incluyen en los estados financieros consolidados desde el día de su adquisición. Como resultado de ciertas adquisiciones (ver Nota 5), las cifras presentadas no son comparables con respecto a las de años anteriores.

El 25 de febrero de 2009, el Consejo de Administración de FEMSA, aprobó por unanimidad los presentes estados financieros consolidados y las notas que los acompañan, posteriormente el 25 de marzo de 2009 durante la Asamblea Ordinaria de accionistas de FEMSA, se ratificarán los presentes estados financieros consolidados.

El 1 de enero de 2008, entraron en vigor diversas NIF mexicanas que tienen impacto tanto en el registro como en la presentación de la información financiera. A continuación se describen dichos cambios y su aplicación en los presentes estados financieros consolidados:

A) NIF B-2, “Estado de Flujo de Efectivo”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-2 “Estado de Flujos de Efectivo.” Como lo establece la NIF B-2 se incluye el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo al 31 de diciembre de 2008. Para los años terminados el 31 de diciembre de 2007 y 2006, la NIF B-2 requiere la presentación del Estado de Cambios en la Situación Financiera, el cual no es comparable al flujo de efectivo. La adopción de esta norma requiere revelaciones complementarias que anteriormente no se presentaban.

B) NIF B-10, “Efectos de la Inflación”:

En 2008, la Compañía adoptó la NIF B-10 “Efectos de la Inflación.” Antes de 2008, la Compañía actualizaba los estados financieros para reflejar el impacto inflacionario del periodo para efectos de comparabilidad.

La NIF B-10 establece dos entornos: a) Entorno Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es igual o mayor al 26%, caso en el cual se requiere el reconocimiento de los efectos de la inflación a través del método integral como se describe en la NIF B-10; el reconocimiento de la inflación en entornos económicos inflacionarios se hace a partir de que la entidad se vuelve inflacionaria, y b) Entorno no Inflacionario, cuando la inflación acumulada de los últimos tres ejercicios es inferior al 26%, en cuyo caso no se deben de registrar los efectos de la inflación en los estados financieros, manteniéndose los efectos de la inflación del periodo inmediato anterior en el cual se aplicó la contabilidad inflacionaria.

Al 31 de diciembre de 2008, las operaciones de la Compañía se clasifican de la siguiente forma considerando la inflación acumulada de los últimos tres años:

	Inflación Acumulada 2005–2007	Tipo de Economía
México	11.6%	No inflacionaria
Guatemala	24.6%	No inflacionaria
Colombia	16.0%	No inflacionaria
Brasil	13.5%	No inflacionaria
Panamá	12.3%	No inflacionaria
Venezuela	63.8%	Inflacionaria
Nicaragua	39.9%	Inflacionaria
Costa Rica	38.3%	Inflacionaria
Argentina	33.8%	Inflacionaria

Para la desconexión de la contabilidad inflacionaria, la NIF B-10 indica que el Resultado por Tenencia de Activos No Monetarios (RETANM) correspondiente a ejercicios anteriores se deberá reclasificar a utilidades retenidas. El 1 de enero de 2008, el saldo por RETANM reclasificado a utilidades retenidas fue de Ps. 6,070 (ver Estado Consolidado de Variaciones en las Cuentas de Capital Contable).

Hasta el 31 de diciembre de 2007, la Compañía actualizaba sus inventarios a través de costos de reposición; a partir de 2008 como resultado de la adopción de la NIF B-10, en entornos no inflacionarios la Compañía realiza la valuación de inventarios con base en los métodos de valuación estipulados en el Boletín C-4 “Inventarios” y para entidades en entornos inflacionarios, los inventarios se actualizan utilizando factores derivados de la inflación. El cambio de esta metodología impactó los resultados consolidados de la Compañía, incrementando el costo de ventas consolidado en Ps. 350 al 31 de diciembre de 2008.

Adicionalmente, la NIF B-10 deroga la actualización de planta y equipo de procedencia extranjera, mediante la aplicación de factores de inflación y tipo de cambio del país de procedencia del activo, y a partir de 2008 establece que dichos activos se deben registrar al tipo de cambio de la fecha de adquisición y en entidades que operen en entornos inflacionarios, se deben de actualizar utilizando exclusivamente factores de inflación del país donde se haya adquirido dicho activo. El cambio de metodología no impactó significativamente la situación financiera consolidada de la Compañía.

C) NIF B-15, “Conversión de Monedas Extranjeras”:

La norma B-15 incorpora definiciones de moneda de registro, moneda funcional y moneda de informe, estableciendo procedimientos para convertir la información financiera de una entidad extranjera con base en estas definiciones. Adicionalmente, se alinea con las nuevas disposiciones de la NIF B-10, definiendo procedimientos de conversión para subsidiarias que operan en entornos inflacionarios y no inflacionarios. Previo a la aplicación de esta norma, la conversión para subsidiarias extranjeras se hacía de acuerdo a la metodología para ambientes inflacionarios. La adopción de esta nueva norma es prospectiva y no generó un impacto relevante en la situación financiera consolidada de la Compañía (ver nota 3).

D) NIF D-3, “Beneficios a los Empleados”:

La Compañía adoptó la NIF D-3 en 2008, la cual deroga el reconocimiento del pasivo adicional generado por el diferencial entre las obligaciones por beneficios actuales y el pasivo neto proyectado. El 1 de enero de 2008, el saldo cancelado por concepto de pasivo adicional fue de Ps. 1,510, de los cuales, Ps. 948 corresponden al activo intangible y Ps. 354 a otras partidas acumuladas de la utilidad integral, neto de un impuesto diferido de Ps. 208.

Hasta el 2007, el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y beneficios al retiro se amortizaba en la vida laboral remanente de los empleados. A partir de 2008, la NIF D-3 establece un periodo de 5 años como máximo para amortizar el saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios al retiro así como el costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación, anteriormente definidos en el Boletín D-3 “Obligaciones Laborales” como pasivo en transición y obligaciones por servicios pasados por amortizar. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, se registró en resultados de operación Ps. 221, Ps. 146 y Ps. 97 correspondientes a la amortización del costo laboral por servicios pasados.

Hasta el 2007, las pérdidas y ganancias actuariales de los beneficios por terminación se amortizaban en la vida laboral promedio de los empleados. A partir de 2008, las ganancias y pérdidas actuariales por terminación deberán ser registradas en los resultados de operación del ejercicio que fueron generadas, el saldo pendiente por amortizar al 1 de enero de 2008 se registró en otros gastos y fue de Ps. 198.

NOTA 3. INCORPORACION DE SUBSIDIARIAS EN EL EXTRANJERO.

Los registros contables de las subsidiarias en el extranjero se preparan en la moneda funcional del país y de acuerdo a los principios contables aplicables a cada país. Para efectos de incorporar los estados financieros individuales de cada subsidiaria extranjera a los estados financieros consolidados de la Compañía, estos se convierten a NIF mexicanas; posteriormente se realiza lo siguiente según el entorno económico de la subsidiaria:

- En economías con entorno económico inflacionario, se reconocen los efectos inflacionarios correspondientes a ese país y posteriormente se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del periodo tanto para el estado de situación financiera como el estado de resultados; y
- En economías con entorno económico no inflacionario, los activos y pasivos se convierten a pesos mexicanos utilizando el tipo de cambio aplicable al cierre del ejercicio, el capital contable se convierte al tipo de cambio histórico y para la conversión del estado de resultados se utiliza el tipo de cambio promedio del mes correspondiente.

País	Moneda Local	Moneda Local a Pesos Mexicanos			
		Tipo de Cambio Promedio de 2008		Tipo de Cambio de Cierre al 31 de Diciembre de 2008	
México	Pesos mexicanos	Ps.	1.00	Ps.	1.00
Guatemala	Quetzal		1.47		1.74
Costa Rica	Colón		0.02		0.02
Panamá	Dólar americano		11.09		13.54
Colombia	Peso colombiano		0.01		0.01
Nicaragua	Córdoba		0.57		0.68
Argentina	Peso argentino		3.50		3.92
Venezuela ⁽¹⁾	Bolívar		5.20		6.30
Brasil	Reales		6.11		5.79

(1) Equivalente a 2.150 bolívares por dólar americano, aplicando tipo de cambio promedio o cierre de dólares a pesos mexicanos, según corresponda.

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

El gobierno de Venezuela implementó un régimen sobre control cambiario fijando éste en 2.150 bolívares por dólar americano, el cual se utiliza para convertir la información financiera de la operación correspondiente a este país.

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

NOTA 4. PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES.

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

La Compañía reconoce los efectos inflacionarios en la información financiera de sus subsidiarias que operan en entornos inflacionarios, a través del método integral, el cual consiste en (ver Nota 2 B):

- Actualizar los activos no monetarios, tales como inventarios, activos fijos, activos intangibles, incluyendo los costos y gastos relativos a los mismos, cuando dichos activos son consumidos o depreciados;
- Actualizar el capital social, prima en suscripción de acciones y las utilidades retenidas en el monto necesario para mantener el poder de compra en pesos equivalentes de la fecha en la cual el capital fue contribuido o las utilidades generadas, a la fecha de presentación de los Estados Financieros Consolidados mediante la aplicación de los correspondientes factores de inflación; y
- Incluir en el resultado integral de financiamiento el resultado por posición monetaria (ver Nota 4 Q).

La Compañía utiliza el índice de precios al consumidor correspondiente a cada país para reconocer los efectos de inflación.

B) Efectivo y Equivalentes de Efectivo:

El efectivo consiste en depósitos en cuentas bancarias que no causan intereses. Los equivalentes de efectivo se encuentran representados principalmente por depósitos bancarios e inversiones de renta fija a corto plazo a través de casas de bolsa registrados a su costo de adquisición más el interés devengado no cobrado, lo cual es similar a utilizar precios de mercado. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, el monto de los equivalentes de efectivo ascendió a Ps. 4,585 y Ps. 6,125, respectivamente.

C) Inventarios y Costo de Ventas:

Los inventarios se registran en base al Boletín C-4 “Inventarios” el cual propone metodologías como costos promedios, primeras entradas primeras salidas (PEPS) y detallista. Cada Compañía Subtenedora utiliza el método más apropiado para la valuación de sus inventarios. Los anticipos a proveedores para la compra de materias primas se incluyen en la cuenta de inventarios.

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

D) Otros Activos Circulantes:

Los otros activos circulantes están integrados por pagos de servicios que serán recibidos en los siguientes 12 meses y por el valor de mercado de los instrumentos financieros derivados con vencimiento en el corto plazo (ver Nota 4 R).

Los pagos anticipados consisten principalmente en publicidad, rentas, seguros y fianzas y gastos promocionales y se aplican a resultados cuando se reciben los servicios o beneficios.

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

Los gastos promocionales se aplican a resultados cuando se erogan, excepto aquellos relacionados con el lanzamiento de nuevos productos o presentaciones. Estos costos se registran como pagos anticipados y se amortizan en los resultados de acuerdo al tiempo en el que se estima que las ventas de estos productos o presentaciones alcanzarán su nivel normal de operación, el cual, generalmente, no es mayor a un año.

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la Compañía tiene efectivo restringido garantizando pasivos denominado en diversas monedas. Los saldos de efectivo restringido se presentan en otros activos circulantes debido a su naturaleza de corto plazo.

	2008		2007
Bolívares venezolanos	Ps. 337	Ps.	224
Pesos mexicanos	134		—
Reales brasileños	54		14
	Ps. 525	Ps.	238

E) Botellas y Cajas:

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

- En control de la Compañía, plantas y centros de distribución; y
- Entregadas a los clientes, propiedad de la Compañía.

La rotura de botellas y cajas retornables en plantas y centros de distribución, es registrada en resultados en el momento en que se incurre. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto por rotura ascendió a Ps. 718, Ps. 766 y Ps. 737, respectivamente. La Compañía estima que el gasto por rotura en plantas y en centros de distribución es similar al gasto por depreciación calculado con una vida útil estimada de: cinco años para la botella retornable de cerveza, cuatro años para la botella de vidrio retornable de refrescos y cajas de plástico, y de 18 meses para la botella de plástico retornable de refrescos.

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

Las botellas y cajas retornables de Coca-Cola FEMSA en el mercado por las cuales se recibe depósito de los clientes, se presentan netas de dichos depósitos, y la diferencia entre el costo y los depósitos recibidos, se amortiza de acuerdo con la vida útil de dichos activos.

F) Inversión en Acciones:

La inversión en acciones en compañías asociadas en las cuales la Compañía tiene influencia significativa, se registra a su costo de adquisición y posteriormente se valúa a través del método de participación. La inversión en acciones de compañías afiliadas, en las cuales no se tiene influencia significativa, se registra al costo de adquisición. La inversión en acciones de compañías afiliadas que tiene un valor de mercado observable se registra a este valor.

G) Propiedad, Planta y Equipo:

La propiedad, planta y equipo se registra originalmente a su costo de adquisición y/o construcción. El resultado integral de financiamiento generado por los pasivos para financiar proyectos de inversión de activos de largo plazo es capitalizado, formando parte del costo total de adquisición. El mantenimiento de rutina y los costos de reparación se registran en resultados en el momento en que se incurren.

Las inversiones en proceso están representadas por propiedad, planta y equipo que no han iniciado su operación, es decir, aún no empiezan a ser utilizados para el fin que fueron comprados o construidos.

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

En 2006, la Compañía implementó un programa de revisión de la vida útil de su equipo de refrigeración. A partir de 2006 y durante 2007, las subsidiarias en México, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica y Guatemala modificaron su estimación contable de vida útil para el equipo de refrigeración de cinco a siete años prospectivamente, considerando principalmente el plan de mantenimiento y sustitución en el mercado de refrigeradores. Este cambio representó una disminución del gasto por depreciación de Ps. 115 y Ps. 132 por los años terminados al 31 de diciembre de 2007 y 2006, respectivamente. La vida útil estimada de los equipos de refrigeración de Venezuela, Panamá y Nicaragua se mantiene en cinco años.

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

	Años
Edificios y construcciones	40–50
Maquinaria y equipo	12–20
Equipo de distribución	10–12
Equipo de refrigeración	5–7
Equipo de cómputo	3–5

H) Otros Activos:

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

- Acuerdos con clientes para obtener el derecho de vender y promover los productos de la Compañía durante cierto tiempo, los cuales se consideran como activos monetarios y son amortizados a través de dos métodos, de acuerdo con los términos de dichos acuerdos:
 - Método de volumen de ventas: la amortización se registra en base en la proporción del volumen vendido por el cliente sobre el volumen de ventas objetivo (aproximadamente el 97% de los acuerdos de FEMSA Cerveza se amortizan bajo este método); y
 - Método de línea recta: la amortización se registra durante la vida del contrato (el restante 3% de los acuerdos con clientes de FEMSA Cerveza y el 100% de los acuerdos de Coca-Cola FEMSA se amortizan bajo este método).

Adicionalmente, para los acuerdos amortizados por medio del método de volumen de ventas, periódicamente se compara la amortización bajo este método y la amortización que hubiera resultado del cálculo del método de línea recta, y se registra una provisión en el caso de que el resultado del cálculo por medio del método de volumen de ventas sea menor al resultado del cálculo del método de línea recta. La amortización se registra disminuyendo el rubro de ventas netas, la cual para los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, fue de Ps. 1,477, Ps. 1,360 y Ps. 1,439, respectivamente.

- Mejoras en propiedades arrendadas, se amortizan en línea recta de acuerdo a la vida útil estimada del activo arrendado o al periodo establecido en el contrato, el que sea menor. La amortización por mejoras en propiedades arrendadas reconocida al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 fue de Ps. 668, Ps. 581 y de Ps. 512, respectivamente.

I) Activos Intangibles:

Estos activos representan erogaciones cuyos beneficios serán recibidos en el futuro. Estos activos se clasifican en activos intangibles con vida definida y activos intangibles con vida indefinida, de acuerdo con el periodo en el cual se espera recibir los beneficios.

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

- Gastos preoperativos que corresponden a los gastos incurridos antes de que se inicien operaciones en las tiendas OXXO por concepto de rentas pagadas, permisos y licencias. Estos gastos se amortizan en línea recta de acuerdo con el plazo del contrato de arrendamiento.

- Costos de implementación de tecnología de información y sistemas de administración erogados en la fase de desarrollo, los cuales se amortizan en línea recta en un periodo de cuatro años. Las erogaciones que no cumplen con los requisitos para su capitalización, así como los costos de investigación, se registran en resultados en el momento en que se incurren.
- Costos por sistemas en desarrollo, que crean valor adicional y que en el futuro se espera generen ingresos o ahorro en costos, los cuales se amortizan en línea recta de acuerdo al plazo en el que se estima los beneficios compensarán el monto de la inversión.

Los activos intangibles con vida indefinida no están sujetos a amortización y son objeto de una evaluación anual para determinar si existe deterioro en el valor de los activos. Estos activos son registrados en la moneda funcional de la subsidiaria en la cual la inversión fue hecha y posteriormente se convierten a pesos aplicando el tipo de cambio al cierre de cada periodo. En los países con entorno económico inflacionario, los activos intangibles de vida indefinida se actualizan aplicando los factores de inflación del país de origen y se convierten al tipo de cambio de cierre del periodo. La Compañía cuenta principalmente con los siguientes activos intangibles de vida indefinida:

- Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola en territorios adquiridos. Estos derechos están representados por contratos estandarizados que The Coca-Cola Company tiene celebrados con embotelladores fuera de los Estados Unidos de América para la venta del concentrado de ciertas marcas de The Coca-Cola Company. Los contratos de Coca-Cola FEMSA como embotellador en México expiran en 2013 para dos territorios y en 2015 para otro territorio, renovables en cada caso por 10 años. Los contratos como embotellador en Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Panamá (otras bebidas) y Colombia vencen el 31 de marzo de 2009 de acuerdo con cartas de extensión temporal. Estos contratos como embotellador son renovables según lo acordado entre las partes. El contrato como embotellador de las bebidas de la marca Coca-Cola en Panamá tiene una vigencia indefinida pero puede ser terminado con una notificación escrita por cualquiera de las partes con seis meses de anticipación. El contrato como embotellador de bebidas de la marca Coca-Cola en Venezuela vence el 31 de marzo de 2009, de acuerdo con un contrato sujeto a la realización de una carta de extensión formal. El contrato como embotellador en Argentina vence en 2014, renovable por 10 años. El contrato como embotellador en Brasil venció en diciembre de 2004. Por los contratos vencidos y los contratos que expiren este año, Coca-Cola FEMSA está actualmente en proceso de negociación de las renovaciones correspondientes con condiciones y vigencias similares al resto de los países. Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company continuarán con las operaciones bajo los términos de los contratos existentes;
- Marcas y derechos de distribución registrados con la adquisición del 30% de FEMSA Cerveza y pagos hechos por FEMSA Cerveza para la adquisición de franquicias previamente otorgadas; y
- Marcas registradas en la adquisición de Kaiser.

El crédito mercantil representa el excedente entre el valor pagado sobre el valor razonable de las acciones y/o activos netos adquiridos, que no haya sido identificado directamente con un activo intangible. El crédito mercantil se registra en la moneda funcional de la subsidiaria adquirida y se convierte al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. En los países con entorno económico inflacionario, el crédito mercantil se actualiza utilizando factores de inflación del país y se convierte a pesos con el tipo de cambio de cierre de cada periodo. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía cuenta con el crédito mercantil generado en la adquisición de Kaiser.

J) Deterioro de Activos de Larga Duración:

La Compañía revisa el valor en libros de los activos de larga duración para determinar si existe un deterioro en el valor contable, comparando su valor razonable determinado a través de metodologías reconocidas. De ser así la Compañía registra el valor razonable del activo de larga duración en cuestión.

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

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

K) Pagos de The Coca-Cola Company:

The Coca-Cola Company participa en los programas de publicidad y promociones, así como en el de inversión en refrigeradores de Coca-Cola FEMSA. Los recursos recibidos para publicidad y promociones se registran como una reducción de los gastos de venta. Los recursos recibidos para el programa de inversión en equipo de refrigeración, se registran reduciendo la inversión en equipo de refrigeración. Las contribuciones recibidas durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 ascendieron a Ps. 1,995, Ps. 1,582 y Ps. 1,261, respectivamente.

L) Obligaciones de Carácter Laboral:

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

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

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

Hasta 2007 el gasto financiero del pasivo laboral era registrado como parte de la utilidad de operación. A partir de 2008 la NIF D-3 permite el registro de este gasto financiero como parte del Resultado Integral de Financiamiento. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto financiero del pasivo laboral, presentado en el RIF asciende a Ps. 257, Ps. 167 y Ps. 170, respectivamente.

M) Reconocimiento de los Ingresos:

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

- Las ventas nacionales, al momento en que los productos se entregan al cliente y éste toma posesión de los productos (LAB destino). Las ventas nacionales se definen como el efectivo generado por la Compañía por las ventas realizadas en el país donde las subsidiarias operan. Al 31 de diciembre de 2008 las ventas nacionales representaron 96%; al 31 de diciembre de 2007 y 2006, las ventas nacionales representaron 97% de las ventas totales consolidadas;
- Las ventas de exportación, al momento que los productos salen de la fábrica a los clientes (LAB punto embarque) y la transferencia de la propiedad y su riesgo de pérdida; y
- En las ventas al detalle, los ingresos se reconocen cuando se entrega el producto al cliente y este toma posesión de los productos.

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

N) Gastos de Operación:

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

Los gastos de venta incluyen:

- Distribución: salarios y prestaciones, gastos de flete de plantas a distribuidores propios y terceros, almacenaje de productos terminados, rotura de botellas en el proceso de distribución, depreciación y mantenimiento de camiones, instalaciones y equipos de distribución. Durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto de distribución ascendió a Ps. 12,135, Ps. 10,601 y Ps. 9,921, respectivamente;
- Ventas: salarios y prestaciones así como comisiones pagadas al personal de ventas; y
- Mercadotecnia: salarios y prestaciones, promociones y gastos de publicidad.

O) Otros Gastos:

Los principales conceptos que se incluyen en otros gastos son la PTU, utilidad o pérdida en venta de activo fijo, deterioro en el valor de los activos de largo plazo, reserva por contingencias, indemnizaciones por reestructura, método de participación de asociadas, así como los gastos que se deriven de actividades que no están relacionadas a la principal fuente de ingresos de la Compañía y que no forman parte del resultado integral de financiamiento.

La PTU es aplicable para México y Venezuela. En México, se determina aplicando la tasa del 10% a la utilidad fiscal de cada una de las subsidiarias en lo individual, excepto por considerar la depreciación histórica en lugar de la depreciación actualizada, la fluctuación cambiaria exigible en lugar de la devengada y no considera algunos efectos de la inflación. En Venezuela, la PTU se determina aplicando el 15% a la utilidad después de impuestos, y no debe ser mayor a 4 meses de salario.

De acuerdo al método de activos y pasivos, la Compañía no espera que se materialicen partidas importantes derivadas del cálculo de la PTU diferida en México y Venezuela, por lo tanto no ha registrado provisión alguna de este concepto.

Los pagos por indemnizaciones producto de la reestructuración y asociados con beneficios preestablecidos se registran en otros gastos, en el momento en que se toma la decisión de despedir al personal bajo un programa formal o por causas específicas (ver Nota 18).

P) Impuestos a la Utilidad:

Los impuestos a la utilidad se registran en resultados conforme se incurren, incluyendo su efecto por impuestos diferidos. Con el propósito de reconocer los efectos de los impuestos diferidos en los estados financieros, la Compañía realiza proyecciones prospectivas y retrospectivas a mediano plazo con el fin de determinar la base fiscal con la cual se estará gravando en el futuro, cuando existe más de una base fiscal dentro de la misma jurisdicción. El impuesto diferido resulta de las diferencias temporales entre las bases contables y fiscales de los activos y pasivos incluyendo el beneficio de las pérdidas fiscales. El impuesto diferido por recuperar está neto de la reserva derivado de la incertidumbre en la realización de ciertos beneficios.

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

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

FEMSA tiene la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en México para preparar sus declaraciones de Impuesto Sobre la Renta ("ISR") y hasta 2007 del Impuesto al Activo ("IMPAC") sobre una base consolidada, la cual incluye el impuesto proporcional de las utilidades o pérdidas fiscales de sus subsidiarias mexicanas. Las provisiones de impuestos de las subsidiarias en el extranjero se determinan con base en la utilidad gravable de cada compañía en lo individual.

Q) Resultado Integral de Financiamiento:

El Resultado Integral de Financiamiento ("RIF") está integrado por los siguientes conceptos:

- Intereses: Los gastos y productos financieros son registrados cuando se devengan, excepto por el gasto financiero capitalizado de los pasivos adquiridos para financiar activos de largo plazo;
- Fluctuación Cambiaria: Las transacciones en monedas extranjeras se registran convertidas en moneda del país de origen al tipo de cambio vigente a la fecha en que se efectúan. Posteriormente, los activos y pasivos monetarios denominados en monedas extranjeras se expresan al tipo de cambio aplicable al cierre de cada periodo. La variación entre los tipos de cambio aplicados se registra como fluctuación cambiaria en el estado de resultados, excepto por la fluctuación cambiaria capitalizada de los financiamientos contratados para proyectos de inversión de activos de largo plazo y la fluctuación cambiaria de los saldos de financiamiento intercompañías que se consideran inversiones de largo plazo (ver Nota 3);
- Resultado en Valuación de la Porción Inefectiva de Instrumentos Financieros Derivados: Representa las variaciones netas en el valor razonable de la porción inefectiva de los instrumentos financieros derivados, así como el efecto neto en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos; y
- Resultado por Posición Monetaria: El resultado por posición monetaria es producto del efecto de los cambios en el nivel general de precios sobre las partidas monetarias de las subsidiarias que operan en entornos económicos inflacionarios, y se determina aplicando factores de inflación del país de origen a la posición monetaria neta al inicio de cada mes, excluyendo el financiamiento intercompañías en moneda extranjera considerado como inversión de largo plazo por su naturaleza (ver Nota 3) y el resultado por posición monetaria capitalizado correspondiente a los pasivos para financiar activos de largo plazo.

R) Instrumentos Financieros Derivados:

La Compañía valúa y registra todos los instrumentos financieros derivados y de cobertura, incluyendo ciertos instrumentos financieros derivados implícitos en otros contratos, en el balance como otros activos u otros pasivos según su vencimiento a valor razonable, considerando los precios cotizados en mercados reconocidos. En el caso de que el instrumento financiero derivado no tenga un mercado formal, el valor razonable se determina a través de modelos soportados con suficiente información confiable y válida, reconocida por el sector financiero. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados son registrados en resultados del ejercicio u otras partidas acumuladas de la utilidad integral, dependiendo del tipo de instrumento de cobertura y de la efectividad de la cobertura.

Al 31 de diciembre de 2008 y 2007 el saldo de instrumentos financieros derivados fue Ps. 1,591 y Ps. 266 en otros activos circulantes (ver Nota 8), y de Ps. 212 y Ps. 42 en otros activos (ver Nota 12). Los pasivos registrados al 31 de diciembre de 2008 y 2007 correspondientes a instrumentos financieros derivados son Ps. 3,089 y Ps. 317, en otros pasivos circulantes, y Ps. 1,377 y Ps. 304 en otros pasivos, respectivamente.

La Compañía documenta sus relaciones de cobertura de flujo de efectivo al inicio, cuando la transacción cumple con los requisitos contables establecidos. En coberturas de flujo de efectivo, la porción efectiva de valuación se reconoce temporalmente en otras partidas acumuladas de la utilidad integral en el capital contable, y posteriormente se reclasifica a resultados lo ejercido de la cobertura. Cuando los instrumentos financieros derivados no cumplen con todos los requerimientos contables para considerarse de cobertura, el cambio en el valor razonable se reconoce inmediatamente en resultados. En coberturas de valor razonable, la ganancia o pérdida que resulte de la valuación del instrumento financiero derivado, se reconoce en resultados en el período en que se incurra, en la cuenta de la valuación inefectiva de instrumentos financieros derivados.

La Compañía analiza todos sus contratos para identificar derivados implícitos que debieran estar segregados del contrato principal para propósitos de valuación y registro. Cuando un instrumento financiero derivado implícito se identifica y al contrato principal no se le ha determinado su valor razonable, el derivado implícito es separado del anterior y se determina su valor razonable y se clasifica como de cobertura o no cobertura. Los cambios en el valor razonable de los instrumentos financieros derivados implícitos se reconocen en el resultado del periodo.

S) Otras Partidas Acumuladas de la Utilidad Integral:

Los saldos acumulados de otras partidas de la utilidad integral mayoritaria, netas de su impuesto diferido, se presentan a continuación:

	2008	2007
Resultado acumulado por tenencia de activos no monetarios (ver Nota 2 B)	Ps. —	Ps. (6,070)
Instrumentos financieros derivados	(1,889)	(240)
Resultado acumulado por conversión	(826)	(1,337)
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar (ver Nota 2 D)	—	(354)
	Ps. (2,715)	Ps. (8,001)

Los efectos por conversión de 2008 y 2007 son ganancias de Ps. 511 y Ps. 359, respectivamente, netos de impuestos diferidos, los cuales se registraron como pasivos y ascendieron a Ps. 1,709 y Ps. 85, respectivamente (ver Nota 23 D).

T) Provisiones:

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

U) Aportaciones al Capital de Subsidiarias:

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

NOTA 5. ADQUISICIONES.

Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza han adquirido ciertas compañías que fueron registradas utilizando el método de compra. Los resultados de las operaciones adquiridas han sido incluidos en los estados financieros consolidados a partir de la adquisición, por lo tanto algunos de los estados consolidados de resultados y de situación financiera no son comparables con respecto a los de años anteriores. El estado consolidado de cambios en la situación financiera al 31 de diciembre de 2007 y 2006 presenta la incorporación de las operaciones adquiridas a ese año por Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza en un solo renglón dentro de actividades de inversión. En el flujo de efectivo consolidado al 31 de diciembre de 2008, se presentan las adquisiciones netas del efectivo asumido.

A) FEMSA:

El 3 de noviembre de 2006, FEMSA adquirió indirectamente de The Coca-Cola Company 148,000,000 de acciones serie "D", que representan el 8.02% del capital social de Coca-Cola FEMSA, por un monto total en efectivo de Ps. 4,801. Con esta adquisición la participación accionaria de FEMSA en Coca-Cola FEMSA pasó del 45.7% al 53.7% y la participación con derecho a voto pasó del 53.6% al 63.0%. De acuerdo a NIF mexicanas, esta transacción se realizó entre accionistas mayoritarios y minoritarios por lo que no se modificaron los activos netos de la Compañía y el pago en exceso del valor contable de las acciones adquiridas se registró en el capital contable como una reducción de prima en suscripción de acciones por Ps. 1,609.

B) Coca-Cola FEMSA:

- i) El 17 de julio de 2008 se acordó la adquisición de Agua De Los Ángeles la cual opera el segmento de garrafón en Valle de México, por un total de Ps. 206 neto del efectivo recibido. En base al balance de adquisición, Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles de vida indefinida de Ps. 18 que consisten en derechos de distribución y activos intangibles de vida indefinida por Ps. 15, que consisten en derechos de no competencia amortizables en un periodo de 5 años.
- ii) El 31 de mayo de 2008 Coca-Cola FEMSA completó en Brasil, la adquisición de la franquicia de Minas Gerais Ltda., "REMIL" en conjunto con The Coca-Cola Company por un total de Ps. 3,633, neto del efectivo recibido, asumiendo pasivos por Ps. 1,966. Coca-Cola FEMSA identificó activos intangibles de vida indefinida de Ps. 2,242 que consisten en derechos de distribución en base a cifras preliminares del balance de adquisición.

A continuación se presenta el balance condensado de REMIL con cifras preliminares a la fecha de adquisición:

Total activo circulante	Ps. 881
Total activo de largo plazo	1,902
Total pasivo circulante	1,152
Total pasivo a largo plazo	814
Total pasivo	1,966
Total capital contable	817
Total pasivo y capital contable	Ps. 2,783

Al 31 de diciembre de 2008, Coca-Cola FEMSA reconoció en sus resultados una pérdida de Ps. 45 correspondiente a los resultados de REMIL posteriores a la fecha de adquisición.

- iii) El 21 de enero de 2008, se modificó el acuerdo de escisión de la compañía colombiana Industria Nacional de Gaseosas, S.A. (INDEGA, S.A.) quedando integrada por los socios mayoritarios. En base a este acuerdo de escisión, se creó la compañía colombiana Palo Bajo, S.A. con recursos determinados por el número de acciones en posesión del minoritario. El monto pagado fue de Ps. 216.
- iv) El 8 de noviembre de 2007, Administración S.A.P.I. de C.V. ("Administración SAPI"), una operación conjunta cuyo 50% pertenece a Coca-Cola FEMSA y el resto a The Coca-Cola Company, adquirió 58,350,908 acciones las cuales representan el 100% del capital social de Jugos del Valle, S.A.B. de C.V. ("Jugos del Valle") por Ps. 4,020 pagados en efectivo, y asumiendo pasivos por Ps. 934. Al 31 de diciembre de 2007, Coca-Cola FEMSA registró Ps. 684 de acciones disponibles para su venta.

Posterior a la adquisición de Jugos del Valle por Administración SAPI, Coca-Cola FEMSA ofreció a la venta el 30% de Administración SAPI a otros embotelladores Coca-Cola de México. Durante 2008, Coca-Cola FEMSA registró una inversión en acciones equivalente al 20% del capital social de Administración SAPI; esto representa la inversión de Coca-Cola FEMSA después de la venta del 30% de participación en Administración SAPI al resto de los embotelladores; y se llevó a cabo la fusión entre Administración SAPI y Jugos del Valle, subsistiendo esta última. Al 31 de diciembre de 2008 se ha completado la transacción y Coca-Cola FEMSA no cuenta con acciones disponibles para su venta las cuales fueron pagadas por los embotelladores.

C) FEMSA Cerveza:

- i) En junio de 2006, FEMSA Cerveza adquirió la operación de distribuidores terceros por Ps. 900. Con cifras del balance de adquisición se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 834. No se reconoció crédito mercantil como resultado de esta adquisición.

Durante 2008, FEMSA Cerveza adquirió otras operaciones de distribuidores terceros por Ps. 54. Con cifras preliminares del balance de adquisición se reconocieron derechos de distribución de cerveza como activos intangibles de vida indefinida de Ps. 45. Al 31 de diciembre de 2008, no se ha identificado crédito mercantil como resultado de esta adquisición.
- ii) El 13 de enero de 2006, FEMSA Cerveza adquirió indirectamente el control de las acciones en Kaiser de Molson Coors Brewing Co. ("Molson Coors") equivalente al 68% del capital por el cual pagó en efectivo Ps. 770. FEMSA Cerveza asumió la deuda financiera de Kaiser por Ps. 679 aproximadamente y recibió ciertas garantías de Molson Coors, las cuales fueron provisionadas para el pago de pasivos contingentes y juicios potenciales. Posteriormente a la fecha de adquisición, Kaiser pagó Ps. 187 por contingencias sujetas a la indemnización de Molson Coors y FEMSA Cerveza registró la correspondiente cuenta por cobrar. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, la cuenta por cobrar de FEMSA Cerveza con Molson Coors fue de Ps. 255 y Ps. 228, respectivamente. Los saldos anteriormente mencionados incluyen la aplicación de factores de inflación de Brasil (ver Nota 6).

Posteriormente, el 18 de diciembre de 2006, FEMSA Cerveza, adquirió indirectamente la participación restante de Molson Coors en Kaiser y pagó Ps. 175 en efectivo que representa el 14.95% del capital de Kaiser. Esta adquisición fue registrada como una transacción de capital debido a que fue una operación entre accionistas de Kaiser.

El 22 de diciembre de 2006, FEMSA realizó una contribución de capital de Ps. 2,237 a Kaiser. Heineken NV, el otro accionista de Kaiser, no participó en esta contribución de capital por lo que su tenencia en Kaiser se diluyó de 17.05% a 0.17%.

Adicionalmente, el 31 de agosto de 2007, FEMSA Cerveza vendió 5,308,799,804 acciones comunes de Kaiser a Heineken NV, representando el 16.88% de las acciones totales por un monto de Ps. 399. FEMSA Cerveza reconoció una ganancia en la venta por Ps. 55, la cual de acuerdo a NIF mexicanas fue registrada en el capital contable como una transacción ocurrida entre los actuales accionistas de Kaiser.

Como resultado de la adquisición, FEMSA Cerveza identificó activos intangibles de vida indefinida que consisten en derechos de marcas por Ps. 758 y en base al balance de adquisición un crédito mercantil por Ps. 4,044.

Al 31 de diciembre de 2008, la participación de FEMSA Cerveza en el capital social de Kaiser representa el 82.95%.

NOTA 6. CUENTAS POR COBRAR.

	2008	2007
Clientes	Ps. 8,162	Ps. 6,841
Reserva para cuentas incobrables	(805)	(657)
The Coca-Cola Company	959	719
Documentos por cobrar	647	546
Jugos del Valle ⁽¹⁾	368	589
Molson Coors (ver Nota 5 C)	255	228
Reclamaciones de seguros	97	216
Préstamos a empleados	86	63
Anticipos de viajes para empleados	65	57
Depósitos en garantía	60	45
Otros	865	682
	Ps. 10,759	Ps. 9,329

(1) Incluye fondos para capital en trabajo de Jugos del Valle.

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

	2008	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 657	Ps. 586	Ps. 519
Provisión del año	387	195	220
Cancelación de cuentas incobrables	(237)	(98)	(131)
Actualización de saldos iniciales	(2)	(26)	(22)
Saldo final	Ps. 805	Ps. 657	Ps. 586

NOTA 7. INVENTARIOS.

	2008	2007
Materias primas	Ps. 6,183	Ps. 4,305
Productos terminados	5,506	4,585
Refacciones operativas	786	720
Producción en proceso	395	309
Anticipos a proveedores	300	234
Artículos promocionales	17	4
Estimación de inventarios obsoletos	(122)	(120)
	Ps. 13,065	Ps. 10,037

NOTA 8. OTROS ACTIVOS CIRCULANTES.

	2008	2007
Instrumentos financieros derivados	Ps. 1,591	Ps. 266
Efectivo restringido	525	238
Publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos	309	385
Rentas	196	155
Acuerdos con clientes	136	52
Anticipos a proveedores de servicios	73	64
Seguros y fianzas	42	26
Permisos de corto plazo	23	28
Otros	237	66
	Ps. 3,132	Ps. 1,280

El monto total de publicidad y gastos promocionales por lanzamiento de nuevos productos cargado a los estados consolidados de resultados en los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, fue de Ps. 5,951, Ps. 5,455 y Ps. 5,123, respectivamente.

NOTA 9. INVERSION EN ACCIONES.

Compañía	% Tenencia	2008	2007
FEMSA Cerveza:			
Fideicomiso Río Blanco (planta tratadora de agua) ⁽¹⁾	19.14%	Ps. 69	Ps. 72
Compañías asociadas de Kaiser ⁽²⁾	Varios	19	20
Compañías asociadas de FEMSA Cerveza ⁽¹⁾	Varios	14	220
Otros ⁽²⁾	Varios	13	13
Coca-Cola FEMSA:			
Jugos del Valle, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	20.00%	1,101	978
Holdfab Participações, LTDA ⁽¹⁾	11.05%	181	113
Sucos del Valle Do Brasil LTD ⁽¹⁾⁽³⁾	25.46%	178	—
Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V. ("IEQSA") ⁽¹⁾	23.11%	112	115
Industria Mexicana de Reciclaje, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	35.00%	79	76
Beta San Miguel, S.A. de C.V. ("Beta San Miguel") ⁽²⁾	2.54%	69	69
KSP Participações, S.A. ⁽¹⁾	38.74%	62	69
Compañía de Servicios de Bebidas Refrescantes S.A. de C.V. ("Salesko") ⁽¹⁾	26.00%	7	51
Otras	Varios	8	5
Otras inversiones	Varios	53	62
		Ps. 1,965	Ps. 1,863

Método de valuación:

(1) Método de participación.

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

(3) Inversión en acciones de Jugos del Valle en Brasil.

NOTA 10. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.

	2008	2007
Terrenos	Ps. 8,098	Ps. 7,132
Edificio, maquinaria y equipo	90,800	83,545
Depreciación acumulada	(46,203)	(42,330)
Equipo de refrigeración	10,512	9,343
Depreciación acumulada	(7,146)	(6,847)
Inversiones en proceso	4,335	3,110
Activos de larga duración a valor neto de realización	730	655
Otros activos de largo plazo	299	99
	Ps. 61,425	Ps. 54,707

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

	2008	2007
Coca-Cola FEMSA	Ps. 394	Ps. 94
FEMSA Cerveza	291	311
FEMSA y otros	45	250
	Ps. 730	Ps. 655
Edificios	Ps. 359	Ps. 290
Terrenos	237	365
Equipo	134	—
	Ps. 730	Ps. 655

Como resultado de las ventas de ciertos activos de larga duración, la Compañía reconoció ganancias de Ps. 9, Ps. 127 y de Ps. 22 por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

NOTA 11. ACTIVOS INTANGIBLES.

	2008	2007
Activos intangibles no amortizables:		
Coca-Cola FEMSA:		
Derechos para producir y distribuir productos de la marca Coca-Cola	Ps. 46,892	Ps. 42,225
FEMSA Cerveza:		
Marcas y derechos de distribución	11,130	11,299
Crédito mercantil	3,821	4,044
Marcas Kaiser	716	758
Otros	289	285
Otros activos intangibles no amortizables	499	499
Activos intangibles amortizables:		
Costos por sistemas en desarrollo	578	—
Costo por implementación de sistemas	517	589
Gastos preoperativos	496	398
Otros	361	137
	Ps. 65,299	Ps. 60,234

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

	Inversión		Amortización		Amortización	
	Acumulado al Inicio del Año	Adiciones	Acumulado al Inicio del Año	Por el Año	Total	Anual Estimada
2008						
Costos por sistemas en desarrollo	Ps. —	Ps. 578	Ps. —	Ps. —	Ps. 578	Ps. —
Costo por implementación de sistemas	2,093	156	(1,504)	(228)	517	209
Gastos preoperativos	553	134	(155)	(36)	496	41
2007						
Costo por implementación de sistemas	Ps. 1,892	Ps. 201	Ps. (1,159)	Ps. (345)	Ps. 589	
Gastos preoperativos	364	189	(107))	(48)	398	

NOTA 12. OTROS ACTIVOS.

	2008	2007
Mejoras en propiedades arrendadas, neto	Ps. 4,930	Ps. 4,352
Acuerdos con clientes	4,273	3,786
Permisos de largo plazo	561	411
Cuentas por cobrar a largo plazo	379	383
Publicidad y gastos promocionales de largo plazo	293	212
Instrumentos financieros derivados	212	42
Créditos fiscales	185	—
Depósitos en garantía	163	70
Pasivo adicional de obligaciones laborales (ver Notas 15 y 2 D)	—	948
Otros	1,358	913
	Ps. 12,354	Ps. 11,117

NOTA 13. SALDOS Y OPERACIONES CON PARTES RELACIONADAS Y COMPAÑÍAS ASOCIADAS.

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

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

Saldos	2008	2007
Cuenta por cobrar con The Coca-Cola Company (ver Nota 4 K) ⁽¹⁾	Ps. 959	Ps. 719
Saldo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V.	607	250
Cuenta por cobrar con Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	129	143
Otras cuentas por cobrar ⁽¹⁾	433	891
Adeudo con BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽²⁾	3,046	1,712
Adeudo con The Coca-Cola Company ⁽³⁾	2,659	3,401
Adeudo con British American Tobacco México ⁽³⁾	128	191
Otros adeudos ⁽³⁾	278	327

(1) Forma parte del total de cuentas por cobrar.

(2) Forma parte del total de pasivos bancarios.

(3) Forma parte del total de cuentas por pagar.

Operaciones	2008	2007	2006
Ingresos:			
Ventas de lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	Ps. 1,081	Ps. 1,121	Ps. 1,105
Venta de servicios de logística a Grupo Industrial Saltillo, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	252	242	288
Venta de acciones de Grupo Inmobiliario San Agustín, S.A. de C.V. al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	66	37	—
Otras ventas con partes relacionadas	408	902	919
Egresos:			
Compras de concentrado a The Coca-Cola Company	13,518	12,239	10,322
Compras de comida preparada y botanas a Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾	1,578	1,324	1,034
Compras de cigarros a British American Tobacco México ⁽¹⁾	1,439	1,064	775
Gastos por publicidad pagados a The Coca-Cola Company	931	940	933
Compras de jugos a Jugos del Valle, S.A. de C.V.	863	—	—
Intereses pagados a BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	780	305	257
Compras de azúcar a Beta San Miguel	687	845	536
Compras de azúcar, lata y tapa ecológica a Promotora Mexicana de Embotelladores, S.A. de C.V.	525	723	865
Compras de productos enlatados a IEQSA y CICAN ⁽²⁾	333	518	816
Publicidad pagada a Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾	253	178	165
Intereses pagados a Grupo Financiero Banamex, S.A. de C.V. ⁽¹⁾	113	164	201
Intereses pagados a Deutsche Bank México ⁽¹⁾	85	—	—
Primas de seguros con Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ⁽¹⁾	83	31	41
Donativos al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, A.C. ⁽¹⁾	79	108	92
Compras de botellas de plástico a Embotelladora del Atlántico, S.A. (anteriormente Complejo Industrial Pet, S.A.)	42	37	34
Donativos a Difusión y Fomento Cultural, A.C. ⁽¹⁾	29	32	19
Intereses pagados a The Coca-Cola Company	27	29	65
Otros gastos con partes relacionadas	43	3	—

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

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

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

	2008	2007	2006
Beneficios directos a corto y largo plazo	Ps. 1,348	Ps. 1,290	Ps. 1,098
Beneficios por terminación	11	17	13
Beneficios postretiro (costo laboral)	32	29	31

NOTA 14. SALDOS Y OPERACIONES EN MONEDAS EXTRANJERAS.

De acuerdo a la NIF B-15, los activos, pasivos y operaciones en monedas extranjeras son aquellos que fueron realizados en monedas diferentes de la moneda de registro, funcional o de reporte de cada unidad reportada. Al 31 de diciembre de 2008, los activos, pasivos y transacciones denominados en moneda extranjera expresados en pesos mexicanos son:

	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Activos			
Corto plazo	Ps. 4,372	Ps. 112	Ps. 4,484
Largo plazo	315	—	315
Pasivos			
Corto plazo	8,110	—	8,110
Largo plazo	6,194	120	6,314

Operaciones	Dólares Americanos	Otras Monedas	Total
Ingresos	Ps. 5,270	Ps. 933	Ps. 6,203
Egresos:			
Compra de materia prima	12,746	184	12,930
Intereses	2,363	—	2,363
Adquisición de activos	1,176	715	1,891
Gastos de exportación	744	—	744
Otros	1,726	85	1,811
	Ps. 18,755	Ps. 984	Ps. 19,739

Al 25 de febrero de 2009, fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, el tipo de cambio publicado por el Banco de México fue de Ps. 14.8528 por dólar americano. La posición financiera de la Compañía en moneda extranjera es similar a la del 31 de diciembre de 2008.

NOTA 15. OBLIGACIONES LABORALES.

El 1 de enero de 2008, entró en vigor la NIF D-3 "Beneficios a los empleados" la cual considera los siguientes cambios:

- i)** Incorpora la PTU causada y diferida como parte de su normatividad, aclarando que la PTU diferida deberá determinarse con la metodología de la NIF D-4; y
- ii)** Se incluye el concepto de carrera salarial y modifica el periodo de amortización del costo laboral de servicios pasados como sigue:
 - Se amortizan en 5 años o menos si la vida laboral remanente es menor:
 - El saldo inicial del costo laboral de servicios pasados de beneficios por terminación y de beneficios al retiro;
 - El saldo inicial de servicios anteriores y modificaciones al plan de beneficios por terminación;
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios por terminación, como parte de otros gastos; y
 - El saldo inicial de las ganancias y pérdidas actuariales de beneficios al retiro, se amortiza en 5 años (neto del costo laboral de servicios pasados), con la opción de amortizarlo todo contra los resultados de 2008.

Estos cambios tendrán un efecto en el valor del pasivo (anteriormente pasivo adicional), así como en los resultados consolidados por la reducción a 5 años en el periodo de amortización de algunas partidas de los pasivos.

En diciembre de 2007, FEMSA Cerveza aprobó un programa de jubilación anticipada de personal el cual consiste en: (i) otorgar una jubilación anticipada a todo el personal que al 15 de enero de 2008 tenga una edad mayor a 55 años y una antigüedad superior a los 20 años, e (ii) indemnizar a un grupo de empleados que no cumple con algunos criterios específicos impuestos por la Compañía; lo anterior con el objetivo de dar una mayor movilidad a la organización y crear una estructura organizacional más eficiente. El impacto financiero total de este programa fue de Ps. 236, de los cuales Ps. 125 se registraron en los resultados consolidados de 2007 y Ps. 111 en el resultado consolidado al 31 de diciembre de 2008. Ambos registros se hicieron en otros gastos (ver Nota 18).

En diciembre de 2006, la Compañía aprobó una modificación de su plan de pensiones y jubilaciones haciéndolo efectivo en 2007. Hasta diciembre de 2006, el plan de pensiones consistía en una pensión mensual vitalicia complementaria a la pensión otorgada por el Instituto Mexicano del Seguro Social ("IMSS"). El nuevo esquema establece un pago total único adicional a los beneficios recibidos del IMSS, el cual complementa los ingresos del beneficiario.

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

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

A) Supuestos:

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

	Tasas Nominales ⁽¹⁾	Tasas Reales ⁽²⁾
Tasa de descuento anual	8.2%	4.5%
Incremento de sueldos	5.1%	1.5%
Tasa de rendimiento de la inversión	11.3%	4.5%

Fecha de la medición: Diciembre 2008

(1) Tasas aplicables a economías no inflacionarias.

(2) Tasas aplicables a economías inflacionarias.

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

La tasa de crecimiento utilizada para los gastos por servicios médicos es de 5.1% anual en términos nominales, consistente con el crecimiento en los gastos por servicios de salud promedio histórico de los últimos 30 años. Dicha tasa se espera que continúe constante a través del futuro previsible.

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

	Plan de Pensiones y Jubilaciones	Prima de Antigüedad	Servicios Médicos Posteriores al Retiro	Indemnizaciones
2009	Ps. 512	Ps. 17	Ps. 25	Ps. 158
2010	313	16	25	129
2011	369	18	25	119
2012	305	21	26	113
2013	341	22	27	108
2014 al 2019	1,730	198	203	563

B) Saldos de las Obligaciones:

	2008	2007
Plan de pensiones y jubilaciones:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 3,122	Ps. 2,373
Obligaciones por personal activo	3,091	2,792
Obligaciones por beneficios definidos	6,213	5,165
Exceso de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios actuales	—	422
Obligaciones por beneficios definidos	6,213	5,587
Fondos del plan de pensiones a valor de mercado	(2,660)	(2,806)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	3,553	2,781
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(1,113)	(1,177)
(Pérdida) utilidad actuarial por amortizar	(554)	38
	1,886	1,642
Pasivo adicional	—	915
Total	1,886	2,557

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

	2008	2007
Prima de antigüedad:		
Obligaciones por personal con antigüedad mayor a 15 años	Ps. 8	Ps. 92
Obligaciones por personal con antigüedad menor a 15 años	261	137
Obligaciones por beneficios definidos	269	229
Excesos de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios actuales	—	25
Obligaciones por beneficios definidos	269	254
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(8)	(9)
Pérdida actuarial por amortizar	(13)	(57)
	248	188
Pasivo adicional	—	60
Total	248	248
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Obligaciones por personal jubilado	Ps. 443	Ps. 295
Obligaciones por personal activo	538	451
Obligaciones por beneficios definidos	981	746
Fondos de los servicios médicos a valor de mercado	(92)	(96)
Obligaciones por beneficios definidos sin fondear	889	650
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(43)	(39)
Pérdida actuarial por amortizar	(482)	(306)
Total	364	305
Indemnizaciones:		
Obligaciones por beneficios definidos	Ps. 729	Ps. 609
Exceso de la obligación por beneficios definidos sobre beneficios actuales	—	38
Obligaciones por beneficios definidos	729	647
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾	(339)	(450)
Pérdida actuarial por amortizar	(2)	(124)
	388	73
Pasivo adicional	—	535
Total	388	608
Total obligaciones laborales	Ps. 2,886	Ps. 3,718

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

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

C) Activos del Fondo:

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

	2008	2007
Rendimiento Fijo:		
Instrumentos bursátiles	16%	22%
Instrumentos bancarios	10%	17%
Instrumentos del Gobierno Federal	53%	31%
Rendimiento Variable:		
Acciones listadas en mercados de valores	21%	30%
	100%	100%

La Compañía tiene la política de mantener al menos el 30% de los activos del fondo en instrumentos del Gobierno Federal Mexicano y para el porcentaje restante estableció un portafolio objetivo. Las decisiones de inversión se toman para cumplir con este portafolio en la medida que las condiciones del mercado y los recursos disponibles lo permitan.

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

	2008		2007	
Deuda:				
Deutsche Bank (México) ⁽¹⁾	Ps.	58	Ps.	26
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾		57		51
BBVA Bancomer, S.A. de C.V. ⁽¹⁾		41		29
Sigma Alimentos, S.A. de C.V. ⁽¹⁾		29		40
British American Tobacco México ⁽¹⁾		—		16
Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V. ⁽¹⁾		—		8
Coca-Cola FEMSA		2		2
Capital:				
FEMSA		181		177
CEMEX, S.A.B. de C.V. ⁽¹⁾		—		135
Grupo Televisa, S.A.B. ⁽¹⁾		—		84

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

D) Costo del Año:

	2008		2007		2006	
Plan de pensiones y jubilaciones:						
Costo laboral	Ps.	229	Ps.	210	Ps.	139
Costo financiero		437		235		232
Rendimiento esperado de los activos del fondo		(307)		(129)		(139)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾		105		102		55
Modificaciones al plan		90		120		—
Amortización de la pérdida neta actuarial		15		1		6
		569		539		293
Prima de antigüedad:						
Costo laboral		33		30		24
Costo financiero		20		10		11
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾		2		2		3
Modificaciones al plan		6		1		—
Amortización de la pérdida neta actuarial		20		3		—
		81		46		38
Servicios médicos posteriores al retiro:						
Costo laboral	Ps.	27	Ps.	27	Ps.	20
Costo financiero		59		32		36
Rendimiento esperado de los activos del fondo		(10)		(6)		(4)
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾		10		4		4
Modificaciones al plan		15		4		—
Amortización de la pérdida neta actuarial		13		13		10
		114		74		66
Indemnizaciones:						
Costo laboral		99		66		85
Costo financiero		58		26		34
Costo laboral de servicios pasados ⁽¹⁾		104		38		35
Amortización de la pérdida neta actuarial		178		—		—
		439		130		154
	Ps.	1,203	Ps.	789	Ps.	551

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

E) Cambios en los Saldos de las Obligaciones:

	2008	2007
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 5,587	Ps. 5,343
Costo laboral	229	210
Costo financiero	437	235
Modificaciones al plan	90	120
(Utilidad) pérdida actuarial	149	(62)
Pagos de beneficios	(279)	(259)
Saldo final	6,213	5,587
Prima de antigüedad:		
Saldo inicial	254	245
Costo laboral	33	30
Costo financiero	20	10
Modificaciones al plan	6	1
(Utilidad) pérdida actuarial	(24)	2
Pagos de beneficios	(20)	(34)
Saldo final	269	254
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	746	731
Costo laboral	27	27
Costo financiero	59	32
Modificaciones al plan	15	4
Pérdida actuarial	187	12
Pagos de beneficios	(53)	(60)
Saldo final	981	746
Indemnizaciones:		
Saldo inicial	647	588
Costo laboral	99	66
Costo financiero	58	26
Pérdida actuarial	11	88
Pagos de beneficios	(86)	(121)
Saldo final	729	647

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

	2008	2007
Plan de pensiones:		
Saldo inicial	Ps. 2,806	Ps. 2,779
Rendimientos estimados de los activos del fondo	(144)	110
Aportaciones	—	78
Retiros	(2)	(161)
Saldo final	2,660	2,806
Servicios médicos posteriores al retiro:		
Saldo inicial	96	105
Rendimientos estimados de los activos del fondo	(4)	33
Retiros	—	(42)
Saldo final	92	96

G) Variación en los Supuestos de Servicios Médicos:

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

	Impacto del Cambio en:	
	+1%	-1%
Obligaciones por servicios médicos posteriores al retiro	Ps. (324)	Ps. (118)
Costo del periodo	(13)	17

NOTA 16. PROGRAMA DE BONOS.

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

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

Adicionalmente, la Compañía otorga un plan de contribución definida de compensación en acciones a ciertos ejecutivos clave, que consiste en el pago del bono anual en efectivo para la compra de acciones u opciones de FEMSA, de acuerdo con sus responsabilidades en la organización, el resultado del EVA alcanzado por los negocios y su desempeño individual. Las acciones u opciones adquiridas son depositadas en un fideicomiso, y los ejecutivos podrán disponer de éstas a partir del siguiente año en el que les fueron asignadas, a razón de un 20% anual. Para los ejecutivos de Coca-Cola FEMSA, el bono anual consiste en un 50% en acciones u opciones de FEMSA y el 50% restante en acciones u opciones de Coca-Cola FEMSA. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, no se han adquirido opciones de acciones a favor de los empleados.

El objetivo del plan de incentivos está expresado en meses de sueldo y el monto a pagar definitivo se determina con base en el porcentaje de cumplimiento de las metas establecidas en cada año. Los bonos son registrados en los resultados de operación y son pagados en efectivo al año siguiente. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el gasto por bonos registrado fue de Ps. 1,336, Ps. 1,179 y Ps. 927, respectivamente.

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

NOTA 17. PRESTAMOS BANCARIOS Y DOCUMENTOS POR PAGAR.

Los préstamos bancarios a corto plazo consisten principalmente en créditos revolventes. Los montos y tasas de interés promedio ponderadas, se presentan a continuación:

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Pesos mexicanos	11.6%	Ps. 3,820	7.8%	Ps. 150
Pesos argentinos	19.6%	816	11.0%	500
Bolívares venezolanos	22.2%	365	15.7%	425
Pesos colombianos	15.2%	798	—	—
Dólares americanos	—	—	6.7%	2,372
		Ps. 5,799		Ps. 3,447

(1) Tasa promedio ponderada.

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

	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Tasa de interés fija:				
Dólares Americanos:				
Bono Yankee	7.3%	Ps. 3,606	7.3%	Ps. 3,199
Préstamos bancarios	5.2%	190	6.0%	747
Arrendamientos financieros	3.8%	26		—
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	7.9%	3,536	9.7%	3,586
Unidades de inversión (UDIs)	4.2%	2,692	4.2%	2,508
Certificados bursátiles	10.2%	1,500	10.2%	1,500
Yenes Japoneses:				
Préstamos bancarios	2.8%	120	4.8%	230
Reales Brasileños				
Préstamos bancarios	10.7%	1		—
Tasa de interés variable:				
Dólares Americanos:				
Préstamos bancarios	2.3%	6,265	5.2%	2,014
Arrendamientos financieros		—	8.5%	2
Pesos Mexicanos:				
Préstamos bancarios	9.1%	9,968	8.1%	10,010
Certificados bursátiles	8.8%	9,250	8.2%	12,750
Pesos Colombianos:				
Préstamo bancario	15.4%	905		—
Reales Brasileños:				
Préstamos bancarios		—	8.7%	36
Deuda de largo plazo		38,059		36,582
Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo		(5,849)		(5,917)
		Ps. 32,210		Ps. 30,665

Instrumentos Financieros Derivados de Cobertura	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2008	% Tasa de Interés ⁽¹⁾	2007
Swaps de tasa de interés variable a fijo:				
Pesos Mexicanos:				
Certificados bursátiles:		Ps. 10,000		Ps. 14,085
Tasa de interés pagada	9.3%		9.5%	
Tasa de interés recibida	8.7%		8.1%	
Préstamos bancarios:		2,640		4,465
Tasa de interés pagada	9.0%		9.4%	
Tasa de interés recibida	9.0%		8.0%	
Swaps de tasa de interés y tipo de cambio:				
Préstamos bancarios de Dólares Americanos a Pesos Mexicanos:				
		2,429		—
Tasa de interés pagada	8.2%		—	
Tasa de interés recibida	1.3%		—	
Préstamos bancarios de Yenes Japoneses a Reales Brasileños:				
		72		230
Tasa de interés pagada	14.4%		11.8%	
Tasa de interés recibida	2.8%		4.8%	

(1) Tasa promedio ponderada.

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

Vencimiento a corto plazo del pasivo a largo plazo	Ps.	5,849
2009		3,909
2010		4,669
2011		8,716
2012		8,007
2013 en adelante		6,909
	Ps.	38,059

La Compañía tiene financiamientos con diferentes instituciones, las cuales estipulan diferentes restricciones y condiciones que consisten principalmente en niveles máximos de capitalización y apalancamiento, capital contable mínimo consolidado y razones de cobertura de deuda e intereses. A la fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, la Compañía cumple con todas las restricciones y condiciones establecidas en sus contratos de financiamiento.

NOTA 18. OTROS GASTOS.

En 2007, se aprobó un programa de jubilación anticipada de personal en FEMSA Cerveza. El efecto a resultados al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fue de Ps. 111 y Ps. 125, respectivamente y se registró en otros gastos como modificación al plan de pensiones (ver Nota 15).

En 2006, Coca-Cola FEMSA implementó un programa de reestructuración estratégica del área comercial y reconoció costos por Ps. 689, registrados en otros gastos en el estado consolidado de resultados. Dichos costos consisten en Ps. 556 por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos y Ps. 133 de otros costos relacionados al programa de reestructura. Durante el 2008, Coca-Cola FEMSA reconoció Ps. 88 relativos a los programas de reestructuración estratégica. Este costo se registró en otros gastos en el estado de resultados consolidado, y consiste en pagos por indemnizaciones asociadas con un programa de beneficios preestablecidos. Al 31 de diciembre de 2008 y 2007, los pagos por este concepto ascienden Ps. 155 y Ps. 522, respectivamente.

	2008	2007	2006
PTU (ver Nota 4 O)	Ps. 933	Ps. 553	Ps. 530
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	502	93	208
Indemnizaciones de reestructura y modificación al plan de pensiones	346	255	866
Pérdida neta actuarial pendiente por amortizar (ver Nota 2 D)	198	—	—
Pérdida en venta de activo fijo	185	101	59
Contingencias	(41)	228	117
Participación en asociadas	13	(154)	(11)
Otros	238	221	(119)
Total	Ps. 2,374	Ps. 1,297	Ps. 1,650

NOTA 19. VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS.

La Compañía calcula el valor razonable de los instrumentos financieros derivados utilizando el método de ingreso, el cual consiste en determinar el valor razonable a través de flujos esperados, descontados a valor presente.

Por otra parte, existen niveles de jerarquía para el cálculo del valor razonable los cuales se describen a continuación:

- **Nivel 1:** Información en el mercado para activos o pasivos idénticos.
- **Nivel 2:** Información en el mercado para activos o pasivos similares, o en un mercado en donde hay pocas transacciones o poca información disponible.
- **Nivel 3:** Es información no observable en el mercado y que debe de ser desarrollada por la Compañía para el cálculo del valor razonable.

La Compañía utiliza nivel 2 de información para determinar el valor razonable de sus activos y pasivos financieros. A continuación se presenta una tabla que muestra el nivel de jerarquía de los activos y pasivos financieros de la Compañía, al 31 de diciembre de 2008:

	Nivel 2
Instrumentos financieros derivados (activo)	Ps. 1,804
Instrumentos financieros derivados (pasivo)	4,446
Pasivo bancario	3,110

A) Deuda a Largo Plazo:

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

	2008	2007
Valor en libros	Ps. 38,059	Ps. 36,582
Valor razonable	38,000	36,960

B) Swaps de Tasa de Interés:

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés de sus créditos, a través de los cuales paga importes calculados con tasas de interés fijas y recibe importes calculados con tasas de interés variables. Estos instrumentos se reconocen en el estado consolidado de situación financiera a valor razonable y se encuentran designados como coberturas de flujo de efectivo. El valor razonable se estima con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral.

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

Fecha de Vencimientos	Valor de Referencia	Valor Razonable Activo (Pasivo)
2009	Ps. 1,415	Ps. (28)
2010	862	(75)
2011	1,763	(69)
2012	2,276	(105)
2013	5,245	(23)
2014 a 2017	2,500	16

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el efecto neto de los contratos vencidos ascendió a Ps. 212, Ps. 357 y Ps. 334, respectivamente registrándose en la cuenta de gasto financiero en el estado consolidado de resultados.

Una porción de ciertos contratos de swaps de tasa de interés no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados como parte del resultado integral de financiamiento. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 generaron un ganancia de Ps. 24 y Ps. 35 y una pérdida de Ps. 39, respectivamente.

C) Forwards para Compra de Monedas Extranjeras:

La Compañía tiene contratos forwards para la compra de monedas extranjeras con el objetivo de cubrir el riesgo cambiario entre el peso mexicano y otras monedas. Estos instrumentos son reconocidos en el estado consolidado de situación financiera a su valor razonable el cual se estima con la cotización de los tipos de cambio del mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos forward para la compra de monedas extranjeras con un valor de referencia de Ps. 1,786. Dichos contratos vencen en 2009 y al 31 de diciembre de 2008 se genera un activo de Ps. 458.

Al 31 de diciembre de 2008 se reconocieron efectos por contratos forward vencidos de Ps. 115 registrados como utilidad cambiaria.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos forwards para compra de monedas extranjeras no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en el estado consolidado de resultados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros consolidados tienen un valor de referencia de Ps. 544 vencen en 2009 y generaron una pérdida de Ps. 225. Los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2008, que no cumplieron con los criterios contables de cobertura, generaron una pérdida de Ps. 643 registrada en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2007, el efecto en resultados de este tipo de contratos fue una ganancia de Ps. 22.

D) Swaps de Tasa de Interés y Tipo de Cambio:

La Compañía tiene contratos denominados swaps de tasa de interés y de tipo de cambio, con la finalidad de administrar el riesgo de las tasas de interés y la fluctuación cambiaria de sus créditos denominados en dólares y en otras monedas; los cuales son reconocidos en el estado de situación financiera consolidado a su valor estimado. El valor razonable se calcula con los tipos de cambio y tasas de interés cotizados en el mercado para dar por terminados dichos contratos a la fecha de cierre del periodo. Dichos contratos están designados como coberturas de flujo de efectivo por lo tanto los cambios en el valor de mercado son registrados en la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un valor de referencia de Ps. 2,115 los cuales vencen en el 2013 y generaron un activo con valor razonable de Ps. 578.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con derivados de tasa de interés y de tipo de cambio que han sido designados como de cobertura de valor de mercado. Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene contratos swaps de tasa de interés y tipo de cambio por un monto nominal de Ps. 2,887 los cuales tienen vencimientos hasta el 2017 y generaron un activo de Ps. 333. Los cambios en el valor de mercado del derivado, se registran en resultados, como parte de la porción inefectiva de instrumentos derivados, netos de los cambios de valor de mercado del pasivo de largo plazo al cual están asignados y el efecto al 31 de diciembre de 2008 fue una pérdida de Ps. 1. El efecto de los contratos vencidos al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, se registró en la cuenta de gasto financiero por Ps. 178, Ps. 37 y Ps. 72, respectivamente.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos de swaps de tasa de interés y tipo de cambio no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del resultado integral de financiamiento. Los contratos vigentes a la fecha de los estados financieros tienen un valor de referencia de Ps. 2,302, vencen en 2011 y 2012 y generaron una ganancia al 31 de diciembre de 2008 de Ps. 468. Los contratos vencidos durante los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006 generaron pérdida de Ps. 225, una ganancia de Ps. 64 y una pérdida de Ps. 3, respectivamente. Todos los efectos fueron registrados en resultados en la cuenta de valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados.

E) Contratos de Precio de Materias Primas:

La Compañía tiene contratados diversos instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas. El valor razonable de estos contratos se calcula con los precios cotizados en el mercado para dar por terminados los contratos a la fecha de cierre del periodo. El cambio en el valor razonable de los contratos de precio de materia prima se reconoce como parte de la cuenta de otras partidas acumuladas de la utilidad integral. El valor de referencia de estos contratos es de Ps. 8,755, que generan un pasivo en el valor razonable de Ps. 2,955 y vencen entre 2009 y 2013. Por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el resultado neto de los contratos vencidos fue una ganancia de Ps. 17, y pérdidas de Ps. 82 y Ps. 106, respectivamente, las cuales se registraron como parte de los resultados de operación impactando el costo de materia prima.

Al 31 de diciembre de 2008, ciertos contratos de instrumentos financieros derivados para cubrir las variaciones en el precio de ciertas materias primas no cumplen con los criterios contables de cobertura, por lo que la variación neta en su valor razonable se reconoce en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados dentro del estado consolidado de resultados. El efecto neto de estos contratos al 31 de diciembre de 2008 y 2007 fueron pérdidas de Ps. 217 y Ps. 43, respectivamente. El efecto neto de los contratos vencidos que no cumplen con los criterios contables de cobertura fueron pérdidas de Ps. 258 y Ps. 27 al 31 de diciembre de 2008 y 2007, respectivamente.

F) Instrumentos Financieros Derivados Implícitos:

La Compañía ha determinado que ciertos contratos de arrendamiento en dólares americanos representan instrumentos financieros derivados implícitos. El valor razonable de estos contratos se estima con la cotización del tipo de cambio del mercado para dar por terminado dicho contrato a la fecha de cierre del periodo. Los cambios en el valor razonable se registran en la cuenta de ganancia (pérdida) en valuación de la porción inefectiva de instrumentos financieros derivados. Al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, el efecto neto de los derivados implícitos en resultados son pérdidas de Ps. 137, Ps. 9 y Ps. 49, respectivamente.

NOTA 20. INTERES MINORITARIO EN SUBSIDIARIAS CONSOLIDADAS.

	2008	2007
Coca-Cola FEMSA	Ps. 27,575	Ps. 24,380
FEMSA Cerveza	464	679
Otros	35	16
	Ps. 28,074	Ps. 25,075

NOTA 21. CAPITAL CONTABLE.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas realizada el 29 de marzo de 2007, se aprobó un split de acciones de tres a uno del capital en circulación, el cual fue efectivo el 25 de mayo de 2007. Posterior al split, el capital social de FEMSA consiste en 2,161,177,770 Unidades BD y 1,417,048,500 Unidades B.

Al 31 de diciembre de 2008, el capital social de FEMSA está representado por 17,891,131,350 acciones ordinarias nominativas, sin expresión de valor nominal y sin cláusula de admisión de extranjeros. El capital fijo asciende a Ps. 300 (valor nominal) y el capital variable no debe exceder de 10 veces el capital social mínimo fijo.

Las características de las acciones ordinarias son las siguientes:

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

Las acciones serie "D" están divididas en:

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

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

- Unidades "B," que amparan cada una, cinco acciones serie "B," las cuales cotizan en la BMV; y
- Unidades vinculadas "BD," que amparan cada una, una acción serie "B," dos acciones subserie "D-B" y dos acciones subserie "D-L," las cuales cotizan en BMV y NYSE.

Los estatutos de la Compañía, establecían que en mayo de 2008 la estructura accionaria establecida en 1998 podría modificarse desvinculando las subseries "D-B" en acciones "B" y las subseries "D-L" en acciones "L."

El 22 de abril de 2008, los accionistas de FEMSA aprobaron la propuesta de modificar los estatutos de la Compañía para preservar la estructura unitaria de las acciones de la Compañía establecida en mayo de 1998 así como mantener la estructura accionaria posterior al 11 de mayo de 2008.

Al 31 de diciembre de 2008, el capital social de FEMSA se integra de la siguiente forma:

	Unidades "B"	Unidades "BD"	Total
Unidades	1,417,048,500	2,161,177,770	3,578,226,270
Acciones:			
Serie "B"	7,085,242,500	2,161,177,770	9,246,420,270
Serie "D"	—	8,644,711,080	8,644,711,080
Subserie "D-B"	—	4,322,355,540	4,322,355,540
Subserie "D-L"	—	4,322,355,540	4,322,355,540
Total acciones	7,085,242,500	10,805,888,850	17,891,131,350

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

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

Los dividendos que se distribuyan en exceso de estas cuentas causarán el ISR sobre una base piramidada con la tasa vigente. Este impuesto podrá ser acreditado contra el ISR del mismo año en el cual los dividendos son pagados así como en los dos años siguientes contra el ISR y los pagos provisionales. Al 31 de diciembre de 2008, el saldo de CUFIN de FEMSA ascendió a Ps. 47,798.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de FEMSA, celebrada el 22 de abril de 2008, se acordó distribuir dividendos de Ps. 0.08079 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "B" y Ps. 0.10099 (valor nominal) pesos mexicanos por acción serie "D," los cuales se pagaron en mayo de 2008. Adicionalmente, los accionistas aprobaron una reserva para recompra de acciones de un máximo de Ps. 3,000.

En la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Coca-Cola FEMSA, celebrada el 8 de abril de 2008, los accionistas aprobaron un dividendo de Ps. 945, el cual se pagó en mayo de 2008. El dividendo pagado al interés minoritario fue de Ps. 437.

NOTA 22. UTILIDAD MAYORITARIA POR ACCION.

Representa la utilidad neta mayoritaria correspondiente a cada acción del capital social de la Compañía, calculada con el promedio ponderado de las acciones en circulación en el año. Además se presenta la distribución de las utilidades de acuerdo al derecho de dividendos que tienen las distintas series de acciones.

Como resultado del split de acciones efectuado el 25 de mayo de 2007, la utilidad por acción de periodos anteriores ha sido recalculada retrospectivamente, de acuerdo con lo señalado en el Boletín B-14 Utilidad por Acción.

A continuación se presenta el número de acciones promedio ponderado y la distribución de utilidades por serie al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006:

	Millones de Acciones			
	Serie "B"		Serie "D"	
	Número	Promedio Ponderado	Número	Promedio Ponderado
Acciones en circulación al 31 de diciembre de 2006, 2007 y 2008	9,246.42	9,246.42	8,644.71	8,644.71
Derechos de dividendo	1.00		1.25	
Distribución de utilidades	46.11%		53.89%	

NOTA 23. ENTORNO FISCAL.

A) Impuestos a la Utilidad:

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

Las tasas de impuestos a la utilidad aplicables al 31 de diciembre de 2008 en los países en donde opera la Compañía, el periodo en el cual pueden ser aplicadas las pérdidas fiscales y los ejercicios anteriores sujetos a revisión se mencionan a continuación:

	Tasa ISR	Vigencia de las Pérdidas Fiscales (Año)	Periodos Abiertos
México	28%	10	5
Guatemala	31%	N/A	4
Nicaragua	30%	3	4
Costa Rica	30%	3	4
Panamá	30%	5	3
Colombia	33%	8	2
Venezuela	34%	3	4
Brasil	34%	Indefinido	6
Argentina	35%	5	5

La tasa de ISR causada en México fue del 28% para el 2008 y el 2007, y del 29% para el 2006.

En Colombia las pérdidas fiscales pueden ser aplicadas en un periodo de ocho años, sin exceder del 25% de la utilidad gravable del ejercicio. Adicionalmente, la tasa de ISR de Colombia decrece de 38.5% en 2006 a 34% en 2007 y 33% en 2008; y el impuesto de dividendos del 5% se eliminó en 2006.

En Brasil las pérdidas fiscales no se actualizan y pueden ser aplicadas por un periodo indefinido sin que excedan del 30% de la utilidad gravable del ejercicio.

B) Impuesto al Activo:

Hasta diciembre de 2006, el impuesto al activo en México se causó a razón del 1.8% anual sobre el promedio neto de la mayoría de los activos a valores fiscales menos ciertos pasivos. En el 2007, se modifica la tasa de 1.8% a 1.25%, así como la base del cálculo eliminando las deducciones de pasivos. A partir de 2008 el impuesto al activo desaparece en México y se reemplaza por el Impuesto Empresarial a Tasa Única (ver Nota 23 C). Los pagos del impuesto al activo en México de ejercicios anteriores a la entrada en vigor del IETU podrán ser acreditados en forma actualizada contra el importe de ISR generado en el ejercicio cuando este sea mayor al importe generado de IETU del mismo periodo, hasta por el equivalente al 10% del pago del impuesto al activo realizado en los ejercicios de 2007, 2006 o 2005, el que sea menor.

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

C) Impuesto Empresarial a Tasa Única ("IETU"):

A partir de 2008 entró en vigor en México el IETU, este impuesto reemplaza al Impuesto al Activo y funciona de manera similar a un impuesto a la renta empresarial mínimo, excepto que las cantidades pagadas no pueden ser acreditadas a los pagos futuros de ISR. El impuesto a pagar será el que sea más alto de comparar el IETU con el ISR, calculado bajo las leyes del impuesto sobre la renta. El IETU aplica a personas morales y físicas, incluyendo los establecimientos permanentes de entidades extranjeras en México, a una tasa de 17.5% a partir de 2010. Para los años 2008 y 2009, las tasas a aplicar serán de 16.5% y de 17.0%, respectivamente. El IETU es calculado sobre una base de flujos de efectivo, por lo que la base para el cálculo del impuesto es determinada dependiendo de la procedencia del efectivo con ciertas deducciones y créditos. En el caso de ingresos derivados de ventas de exportación, en donde el efectivo no ha sido cobrado en los últimos 12 meses, el ingreso aparecerá como realizado al final de los 12 meses. Adicionalmente, a diferencia del ISR el cual es utilizado para la consolidación fiscal, las compañías que incurran en IETU deberán reportarlo de forma individual.

Con base en proyecciones financieras, la Compañía identificó que esencialmente sólo pagará ISR en sus entidades mexicanas, por lo tanto, la entrada en vigor del IETU no tuvo efectos en su información financiera porque reconoce únicamente ISR diferido.

D) Impuestos a la Utilidad Diferidos:

A partir de enero de 2008, de acuerdo a lo establecido en la NIF B-10, "Efectos de Inflación", en México se suspende la aplicación de la contabilidad inflacionaria. Sin embargo, para efectos fiscales, el saldo de activo fijo se continúa actualizando a través de la aplicación del INPC, por lo que la diferencia entre los valores fiscales y contables se incrementará, generando un impuesto diferido.

El impacto a impuestos a la utilidad diferidos generado por las diferencias temporales de pasivos (activos) son las siguientes:

Impuestos a la Utilidad Diferidos	2008	2007
Reservas para cuentas incobrables	Ps. (137)	Ps. (116)
Inventarios	137	385
Pagos anticipados	137	120
Propiedad, planta y equipo	5,366	5,325
Inversión en acciones	(24)	(7)
Intangibles y otros activos	(878)	(1,020)
Obligaciones laborales	(735)	(712)
Instrumentos financieros derivados	(832)	(72)
Reserva para contingencias	(658)	(568)
Provisiones diferidas no deducibles	(1,170)	(710)
PTU por pagar	(171)	(165)
Impuesto al activo por recuperar	(252)	(375)
Pérdidas fiscales por amortizar	(4,457)	(3,722)
Reserva de beneficios por pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables	3,675	3,360
Otras reservas	1,152	597
Impuestos a la utilidad diferidos, neto	1,153	2,320
Impuestos a la utilidad diferidos por recuperar	1,247	1,264
Impuestos a la utilidad diferidos por pagar	Ps. 2,400	Ps. 3,584

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

	2008	2007
Saldo inicial	Ps. 2,320	Ps. 1,943
Pérdida por posición monetaria	48	(43)
Provisión del año	(2,460)	(239)
Efectos en el capital contable:		
Exceso del pasivo adicional sobre las obligaciones por servicios pasados por amortizar	160	(107)
Instrumentos financieros derivados	(722)	193
Efecto en conversión de subsidiarias extranjeras	1,709	85
Efecto de actualización de saldos iniciales	98	139
Resultado por tenencia de activos no monetarios	—	349
Saldo final	Ps. 1,153	Ps. 2,320

E) Provisión del Año:

	2008	2007	2006
Impuestos a la utilidad causado	Ps. 6,667	Ps. 4,965	Ps. 4,476
Impuesto al activo	—	224	54
Impuestos a la utilidad diferidos	(2,460)	(239)	95
Cambio en la tasa impositiva de ISR	—	—	(17)
Impuestos a la utilidad e impuesto al activo	Ps. 4,207	Ps. 4,950	Ps. 4,608

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

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

Año	Pérdidas Fiscales por Amortizar	Impuesto al Activo por Recuperar
2009	Ps. 2	Ps. —
2010	—	2
2011	—	2
2012	1	14
2013	4	13
2014	101	25
2015	109	1
2016	—	31
2017 y años subsecuentes	1,259	163
Indefinidas (Brasil ver Nota 23 A)	12,006	—
	Ps. 13,482	Ps. 251

Debido a la incertidumbre en la realización de algunas pérdidas fiscales e impuesto al activo no se incluyeron en el cálculo del impuesto diferido por Ps. 10,241 y Ps. 193, respectivamente. Los cambios en el saldo de la reserva de pérdidas fiscales e impuesto al activo no recuperables que reducen el activo diferido se presentan a continuación:

	2008	2007
Saldo inicial	Ps. 3,360	Ps. 3,630
Provisión	690	321
Cancelación de reserva	(213)	(428)
Actualización del saldo inicial	(162)	(163)
Saldo final	Ps. 3,675	Ps. 3,360

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

	2008	2007	2006
Tasa impositiva ISR México	28.0%	28.0%	29.0%
Diferencia entre ganancia por posición monetaria y ajuste por inflación fiscal	(2.2)%	(1.1)%	(0.1)%
Gastos no deducibles	3.3%	1.7%	3.3%
Diferencia entre tasas de renta de países	2.5%	1.7%	1.2%
Cambio en tasa de ISR en México	—	—	0.1%
Ingresos no acumulados	(1.0)%	—	(1.5)%
Otros	0.6%	(1.0)%	(0.2)%
	31.2%	29.3%	31.8%

NOTA 24. CONTINGENCIAS Y COMPROMISOS.**A) Contingencias Registradas en el Estado de Situación Financiera:**

La Compañía registra pasivos por contingencias cuando considera que es probable obtener resoluciones desfavorables en esos casos. La mayor parte de las contingencias registradas corresponden a las recientes adquisiciones de negocios. La siguiente tabla muestra la naturaleza y el importe de las contingencias registradas al 31 de diciembre de 2008:

	Total
Fiscales	Ps. 1,479
Laborales	1,010
Legales	256
Total	Ps. 2,745

B) Cambios en el Saldo de Contingencias Registradas:

	2008	2007	2006
Saldo inicial	Ps. 2,642	Ps. 3,239	Ps. 2,646
Provisión ⁽¹⁾	1,231	367	6,355
Multas y otros cargos	50	147	183
Cancelación de reserva	(690)	(932)	(1,712)
Pagos	(572)	(278)	(4,673)
Actualización del saldo inicial	84	99	440
Saldo final	Ps. 2,745	Ps. 2,642	Ps. 3,239

(1) Incluye contingencias derivadas de las adquisiciones de Kaiser en 2006 y REMIL en 2008.

C) Juicios Pendientes de Resolución:

La Compañía está sujeta a una serie de juicios de carácter fiscal, legal y laboral relacionados principalmente con sus subsidiarias Coca-Cola FEMSA y FEMSA Cerveza. Estos procesos son generados en el curso normal del negocio y son comunes en la industria en la cual los negocios participan. Al 31 de diciembre de 2008, el monto agregado de estos juicios equivale a \$465 y de acuerdo a los abogados de la Compañía estas contingencias tienen un nivel de riesgo menor a probable, pero mayor a remoto de que terminen en fallos desfavorables para la Compañía. Sin embargo, la Compañía considera que dichos juicios no tendrán un impacto material adverso en su situación financiera consolidada o en los resultados de operación.

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

D) Contingencias Garantizadas:

Como es costumbre en Brasil, la Compañía ha sido requerida por las autoridades fiscales a garantizar contingencias fiscales en litigio por la cantidad de Ps. 2,594, a través de activos garantizados y de fianzas que cubren dichas contingencias.

E) Compromisos:

Al 31 de diciembre de 2008, la Compañía tiene compromisos contractuales de arrendamientos operativos para maquinaria y equipo de producción, equipo de distribución y equipo de cómputo, así como para el arrendamiento de terrenos para la operación de FEMSA Comercio.

Los vencimientos de los compromisos contractuales por moneda, expresados en pesos mexicanos, al 31 de diciembre de 2008, se integran de la siguiente forma:

	Pesos Mexicanos	Dólares Americanos	Otras Monedas
2009	Ps. 1,458	Ps. 1,604	Ps. 74
2010	1,378	102	77
2011	1,295	59	21
2012	1,215	59	—
2013	1,121	40	—
2014 en adelante	6,403	206	—
Total	Ps. 12,870	Ps. 2,070	Ps. 172

El gasto por rentas fue de Ps. 2,000, Ps. 1,713 y Ps. 1,543 por los años terminados al 31 de diciembre de 2008, 2007 y 2006, respectivamente.

NOTA 25. INFORMACION POR SEGMENTOS.**A) Por Unidad de Negocio:**

	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros ⁽¹⁾	Eliminaciones	Consolidado
2008						
Ingresos totales	Ps. 82,976	Ps. 42,385	Ps. 47,146	Ps. 9,401	Ps. (13,886)	Ps. 168,022
Ingresos intercompañías	1,021	5,534	10	7,321	(13,886)	—
Utilidad de operación	13,695	5,394	3,077	518	—	22,684
Depreciación ⁽²⁾	3,036	1,748	663	136	(75)	5,508
Amortización	240	1,871	422	27	—	2,560
Otros cargos virtuales ^{(3) (4)}	145	634	46	105	—	930
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	371	124	—	7	—	502
Gasto financiero	2,207	2,318	665	1,061	(1,321)	4,930
Producto financiero	433	477	27	982	(1,321)	598
Impuestos a la utilidad	2,486	1,037	351	333	—	4,207
Inversiones en activo fijo de largo plazo	4,802	6,418	2,720	294	—	14,234
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	12,880	4,831	2,121	3,232	—	23,064
Flujos netos de efectivo generados por actividades de inversión	(8,263)	(5,928)	(2,718)	(1,151)	—	(18,060)
Flujos netos de efectivo generados por actividades de financiamiento	(5,038)	480	870	(2,472)	—	(6,160)
Activos de largo plazo	79,966	52,058	10,888	10,188	(7,077)	146,023
Total activos	97,958	65,549	17,185	15,599	(11,251)	185,040
2007						
Ingresos totales	Ps. 69,251	Ps. 39,566	Ps. 42,103	Ps. 8,124	Ps. (11,488)	Ps. 147,556
Ingresos intercompañías	864	4,256	16	6,352	(11,488)	—
Utilidad de operación	11,486	5,497	2,320	433	—	19,736
Depreciación ⁽²⁾	2,637	1,637	543	113	—	4,930
Amortización	241	1,786	399	39	—	2,465
Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	173	426	28	90	—	717
Deterioro en el valor de los activos de largo plazo	—	91	—	2	—	93
Gasto financiero	2,178	2,196	453	1,031	(1,137)	4,721
Producto financiero	613	342	38	913	(1,137)	769
Impuestos a la utilidad	3,336	888	377	349	—	4,950
Inversiones en activo fijo de largo plazo	3,682	5,373	2,112	90	—	11,257
Activos de largo plazo	69,717	50,562	9,057	12,686	(9,712)	132,310
Total activos	87,178	65,539	14,284	18,743	(19,949)	165,795

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 D) y la participación en compañías asociadas.

2006	Coca-Cola FEMSA	FEMSA Cerveza	FEMSA Comercio	Otros ⁽¹⁾	Eliminaciones	Consolidado
Ingresos totales	Ps. 64,046	Ps. 37,919	Ps. 36,835	Ps. 7,966	Ps. (10,646)	Ps. 136,120
Ingresos intercompañías	722	3,911	13	6,000	(10,646)	—
Utilidad de operación	10,293	6,210	1,667	467	—	18,637
Depreciación ⁽²⁾	2,595	1,818	431	110	—	4,954
Amortización	253	2,018	363	36	—	2,670
Otros cargos virtuales ⁽⁴⁾	143	238	15	88	—	484
Deterioro en el valor de los activos						
de largo plazo	79	121	—	8	—	208
Gasto financiero	2,294	1,735	405	561	(526)	4,469
Producto financiero	383	228	53	654	(526)	792
Impuestos a la utilidad	2,555	1,476	360	217	—	4,608
Inversiones en activo fijo de						
largo plazo	2,863	4,419	1,943	197	—	9,422

(1) Incluye otras compañías (ver Nota 1) y el corporativo.

(2) Incluye rotura de botella.

(3) Equivalente a Partidas Virtuales Operativas presentadas en el Estado Consolidado de Flujos de Efectivo.

(4) Incluye el costo del periodo relativo a las obligaciones laborales (ver Nota 15 D) y la participación en compañías asociadas.

B) Por Área Geográfica:

La información analítica por segmentos se presenta considerando las áreas geográficas en las cuales opera la Compañía y se presenta de acuerdo a la información que se utiliza para la toma de decisiones de la administración.

En 2008, se decidió alinear la información financiera por segmentos geográficos de acuerdo a la forma en que se administra la Compañía: (i) división México; (ii) división Latincentro, integrada por los territorios que comprenden la región de Centro América y Colombia; (iii) Venezuela; y (iv) división Mercosur, integrada por los territorios de Brasil y Argentina.

Venezuela opera en una economía con control de cambios, lo cual es limitante para que sea integrada a otro segmento de acuerdo a lo establecido en el Boletín B-5 "Información por Segmentos."

2008	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 114,640	Ps. 11,032	Ps. 102,486	Ps. 136,516
Latincentro ⁽¹⁾	12,853	1,209	16,833	21,284
Venezuela	15,217	715	6,883	9,817
Mercosur ⁽²⁾	25,755	1,278	19,821	27,815
Eliminaciones	(443)	—	—	(10,392)
Consolidado	Ps. 168,022	Ps. 14,234	Ps. 146,023	Ps. 185,040

2007	Ingresos Totales	Inversiones en Activo Fijo de Largo Plazo	Activos de Largo Plazo	Total Activos
México	Ps. 106,136	Ps. 9,137	Ps. 98,302	Ps. 120,965
Latincentro ⁽¹⁾	11,901	971	13,739	18,268
Venezuela	9,792	(9)	4,155	6,364
Mercosur ⁽²⁾	20,127	1,158	16,114	24,149
Eliminaciones	(400)	—	—	(3,951)
Consolidado	Ps. 147,556	Ps. 11,257	Ps. 132,310	Ps. 165,795

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

2006	Ingresos	Inversiones
	Totales	en Activo Fijo de Largo Plazo
México	Ps. 99,310	Ps. 7,807
Latincentro ⁽¹⁾	11,148	663
Venezuela	7,997	222
Mercosur ⁽²⁾	17,836	730
Eliminaciones	(171)	—
Consolidado	Ps. 136,120	Ps. 9,422

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

(2) Incluye Brasil y Argentina.

NOTA 26. IMPACTO FUTURO DE NUEVOS PRONUNCIAMIENTOS CONTABLES.

NIF Mexicanas:

En diciembre 2008, el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de información Financiera, A.C. ("CINIF") emitió las siguientes NIF con aplicación según se describe. La Compañía adoptó estos pronunciamientos el 1 de enero de 2009 y a la fecha de emisión de estos estados financieros, la Compañía está en proceso de determinar los efectos de estas nuevas normas en su información financiera.

- NIF B-7, "Adquisiciones de Negocios"

Esta norma sustituye al Boletín B-7 Adquisiciones de Negocios, y establece las reglas generales para el reconocimiento inicial a la fecha de adquisición, de los activos netos en un proceso de adquisición, así como de la participación no controladora y de otras partidas que puedan resultar en el proceso. Adicionalmente establece que los gastos de compra y de reestructura en un proceso de adquisición, no deben formar parte de la contraprestación por no tratarse de un monto intercambiado por el negocio adquirido; y señala que la participación no controladora se deberá reconocer a valor razonable a la fecha en que se realice la adquisición. Los cambios propuestos en la NIF B-7 son aplicables a adquisiciones futuras.

- NIF B-8, "Estados Financieros Consolidados o Combinados"

Esta norma reemplaza al Boletín B-8 Estados Financieros Consolidados, y describe las normas generales para la elaboración y presentación de los estados financieros consolidados o combinados, así como las revelaciones correspondientes. Entre los principales cambios están los siguiente: a) define a las Entidades con Propósito Específico (EPE) y establece que en los casos en que la entidad ejerza control sobre una EPE, ésta debe considerarse como una subsidiaria y por lo tanto consolidarse, b) señala que se deben evaluar los derechos de voto potenciales al analizar la existencia de control sobre una entidad, c) y modifica los términos *interés mayoritario por participación controladora* e *interés minoritario por el de participación no controladora*.

- NIF C-7, "Inversiones en Asociadas y Otras Inversiones Permanentes"

La NIF C-7 describe el tratamiento contable para las inversiones en asociadas y otras inversiones permanentes que anteriormente estaba incluido en el Boletín B-8 Estados Financieros Consolidados. Entre sus principales cambios, requiere reconocer incluso a una Entidad con Propósito Específico en la que tenga influencia significativa aplicando el método de participación, y establece que para definir la existencia de influencia significativa se deben considerar los derechos de voto potenciales. Además la NIF C-7 define un procedimiento y un límite para el reconocimiento de pérdidas en una asociada.

- NIF C-8, "Activos Intangibles"

Esta norma sustituye al Boletín C-8 Activos Intangibles. Define a los activos intangibles como partidas no monetarias y amplía los criterios de identificación señalando que un activo intangible debe ser separable, es decir, que puede ser vendido, transferido o licenciado por la entidad y que además surge de derechos contractuales o legales independientemente de si esos derechos son transferibles o separables de la entidad. Por otra parte establece que los costos preoperativos a la fecha deberán ser eliminados del saldo capitalizado afectando las utilidades retenidas sin reformular estados financieros de periodos anteriores. Dicho movimiento deberá ser presentado como cambio contable en los estados financieros consolidados.

- **NIF D-8, "Pagos Basados en Acciones"**

Esta norma tiene por objeto establecer las normas que deben seguirse en el reconocimiento de los pagos basados en acciones en la información financiera. Cuando las transacciones basadas en acciones son liquidables con instrumentos del capital la NIF D-8 requiere que la entidad reconozca los bienes o servicios recibidos a su valor razonable y el correspondiente aumento del capital contable. En caso de que no se pueda determinar confiablemente el valor razonable de los bienes o servicios recibidos, la entidad debe determinar estos valores de forma indirecta. Para lo anterior la NIF D-8 señala algunos aspectos a considerar.

NOTA 27. EVENTOS SUBSECUENTES.

El 28 de enero de 2009, Coca-Cola FEMSA emitió Ps. 2,000 en certificados bursátiles. Una porción de los recursos obtenidos se aplicará para el pago de una parcialidad de certificado bursátil KOF 03-6. El resto de los recursos será utilizado por Coca-Cola FEMSA para aspectos corporativos generales.

En febrero de 2009, Coca-Cola FEMSA en conjunto con The Coca-Cola Company cerraron la adquisición de Brisa de Bavaria, subsidiaria de SABMiller. El precio de compra establecido fue de US\$92 y fue compartido de forma equitativa entre Coca-Cola FEMSA y The Coca-Cola Company.

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 MEXICO

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

LATINCENTRO

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

MERCOSUR

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

FEMSA CERVEZA

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

FEMSA COMERCIO (OXXO)

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

FEMSA INSUMOS ESTRATEGICOS

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

CONTACTOS PARA INFORMACION

DIRECTOR JURIDICO

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

AUDITORES EXTERNOS

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

BOLSA DE VALORES Y SIMBOLO

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

BANCO DEPOSITARIO

The Bank of New York Mellon
Servicios a Inversionistas
P.O. Box 11258
Church Street Station
New York, NY 10286-1258
Llamadas sin costo desde Nueva York:
1 (888) BNY-ADRS
(269-2377)
Llamadas fuera de Estados Unidos: 201-680-6825
e-mail: shrrelations@bnymellon.com
Website: www.bnymellon.com/shareowner

RELACION CON INVERSIONISTAS

Juan Fonseca Serratos
Julieta Naranjo Fernández
Tel.: (52) 81 8328-6167
Fax: (52) 81 8328-6080
e-mail: investor@femsa.com.mx

COMUNICACION CORPORATIVA

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

PARA MAYOR INFORMACION, VISITE NUESTRA PAGINA DE INTERNET EN:

www.femsa.com
www.femsa.com/investor





General Anaya 601 Pte., Col. Bella Vista, Monterrey, N.L., México, 64410
www.femsa.com investor@femsa.com.mx

