



GRUPO VITRO

ANUNCIA VITRO SUS RESULTADOS NO AUDITADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2001

- **Vidrio Plano es el principal motor del crecimiento en ventas**
- **Acros Whirlpool continua incrementando ventas**
- **Las exportaciones mantuvieron niveles similares**

Garza García, N.L. México, 24 de abril del 2001 - Vitro, S.A. de C.V. (BMV: VITRO A; NYSE: VTO) anunció hoy sus resultados financieros no auditados correspondientes al primer trimestre que finalizó el 31 de marzo del 2001.

RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL 2001:

Las cifras más significativas de la empresa, por el trimestre que terminó el 31 de marzo del 2001, son como sigue:

Ventas

Las ventas netas consolidadas para el primer trimestre del 2001 fueron de US\$672 millones, un incremento de 5.6 por ciento en término de dólares comparadas con US\$636 millones para el mismo período durante el año anterior. En términos de pesos, las ventas netas consolidadas para el primer trimestre del año 2001 ascendieron a Ps\$ 6,455 millones, un incremento de 0.9 por ciento comparadas con Ps\$6,397 millones reportados para el mismo trimestre del año 2000. Vidrio Plano se destacó como el principal impulsor de las ventas y Acros Whirlpool continuó incrementando sus ventas, compensándose así la reducción en los otros negocios.

Exportaciones

Las exportaciones correspondientes al primer trimestre del 2001, mantuvieron niveles prácticamente similares a las del primer trimestre del 2000, reportando US\$188 millones, contra US\$196 millones, respectivamente.

Utilidad Neta

La utilidad neta del primer trimestre que termina el 31 de marzo del 2001, ascendió a US\$29 millones, contra los US\$48 millones correspondientes al mismo periodo del año 2000, debido a partidas no relacionadas con flujo de efectivo.

Todas las cifras presentadas en este comunicado están de conformidad con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en México. Todas las cifras son sin auditar y están presentadas en pesos constantes del 31 de marzo de 2001. Las cifras reportadas en dólares están expresadas en dólares nominales, que resultan de dividir los pesos nominales de cada mes entre el tipo de cambio de cierre del mes respectivo, excepto donde se indique lo contrario. El trimestre concluyó el 31 de marzo de 2001.

El presente comunicado de prensa contiene información histórica, expectativas de la Administración y otras proyecciones, y declaraciones de información futura ("las proyecciones") relacionada con Vitro, S.A. de C.V. y sus subsidiarias (a las que conjuntamente y en lo sucesivo se les denominará la "Compañía"). Mientras la Compañía considera que estas expectativas y proyecciones de información de la Administración están basadas en supuestos razonables, dichas proyecciones reflejan el punto de vista actual de la Compañía con respecto a sucesos futuros, los que además están sujetos a ciertos riesgos e incertidumbres que podrían ocasionar que los resultados reales difieran materialmente, de los contemplados en el presente informe. Muchos factores pueden ocasionar que los resultados, desempeño o logros reales de la Compañía difieran materialmente de los resultados, desempeño o logros futuros, expresos o implícitos en dichas proyecciones, incluyendo entre otros aspectos, cambios generales en las condiciones económicas, políticas, gubernamentales y de negocios, tanto en el ámbito mundial como en los mercados donde la Compañía desarrolla actividades de negocios; cambios en las tasas de interés; cambios en las tasas de inflación; cambios en los tipos de cambio; el crecimiento o reducción de los mercados y segmentos en los cuales la Compañía vende sus productos; cambios en precios de materias primas; cambios en precios de energéticos, especialmente gas natural; cambios en la estrategia de negocios y otros factores. En caso de que alguno o algunos de estos riesgos o incertidumbres se materialicen, o en el caso de que los supuestos que sirvieron como base a las proyecciones resultaren incorrectos, los resultados reales pueden variar materialmente de aquellos resultados descritos en el presente informe en los términos proyectados, anticipados, estimados o esperados. La Compañía no asume obligación alguna con respecto a estas proyecciones y no actualizará dichas proyecciones.

Para mayor información, favor de contactar a:

(Medios) : Albert Chico Smith Vitro, S. A. de C.V. 011-528-329-1335 achico@vto.com	(Medios, México,D.F.) Pablo Mier y Terán Vitro, S. A. de C.V. 011-525- 227-6904 pmier@vto.com	(comunidad financiera) : Gerardo Guajardo/Beatriz Martínez Vitro, S. A. de C.V. 011 (52) 8329-1349/8329-1258 gguajardo@vto.com bemartinez@vto.com	(Contacto en Estados Unidos) : Luca Biondolillo Susan Borinelli Breakstone & Ruth Int. (646) 536-7012/7018 Lbiondolillo@breakstoneruth.com Sborinelli@breakstoneruth.com
--	--	---	--

INFORMACION FINANCIERA MAS DETALLADA:

<u>Contenido</u>	
• Resultados Consolidados	3
• Posición Financiera	4
• Vidrio Plano	6
• Acros Whirlpool	6
• Crisa	7
• Envases	7
• Industrias Diversas	8
• Hechos Relevantes	8
• Estados Financieros	10
• Información Segmentada	11

Resultados Consolidados

Tabla I
Ventas
(millones)

		IT'01	IT'00	% Var.
Ventas Netas Consolid.	Ps\$	6,455	6,397	0.9
Ventas Netas Consolid.	US\$	672	636	5.6
Domésticas	Ps\$	3,331	3,328	0.1
Domésticas	US\$	346	328	5.2
Exportaciones	Ps\$	1,811	1,970	(8.1)
Exportaciones	US\$	188	196	(4.0)
Subs. Extranjeras	Ps\$	1,313	1,100	19.4
Subs. Extranjeras	US\$	138	112	23.5
% Vtas. Dls* / Vtas. Tot.		49	48	0.4
% Vtas. Exp. / Vtas. Tot.		28	31	(9.1)

* Exportaciones + Subsidiarias en el Extranjero.

Ventas

Vidrio Plano y Acros Whirlpool tuvieron incrementos de ventas en el trimestre. En Vidrio Plano se debió a las ventas adicionales de Harding Glass, que comenzó a consolidar en abril del 2000, aunque los volúmenes de exportación reflejaron la desaceleración estadounidense. Acros Whirlpool continuó creciendo en ventas y volúmenes a un ritmo mayor que el mercado doméstico. En Crisa, la desaceleración estadounidense afectó las exportaciones, sobretudo las industriales. Envases mantuvo las ventas año contra año. Las ventas de Industrias Diversas se vieron afectadas en la comparación año contra año por el cierre de su asociación con GE en el 2000, pero fueron parcialmente compensadas

con las ventas adicionales de Alkali.

Tabla II
UAFIR and UAFIR FLUJO
(millones)

		IT'01	IT'00	% Var.
UAFIR	Ps\$	694	861	(19.4)
Margen UAFIR	%	10.8%	13.5%	
UAFIR	US\$	72	85	(15.0)
Margen UAFIR	%	10.8%	13.4%	
UAFIR Flujo	Ps\$	1,245	1,382	(9.9)
Margen UAFIR FI	%	19.3%	21.6%	
UAFIR Flujo	US\$	129	137	(5.2)
Margen UAFIR FI	%	19.3%	21.5%	
		694	861	(19.4)

UAFIR

Para el IT'01, el UAFIR bajó Ps\$167 mill. o 19.4% en términos de pesos y 15.0% en US\$. Sin embargo, los márgenes al compararse con IVT'00, se mantuvieron casi intactos, con ligera mejora en el del Flujo. La disminución contra IT'00 en márgenes, se debió a la menor absorción de gastos fijos por las menores ventas en algunos negocios, como Crisa e Industrias Diversas, y las presiones de precios en Envases o el sector automotriz de Vidrio Plano. La fortaleza del peso (se depreció 2.2% año contra año mientras la inflación de de 7.1%) también afectó la competitividad de las exportaciones. peso fuerte que también afectó las exportaciones (en el 2000 el peso se apreció en

0.9% y la inflación fue de 9.0%). En cuanto al gas natural, que aumentó un 65% en precio contra el año anterior, hubo un beneficio en IT'01 por la estrategia de cobertura que ya se había implementado a un precio de US\$4.03/ MM BTU por cerca del 90% de su consumo y una cobertura adicional contratada con un acuerdo con PEMEX por tres años a un precio de US\$4.00/MM BTU por el 100% del consumo. Este contrato fue retroactivo a enero del 2001, lo que llevó a un beneficio extraordinario en el IT'01.

Tabla III
Costo Integral de Financiamiento
(millones)

		IT'01	IT'00	% Var.
Gastos Financieros	Ps\$	437	460	(5.1)
Gastos Financieros	US\$	45	45	(0.4)
Productos Financieros	Ps\$	9	5	87.0
Productos Financieros	US\$	1	0	100.0
Pérdida Cambiaria (Utilidad)	Ps\$	(148)	(207)	(28.3)
Pérdida Cambiaria (Utilidad)	US\$	(16)	(21)	(24.9)
Ganancia Posición Monet.	Ps\$	169	425	(60.3)
Ganancia Posición Monet.	US\$	17	42	(58.0)
Otros Gtos. Financieros (Netos)	Ps\$	91	76	20.7
Otros Gtos. Financieros (Netos)	US\$	9	7	28.8
Cto. Integ. Financiamiento	Ps\$	202	(100)	--
Cto. Integ. Financiamiento	US\$	20	(10)	--

Costo Integral de Financiamiento

La reducción en el Gasto Financiero se debió a un menor Costo Promedio Ponderado de la Deuda, que bajó de un nivel de 10.3% durante IT'00 a 9.9% en IT'01. El Costo para IVT'00 fue de 10.2% y de 10.3% para el año 2000. La reducción del costo de la deuda se debió a una menor tasa de interés en dólares y al swap de la deuda de UDI's a dólares. Debido a la apreciación de 1.2% del peso durante IT'01, se registró un ganancia cambiaria menor a la de IT'00 (por una mayor apreciación del peso de 2.3% en IT'00). Debido a

una menor inflación trimestre contra trimestre (1.1% en IT'01 vs. 2.8% en IT'00), también se produjo una menor ganancia por posición monetaria, resultando en un Costo Integral de Financiamiento de Ps\$202 mill. (US\$20 mill.), comparado con un ganancia integral de Financiamiento en IT'00. Los principales eventos que provocaron este aumento en el CIF no representaron flujo de efectivo.

		IT'01	IT'00	% Var.
ISR & Impuestos sobre Activ.	Ps\$	136	376	(63.7)
ISR & Impuestos sobre Activ.	US\$	14	37	(60.9)
Reparto de Utilidades	Ps\$	27	70	(62.1)
Reparto de Utilidades	US\$	3	7	(60.1)
Impuestos y PTU	Ps\$	163	446	(63.5)
Impuestos y PTU	US\$	17	44	(60.7)

Impuestos

Los impuestos disminuyeron al reducirse la base gravable de las compañías con socios. Adicionalmente, y como resultado de una menor utilidad gravable, las compañías que tenían pérdidas fiscales no pudieron amortizar una cantidad mayor de pérdidas, lo que provocó un impuesto diferido. PTU disminuyó por la reorganización de corporativa de compañía en los negocios de

Envases y Vidrio Plano para mejorar el servicio a los clientes y reducir los costos de administración, c ya se había mencionado durante los resultados del IVT'00.

Utilidad Neta Mayoritaria

La Utilidad Neta Mayoritaria en IT'01 fue de Ps\$137 mill. (US\$15 mill.), comparada con Ps\$328 mill. (US\$15 mill.) durante el IT'00. La reducción se produjo principalmente como resultado de la reducción en UAFIR y otros cargos que no representaron flujo de efectivo que produjeron un Costo Integral de Financiamiento mayor.

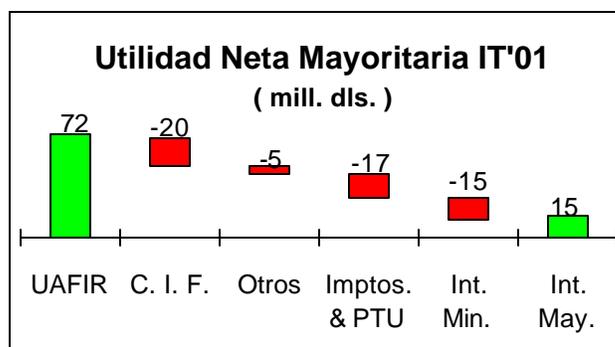


Figura 4

Inversiones en Activo Fijo

Las inversiones en activo fijo para IT'01 fueron de US\$22 mill., en línea con el presupuesto de optimización de inversiones por la administración. La mayor parte de la inversión se espera realizar en el segundo semestre por un monto total estimado de US\$120-130 mill. y no considera la adquisición de Cristalglass en Europa, que se espera concretar pronto.

Posición Financiera

Trimestre contra trimestre la deuda aumentó US\$28 mill. principalmente como resultado de un menor Flujo de Efectivo Libre Neto, cargos por reorganización, inversiones en los negocios del medio ambiente mencionados en el comunicado de resultados del IVT'00 y la apreciación del peso (su efecto al traducir la deuda en peso a dólares).

	IT'01	IVT'00	IT'00
Cobertura de Intereses (UAFIR FI. / Gto. Fin.) (UDM) ⁽²⁾ (Veces)	3.1	3.2	3.0
Apalancamiento Financiero (Deuda total /UAFIR FI.) (UDM) ⁽²⁾ (Veces)	2.9	2.9	2.6
Deuda Total	1,662	1,634	1,603
Deuda de Corto Plazo ⁽³⁾	465	433	231
Deuda de Largo Plazo	1,197	1,201	1,372
Mezcla (%) dls / pesos/UDI's	89/10/1	79/10/11	76/12/12
Costo Promedio Ponderado de Deuda (%)	9.9	10.3(UDM) ⁽²⁾	10.3

(1) Pesos constantes al final de cada trimestre convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio del fin del período respectivo.
(2) Ultimos Doce Meses.
(3) Corto plazo incluye vencimientos corto plazo de deuda consolidada.

Perfil de Deuda

- 72% de la deuda es de largo plazo.
- La vida promedio de la deuda es 3.1 años.
- Un 83% de la deuda a vencer en los próximos 12 meses (abril'01 - marzo'02) es relativa a comercio exterior y subsidiarias extranjeras (US\$392 mill).
- Los próximos vencimientos en los mercados públicos incluyen: US\$70 mill. en Mayo del '01 para el mercado doméstico y US\$175 mill. en Mayo del '02 en el mercado internacional.
- Composición de deuda: Tasa Fija=31%; Tasa base variable y sobretasa fija=41%; Condiciones de Mercado=28%.

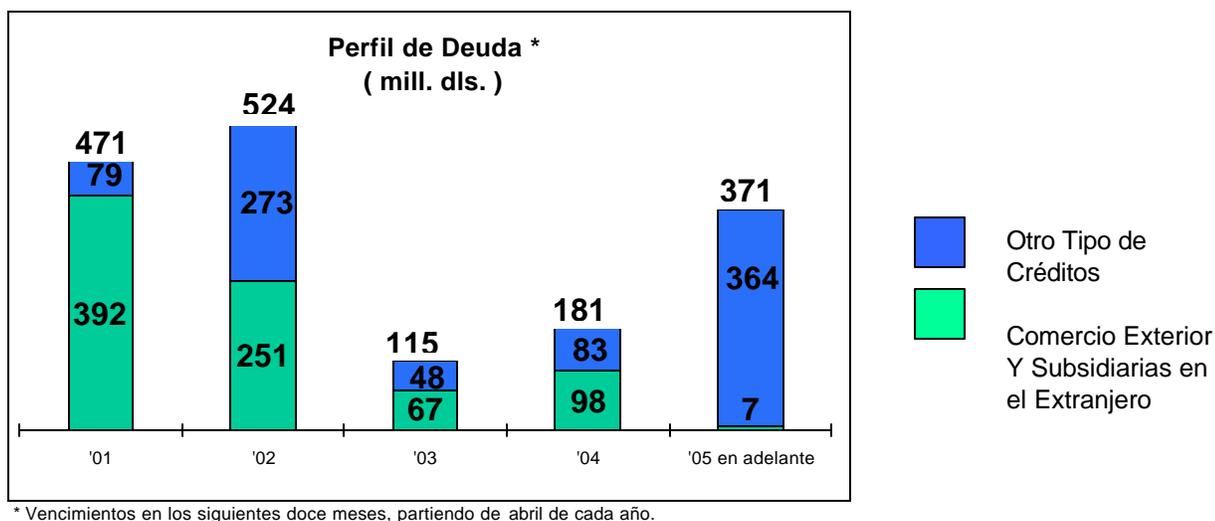


Figura 6

Flujo de Efectivo

En comparación contra IT'00, un menor UAFIR Flujo, junto a una mayor inversión en capital de trabajo, contrarrestaron el efecto de una menor inversión en activo fijo, y unos menores gastos financieros e impuestos, lo que resultó en una generación negativa de Flujo de Efectivo Libre Neto para IT'01. El capital de trabajo como porcentaje de ventas se redujo del 13.8% en el IT'00 a 13.4% durante el IT'01. Es importante señalar que durante el mes de abril, la Compañía recibió un reembolso de impuestos por US\$20.8 mill.

Tabla VI Flujo de Efectivo (millones)				
		IT'01	IT'00	% Var.
UAFIR Flujo	Ps\$	1,245	1,382	(9.9)
UAFIR Flujo	US\$	129	137	(5.2)
(-) Gasto Financiero Neto *	Ps\$	519	531	(2.2)
(-) Gasto Financiero Neto *	US\$	54	52	2.8
(-) Inver. En Activo Fijo	Ps\$	211	262	(19.5)
(-) Inver. En Activo Fijo	US\$	22	26	(15.4)
(-) Adquisición de Harding	Ps\$	275	34	708.8
(-) Adquisición de Harding	US\$	28	3	833.3
(+/-) Inver. En Cap. De Trab.	Ps\$	240	555	(56.8)
(+/-) Inver. En Cap. De Trab.	US\$	26	55	(53.6)
= Flujo de Efectivo Libre	Ps\$	336	472	(28.8)
= Flujo de Efectivo Libre	US\$	36	45	(20.0)
(-) Impuestos y Divid. Pag. **	Ps\$	(96)	83	-.-
(-) Impuestos y Divid. Pag. **	US\$	(10)	10	-.-
= Flujo de Efectivo Libre Neto	Ps\$	1,245	1,382	(9.9)
= Flujo de Efectivo Libre Neto	US\$	129	137	(5.2)

* Incluye otros gastos y productos financieros.

Vidrio Plano

(37% de las Ventas)

Ventas

Las ventas en el IT'01 aumentaron contra el IT'00 un 8.5% en términos de pesos y 13.4% en US\$, principalmente como resultado de la incorporación de Harding Glass, que se empezó a consolidar en VVP America a mediados de Abril del 2000. Ventas foráneas (VVP America más exportaciones) alcanzaron alrededor del 70% de las ventas totales del IT'01. Los incrementos en ventas que se dieron en el mercado doméstico de los segmentos de la construcción y automotriz ayudaron a contrarrestar las disminuciones sufridas en el mercado de exportación, el cual se vio afectado por un menor consumo de la economía de E.U.A. Una mejor mezcla de ventas hacia el mercado al mayoreo en el segmento de la construcción, también ayudó a compensar la reducción en las exportaciones totales y en las ventas del sector automotriz. Este último segmento compensó parcialmente la baja hacia el mercado de equipo original con ventas al mercado de vidrio de repuesto. En lo que se refiere a volúmenes, las ventas totales en términos de volúmenes del mercado de construcción bajaron año contra año en un 5.5%, mientras que automotriz bajó en un 10.5% como resultado del ya mencionado decremento en exportaciones.

Tabla VIII			
Vidrio Plano			
Volumens de Ventas			
(Millones de Metros Cuadrados Reducidos)			
	<u>IT'01</u>	<u>IT'00</u>	<u>% Var.</u>
Total	29.9	31.9	-6.5%

UAFIR

El UAFIR bajó 21.5% en pesos contra IT'00 y 17.5% en US\$. La comparación de márgenes contra IT'01 se afecta por los gastos adicionales producto de la adquisición de Harding, el cambio en la mezcla total de ventas, ya que las ventas adicionales provinieron principalmente de Harding, mientras que ventas a mercados más rentables fueron menores como consecuencia de la desaceleración de la economía de E.U.A. Otros factores incluyen algunos gastos de reestructuración para optimizar la organización y mejorar la productividad en el largo plazo, los incrementos año contra año en precios de energéticos, y la fortaleza del peso, que favoreció las importaciones al tener el negocio alrededor del 91% de las ventas dolarizadas y los costos en pesos. Cabe mencionar que los márgenes permanecieron estables al compararse contra el IVT'00 a pesar de la baja en volúmenes al continuar trabajando la administración en programas de reducción de costos y mejora de eficiencias.

Tabla VII
Vidrio Plano
(millones)

		<u>IT'01</u>	<u>IT'00</u>	<u>% Var.</u>
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	2,384	2,197	8.5%
Vtas. Netas Cons.	US\$	249	219	13.4%
Ventas Nacion.	Ps\$	723	692	4.5%
Ventas Nacion.	US\$	76	68	10.5%
Exportaciones	Ps\$	593	669	-11.4%
Exportaciones	US\$	61	66	-6.8%
Subs. Extranj.	Ps\$	1,077	843	27.7%
Subs. Extranj.	US\$	113	86	31.9%
UAFIR	Ps\$	279	355	-21.5%
UAFIR / Ventas	%	11.7%	16.1%	
UAFIR	US\$	29	35	-17.5%
UAFIR / Ventas	%	11.6%	16.0%	
UAFIR Flujo	Ps\$	418	490	-14.6%
UAFIR FI. / Vtas.	%	17.5%	22.3%	
UAFIR Flujo	US\$	43	48	-10.3%
UAFIR FI. / Vtas.	%	17.4%	22.0%	

Acros Whirlpool

(19 % de las Ventas)

Ventas

Las Ventas Netas Consolidadas subieron 2.6% en términos de pesos (un incremento de 7.8% en términos de dólares). Durante IT'01 la demanda doméstica siguió creciendo a un ritmo de aproximadamente 5%, mientras que Acros Whirlpool creció a un ritmo ligeramente superior, ganando algo de participación de mercado. Este ritmo es menor al que experimentó la industria durante el 2000. El volumen incremental se produjo principalmente en los segmentos de refrigeradores y lavadoras. Fuera de México, las exportaciones a los Estados Unidos se redujeron por la desaceleración en ese país, pero fueron parcialmente contrarrestadas por una mayor venta en el mercado de Centro América y el Caribe.

UAFIR

El UAFIR aumentó año contra año en 2.3% (o 7.5% en dólares). La mejora se debió principalmente al aumento en

Tabla XI
Acros Whirlpool
(millones)

		<u>IT'01</u>	<u>IT'00</u>	<u>%Var.</u>
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	1,237	1,206	2.6%
Vtas. Netas Cons.	US\$	128	119	7.8%
Ventas Nacion.	Ps\$	810	751	7.9%
Ventas Nacion.	US\$	84	74	13.5%
Exportaciones	Ps\$	427	455	-6.3%
Exportaciones	US\$	44	45	-1.1%
UAFIR	Ps\$	111	108	2.3%
UAFIR / Ventas	%	8.9%	9.0%	
UAFIR	US\$	11	11	7.5%
UAFIR / Ventas	%	9.0%	9.0%	
UAFIR Flujo	Ps\$	173	173	0.0%
UAFIR FI. / Vtas.	%	14.0%	14.4%	
UAFIR Flujo	US\$	18	17	5.1%
UAFIR FI. / Vtas.	%	14.0%	14.4%	

volúmenes, ya que el ambiente de precios sigue presionado por las importaciones que son promovidas por un peso fuerte. La administración continúa sus esfuerzos por reducir sus costos y gastos, mientras se continúan sintiendo los efectos de la venta de las operaciones de plástico y esfuerzos de reestructuración organizacional. Debido a la naturaleza cíclica del negocio, los márgenes de UAFIR se ven afectados al compararse contra el trimestre inmediato anterior.

Crisa

(7 % de las Ventas)

Ventas

Las ventas netas consolidadas bajaron año contra año 7.1% en términos de pesos o 3.0% en US\$, principalmente como resultado de la disminución en la demanda del sector industrial. En el mercado doméstico, la baja en ventas a veladoristas (sector industrial), fue compensada con mayores ventas directas al mercado detallista. En el caso de exportaciones, una combinación de menores ventas de los clientes de Crisa al consumidor final durante el trimestre aunado a menores ventas a ciertos clientes que acumularon inventarios excesivos durante el IVT'00 y que, por tanto, redujeron temporalmente sus ventas durante el IT'01, amplificaron el efecto final de menores ventas. Los volúmenes para el IT'01 bajaron año contra año en un 14%, aunque se espera que mejoren durante el IIT'01 al aumentar la curva natural de la demanda y al disminuir el efecto de los altos inventarios.

		IT'01	IT'00
Nacional +	Industrial	39%	39%
Exportación	Retail	61%	61%

UAFIR

El UAFIR bajó 36.4% contra IT'00,

principalmente como resultado de menores ventas, costos más altos año contra año de energéticos y una menor absorción de costos fijos como resultado de las menores ventas. Ciertos costos y gastos relacionados con el desarrollo de los canales de distribución también afectaron la comparación año contra año. La administración continúa, como un compromiso continuo, buscando oportunidades de reducción de costos y gastos a través de una mejor utilización de la capacidad instalada.

		IT'01	IT'00	%Var.
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	463	498	-7.1%
Vtas. Netas Cons.	US\$	48	50	-3.0%
Ventas Nacion.	Ps\$	283	285	-0.7%
Ventas Nacion.	US\$	29	28	4.3%
Exportaciones	Ps\$	184	217	-15.2%
Exportaciones	US\$	19	22	-11.9%
UAFIR	Ps\$	60	94	-36.4%
UAFIR / Ventas	%	13.0%	18.9%	
UAFIR	US\$	6	9	-32.7%
UAFIR / Ventas	%	13.1%	18.8%	
UAFIR Flujo	Ps\$	113	136	-16.6%
UAFIR FI. / Vtas.	%	24.5%	27.3%	
UAFIR Flujo	US\$	12	13	-12.1%
UAFIR FI. / Vtas.	%	24.5%	27.1%	

Envases

(26% de las Ventas)

		IT'01	IT'00	% Var.
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	1,676	1,744	-3.9%
Vtas. Netas Cons.	US\$	175	174	0.4%
Ventas Nacion.	Ps\$	979	1,023	-4.3%
Ventas Nacion.	US\$	102	101	0.7%
Exportaciones	Ps\$	465	466	-0.3%
Exportaciones	US\$	49	47	3.0%
Subs. Extranj.	Ps\$	232	255	-8.9%
Subs. Extranj.	US\$	24	26	-5.8%
UAFIR	Ps\$	179	266	-32.8%
UAFIR / Ventas	%	10.7%	15.3%	
UAFIR	US\$	19	26	-29.1%
UAFIR / Ventas	%	10.7%	15.1%	
UAFIR Flujo	Ps\$	382	468	-18.5%
UAFIR FI. / Vtas.	%	22.8%	26.9%	
UAFIR Flujo	US\$	40	46	-14.2%
UAFIR FI. / Vtas.	%	22.8%	26.6%	

Ventas

Las Ventas Netas Consolidadas de Envases disminuyeron año contra año en un 3.9% en términos de pesos (aumento de 0.4% en dólares). El negocio pudo mantener el nivel de ventas a través del enfoque en mercados nicho, lo que contrarrestó parcialmente las pérdidas en volumen en el segmento doméstico de cerveza por sobrecapacidad de uno de nuestros principales clientes que está integrado verticalmente, una menor demanda en alimentos genéricos y un peso fuerte que promovió importaciones en la línea farmacéutica. En el caso de las exportaciones, el efecto de la reducción en volúmenes no fue tan importante como el sector doméstico debido a una mejor mezcla de productos de exportación.

Tabla X
Envases
Volumen de Ventas
(millones de piezas

	IT'01	IT'00	% Var.
Doméstico	823.8	845.6	-2.6%
Exportación	278.3	309.7	-10.1%
Total	1,102.1	1,155.2	-4.6%

UAFIR

Los márgenes aumentaron contra IVT'00 en 90 puntos base (160 puntos en UAFIR Flujo) a pesar del aumento de ciertos costos. Las presiones de volumen y precios que produjeron menores ventas, junto con incrementos en precios de energía y materiales de empaque, los cuales representan dos de los componentes más importantes en el costo de ventas del proceso de producción del vidrio, afectaron la comparación de rentabilidad año contra año. La administración continúa, como un compromiso continuo, trabajando en efectuar ajustes operativos como un medio para mejorar la productividad en

este negocio y reducir más sus costos fijos. Estos esfuerzos se han visto reflejados en los aumentos en márgenes durante los dos últimos trimestres, compensando de manera parcial los retos mencionados en costos y ventas.

Industrias Diversas

(11 % de las Ventas)

Ventas

Las ventas netas consolidadas del negocio cayeron año contra año 7.8% en términos de pesos y 3.1% en US\$. Las mismas se vieron afectadas por el cierre durante el 2000 de MEF, compañía producto de la asociación con GE (ventas por US\$5 millones durante IT'00). Además del efecto de tener menos negocios, la disminución en ventas se vio afectada por la alta exposición de la división al dólar (aproximadamente un 65% de las ventas) y la disminución en la demanda doméstica como resultado de un menor consumo tanto en los mercados públicos como privados, y la desaceleración de la economía de E.U.A., que afectó las ventas principalmente a detallistas. Esta disminución en ventas se vio parcialmente compensada por mejores resultados en la operación de cloruro de calcio del negocio de Alkali, el cual se benefició con las frías condiciones climáticas de E.U.A., y el negocio de bienes de capital, el cual está expandiendo su enfoque natural hacia maquinaria para la industria de vidrio a otro tipo de mercados alternativos.

UAFIR

El UAFIR disminuyó 23.2% año contra año en términos de pesos por el impacto de un peso fortalecido en las ventas denominadas en dólares y el aumento en los precios de gas natural, aluminio y resinas, que afectaron respectivamente los resultados de Alkali, Vancan y las operaciones de plástico. Las menores ventas también llevaron a una menor absorción de costos fijos. La administración de Industrias Diversas sigue trabajando en oportunidades para reducir costos, y para diversificar la base de clientes a fin de mejorar la rentabilidad y disminuir la concentración geográfica de sus ventas.

Tabla XII
Industrias Diversas
(Millones)

		IT'01	IT'00	%Var.
Ventas Netas	Pes\$	754	818	-7.7%
Ventas Netas	US\$	78	81	-3.0%
Vtas. Netas Cons.	Pes\$	685	743	-7.8%
Vtas. Netas Cons.	US\$	71	73	-3.1%
Ventas Nacion.	Pes\$	600	646	-7.1%
Ventas Nacion.	US\$	62	64	-2.4%
Exportaciones	Pes\$	148	163	-9.3%
Exportaciones	US\$	15	16	-9.1%
UAFIR	Pes\$	97	127	-23.2%
UAFIR / Ventas	%	14.2%	17.1%	
UAFIR	US\$	10	13	-19.3%
UAFIR / Ventas	%	14.2%	17.1%	
UAFIR Flujo	Pes\$	162	185	-12.4%
UAFIR FI. / Vtas.	%	23.6%	24.9%	
UAFIR Flujo	US\$	17	18	-7.9%
UAFIR FI. / Vtas.	%	23.6%	24.8%	

Hechos Relevantes

Adquisición de Cristalglass Vidrio Aislante en Europa

Grupo Vitro anunció recientemente, que en congruencia con su plan estratégico de invertir selectivamente en sus negocios clave, impulsar el crecimiento, así como ampliar su cobertura geográfica, su subsidiaria Vitro Plan, S.A. de C.V. (Vidrio Plano), firmó un contrato de compra-venta a través del cual adquirió el 60% de las acciones de Cristalglass Vidrio Aislante, S.A., empresa controladora del grupo español Cristalglass.

Cristalglass Vidrio Aislante, S.A., está dedicada a la transformación, distribución y comercialización de vidrio plano para la industria de la construcción y su plantilla laboral está conformada por más de 300 empleados. Su participación en el segmento del mercado en el que tiene presencia, se estima del orden del 30%. Sus ventas anuales ascienden a cerca de \$60 millones de dólares. El cierre de esta operación, se estima para el 30 de abril del presente año.

Vitro, S.A. de C.V. (BMV: VITRO A; NYSE: VTO) a través de sus empresas subsidiarias es un participante mayor en cinco distintos tipos de negocios: vidrio plano, envases de vidrio, enseres domésticos, artículos de vidrio y cristal para mesa y cocina, e industrias diversas. Las empresas de Vitro producen artículos para múltiples mercados que incluyen: el de vidrio automotriz y para la construcción; envases de vidrio para vino, licor, cosméticos, farmacéuticos y alimentos y bebidas; enseres domésticos; fibra de vidrio; envases de plástico y aluminio; y artículos de vidrio y cristal para mesa y cocina; para uso industrial, comercial y de último consumidor. Con base en Monterrey, México y fundada en 1909, Vitro cuenta con coinversiones con once grandes productores de clase mundial, los que proveen a sus empresas subsidiarias con acceso a los mercados internacionales, canales de distribución globales y tecnología de punta. Las subsidiarias de Vitro, hacen negocios en todo el continente americano, con instalaciones y centros de distribución en siete países, y exportan sus productos a más de 70 países del mundo.

VITRO, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
AL 31 DE MARZO DE 2001 (EN MILLONES)

		Primer Trimestre								
Rubro	ESTADO DE RESULTADOS	Pesos Constantes			Dólares Nominales ⁽¹⁾			INDICADORES FINANC.	IT'00	IIT'01
		2001	2000	% Var.	2001	2000	% Var.			
								Deuda/UAFIR Flujo (UDM, veces)	-	-
1	Ventas Netas Consolidadas	6,455	6,397	0.9	672	636	5.6	UAFIR F/Gto. Fin. Net.(UDM, veces)	-	-
2	Costo de Ventas	4,634	4,489	3.2	482	447	7.9	Deuda/Deuda + Cap. Cont. (veces)	0.6	0.6
3	Utilidad Bruta	1,820	1,909	(4.6)	190	190	0.0	Deuda/Capital (veces)	1.6	1.6
4	Gastos de Operación	1,126	1,048	7.5	117	105	12.3	Pasivo Total/ Cap. Cont. (veces)	2.3	2.4
5	Utilidad de Operación	694	861	(19.4)	72	85	(15.0)	Act. Circ./Pas. Circ. (veces)	0.9	1.2
		-	-	-	-	-	-	Ventas /Activos (veces)	0.8	0.8
6	Gastos Financieros	534	541	(1.4)	55	53	3.7	Util. (Perd.)/Acción (Ps\$) *	0.5	1.1
7	Productos Financieros	14	10	46.6	1	1	54.4	Util. (Perd.)/ADR (US\$) *	0.1	0.4
8	Pérd. Cambiarias (Gan.)	(148)	(207)	(28.3)	(16)	(21)	(24.9)	* Considerado el el promedio ponderado de acciones en circulación		
9	Gan. Por Pos. Monet.	169	425	(60.3)	17	42	(58.0)			
10	Costo Int. De Financiam.	202	(100)	--	20	(10)	--	OTRA INFORMACION		
11	Otros Ingresos	(53)	(35)	51.3	(5)	(3)	55.4	# Acciones Emitidas (miles)	324,000	324,000
12	Particip. En la Utilidad Neta de Asociadas no Consol.	1	2	(47.3)	-	0	--	# Promedio Ponderado de Acciones en Circulación (miles)	296,601	295,137
13	Ut. Antes Imps. y PTU	440	928	(52.6)	47	92	(49.5)	Empleados	33,780	33,558
14	ISR y PTU	163	446	(63.5)	17	44	(60.7)			
15	Ut. Neta Opns. Cont. Util. (Pérd.) de Opns. Discontinuas	277	482	(42.6)	29	48	(39.3)			
16	Partid. Extraord., Netas	-	-	--	-	-	--			
17		-	-	--	-	-	--			
18	Utilidad Neta	277	482	(42.6)	29	48	(39.3)			
19	Util. Neta del Int. Mayorit.	137	328	(58.2)	15	33	(55.2)			
20	Util. Neta del Int. Minorit.	140	154	(9.3)	15	15	(5.0)			
BALANCE GENERAL										
		2001	2000	% Var.	2001 ⁽²⁾	2000 ⁽²⁾	% Var.			
21	Efevo. Y Equiv. De Efevo.	724	539	34.3	76	55	39.8			
22	Clientes	2,134	2,497	(14.5)	225	252	(10.8)			
23	Inventarios	3,913	3,358	16.5	412	340	21.3			
24	Otros Activos Circulantes	1,417	1,022	-	149	113	31.5			
25	Activo Circul. Total	8,189	7,417	10.4	863	760	13.5			
26	Inv. En Asoc. no Cons.	188	183	3.0	20	18	7.9			
27	Terr., Maquin., y Equipo	21,817	23,165	(5.8)	2,298	2,333	(1.5)			
28	Activos Diferidos	1,557	1,541	1.0	164	155	5.6			
29	Otr. Act. de Largo Plazo	483	155	210.5	51	16	221.7			
30	Activos Totales	32,233	32,461	(0.7)	3,395	3,282	3.5			
	Deuda Corto Plazo & Venc.	-	-	-	-	-	-			
31	Deuda Largo Plazo.	4,476	2,292	95.3	471	231	103.8			
32	Proveedores	2,273	2,015	12.8	239	203	17.9			
33	Otras Cuentas por Pagar	1,953	1,932	1.1	206	195	5.4			
34	Pasivo Circul. Total	8,702	6,239	39.5	917	629	45.6			
35	Deuda a Largo Plazo	11,306	13,640	(17.1)	1,191	1,372	(13.2)			
36	Otr. Pasivos Largo Plazo	2,600	2,922	(11.0)	274	304	(9.9)			
37	Pasivo Total	22,608	22,800	(0.8)	2,381	2,306	3.3			
	Cap. Social Actualizado	6,495	6,833	(4.9)	684	680	0.7			
39	Utilidades Acumuladas	(104)	(453)	(77.0)	(11)	(35)	(68.8)			
40	Interés Minoritario	3,235	3,281	(1.4)	341	332	2.7			
41	Suma del Cap. Cont.	9,625	9,661	(0.4)	1,014	976	3.8			

⁽¹⁾ Los dólares nominales fueron calculados dividiendo los pesos nominales de cada mes entre el tipo de cambio al final del mes respectivo.

⁽²⁾ Pesos constantes al final de cada período convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio al final de cada período respectivo.

VITRO S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

INFORMACION SEGMENTADA

AL 31 DE MARZO DE 2001 (EN MILLONES)

Volúmenes e Información de Mezcla de

Ventas Por Negocio (Donde Aplique)

Primer Trimestre

Primer Trimestre

	Pesos Constantes			Dólares Nominales ¹			Primer Trimestre			
	2001	2000	%	2001	2000	%	2001	2000	%	
VIDRIO PLANO							VIDRIO PLANO (MM. M2 Red.)			
Ventas Netas	2,393	2,204	8.6%	250	220	13.4%	Const. + Autom.	30	32	-6.3%
Ventas Interdiv.	9	7	27.5%	1	1	30.4%				
Vtas. Net Con.	2,384	2,197	8.5%	249	219	13.4%				
Expor. (US\$) ¹	61	66	-6.8%	61	66	-6.8%				
UAFIR	279	355	-21.5%	29	35	-17.5%				
Margen ²	11.7%	16.1%		11.6%	16.0%					
UAFIR Flujo	418	490	-14.6%	43	48	-10.3%				
Margen ²	17.5%	22.3%		17.4%	22.0%					
ENVASES							ENVASES (MM Piezas)			
Ventas Netas	1,676	1,744	-3.9%	175	174	0.3%	Dómetico	824	846	-2.6%
Ventas Interdiv.	0	0	-92.8%	0	0	-91.2%	Exportación	278	310	-10.1%
Vtas. Net Con.	1,676	1,744	-3.9%	175	174	0.4%	Total: Dom.+Exp.	1,102	1,155	-4.6%
Expor. (US\$) ¹	49	47	3.0%	49	47	3.0%				
UAFIR	179	266	-32.8%	19	26	-29.1%				
Margen ²	10.7%	15.3%		10.7%	15.1%					
UAFIR Flujo	382	468	-18.5%	40	46	-14.2%				
Margen ²	22.8%	26.9%		22.8%	26.6%					
ACROS WHIRLPOOL										
Ventas Netas	1,237	1,206	2.6%	128	119	7.8%				
Ventas Interdiv.	0	0	-86.4%	0	0	-83.3%				
Vtas. Net Con.	1,237	1,206	2.6%	128	119	7.8%				
Expor. (US\$) ¹	44	45	-1.1%	44	45	-1.1%				
UAFIR	111	108	2.3%	11	11	7.5%				
Margen ²	8.9%	9.0%		9.0%	9.0%					
UAFIR Flujo	173	173	0.0%	18	17	5.1%				
Margen ²	14.0%	14.4%		14.0%	14.4%					
INDUSTRIAS DIVERSAS										
Ventas Netas	754	818	-7.7%	78	81	-3.0%				
Ventas Interdiv.	69	75	-7.5%	7	7	-2.5%				
Vtas. Net Con.	685	743	-7.8%	71	73	-3.1%				
Expor. (US\$) ¹	15	16	-9.1%	15	16	-9.1%				
UAFIR	97	127	-23.2%	10	13	-19.3%				
Margen ²	14.2%	17.1%		14.2%	17.1%					
UAFIR Flujo	162	185	-12.4%	17	18	-7.9%				
Margen ²	23.6%	24.9%		23.6%	24.8%					
CRISA							CRISTALERIA (Mzcla de Ventas %)			
Ventas Netas	466	501	-7.0%	48	50	-2.9%	Detallistas	61%	61%	
Ventas Interdiv.	4	3	1.9%	0	0	7.3%	Industriales	39%	39%	
Vtas. Net Con.	463	498	-7.1%	48	50	-3.0%				
Expor. (US\$) ¹	19	22	-11.9%	19	22	-11.9%				
UAFIR	60	94	-36.4%	6	9	-32.7%				
Margen ²	13.0%	18.9%		13.1%	18.8%					
UAFIR Flujo	113	136	-16.6%	12	13	-12.1%				
Margen ²	24.5%	27.3%		24.5%	27.1%					
CONSOLIDADO³										
Ventas Netas	6,536	6,483	0.8%	680	645	5.5%				
Ventas Interdiv.	82	86	-4.8%	8	8	0.2%				
Vtas. Net Con.	6,455	6,397	0.9%	672	636	5.6%				
Expor. (US\$) ¹	188	196	-4.0%	188	196	-4.0%				
UAFIR	694	861	-19.4%	72	85	-15.0%				
Margen ²	10.8%	13.5%		10.8%	13.4%					
UAFIR Flujo	1,245	1,382	-9.9%	129	137	-5.2%				
Margen ²	19.3%	21.6%		19.3%	21.5%					

⁽¹⁾ Los dólares nominales fueron calculados dividiendo los pesos nominales de cada mes entre el tipo de cambio al final del mes respectivo.

⁽²⁾ Márgenes de UAFIR y UAFIR Flujo se calculan sobre Ventas Netas.

⁽³⁾ Incluye empresas corporativas y otras a nivel de ventas y UAFIR.