



GRUPO VITRO

Gerardo Guajardo Relación con Inversionistas 52 (8) 329-1349 gguajardo@vto.com	Beatriz Martínez Relación con Inversionistas 52 (8) 329-1258 bemartinez@vto.com	Luca Biondolillo / Susan Borinelli Breakstone & Ruth International (917) 639-4348/4349 lbiondolillo@beakstoneruth.com sborinelli@breakstoneruth.com	Página Electrónica de Vitro: http://www.vto.com Estados Financieros y Comunicados de Prensa: http://www.vto.com/vto/espanol/frame3.htm
--	---	---	---

BMV: VITROA; NYSE: VTO

Resultados del 3er Trimestre de 2000

Principales Indicadores

Las Ventas durante el tercer trimestre de 2000 (IIIT'00) fueron mayores a las del mismo trimestre de 1999 (IIIT'99).

Ventas incrementales en los tres negocios estratégicos, Vidrio Plano, Enseres Domésticos y Cristalería, contrarrestaron el efecto de un peso fuerte (año contra año se devaluó 1.0% mientras la inflación fue 8.8%), mayor competencia doméstica en ciertos negocios y sustitución de productos. Como resultado, durante el IIIT'00 las ventas aumentaron 4.3% a Ps\$ 7,124 mill., (un incremento de 12.4% en términos de dólares).

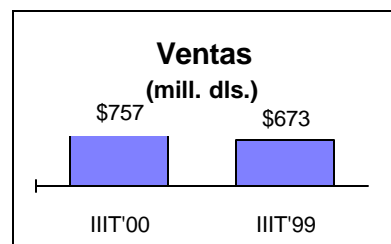


Figura 1

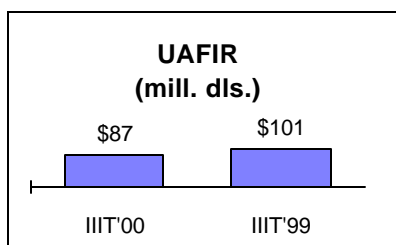


Figura 2

El UAFIR para III T'00 fue menor que el de III T'99

Durante el IIIT'00, el UAFIR disminuyó 20.8% (13.7% en términos de dólares), como resultado de incrementos de precios en el gas natural, aumento de ciertos materiales de empaque, la continua competencia en precios, el impacto de un peso fuerte en los márgenes de las ventas de exportación y en las ventas de los negocios más dolarizados (Vidrio Plano e Industrias Diversas) y de gastos de operación mayores por la consolidación de la estructura administrativa de Harding.

La Utilidad Neta durante el III T'00 se compara favorablemente con una pérdida durante III T'99

Una ganancia cambiaria junto a menores gastos financieros e impuestos arrojaron una Utilidad Neta para el trimestre de Ps\$367 mill. (US\$39 mill.), comparado con una Pérdida Neta de Ps\$323 mill. (US\$32 mill.) durante III T'99. La Utilidad Neta Mayoritaria fue de Ps\$251 mill. (US\$27 mill.), en comparación a una Pérdida Neta Mayoritaria de Ps\$476 mill. durante III T'99 (US\$47 mill.). La utilidad por Acción para III T'00 fue de Ps\$0.93* or US\$0.29* por ADR.

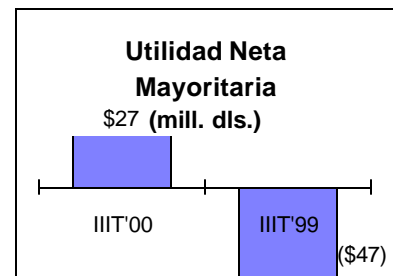


Figura 3

Contenido

• Principales Indicadores	1
• Resultados Consolidados	2
• Posición Financiera	4
• Vidrio Plano	6
• Envases	6
• Enseres Domésticos	7
• Industrias Diversas	8
• Cristalería	9
• Hechos Importantes	9
• Estados Financieros	11
• Información Segmentada	12

*Considerando un promedio ponderado para III T'00 de 269,897,127 acciones en circulación (equivalentes 89,965,709 ADR's).

Nota: 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 30 de septiembre de 2000. 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 30 de septiembre de 2000.

Octubre 20 de 2000
Garza García, México

Resultados Consolidados

Ventas

Las ventas aumentaron en parte por las ventas adicionales en Vidrio Plano, resultado de la adquisición de Harding, una fuerte demanda en la industria de enseres y en Cristalería por la transferencia de las operaciones canadienses de Libbey a México. El negocio de Envases permaneció relativamente estable año contra año a pesar de la pérdida de venta de uno de nuestros clientes verticalmente integrados y la desaceleración de su subsidiaria centroamericana. La comparación año contra año del negocio de Industrias Diversas se vio afectada por la venta del negocio de silicatos a finales de 1999.

Tabla I							
Ventas							
(millones)							
		IIIT'00	IIIT'99	% Var.	9M'00	9M'99	% Var.
Ventas Netas Consolid.	Ps\$	7,124	6,831	4.3	20,400	20,186	1.1
Ventas Netas Consolid.	US\$	757	673	12.4	2,122	1,931	9.9
Domésticas	Ps\$	3,892	3,700	5.2	10,846	11,031	(1.7)
Domésticas	US\$	415	360	15.3	1,124	1,035	8.6
Exportaciones	Ps\$	1,834	2,003	(8.4)	5,729	5,840	(1.9)
Exportaciones	US\$	194	198	(2.0)	596	559	6.6
Subs. Extranjeras	Ps\$	1,398	1,128	23.9	3,825	3,315	15.4
Subs. Extranjeras	US\$	148	116	27.6	402	337	19.3
% Vtas. Dis* / Vtas. Tot.		45	47	(3.1)	47	46	1.3
% Vtas. Exp. / Vtas. Tot.		26	29	(12.8)	28	29	(3.0)

* Exportaciones + Subsidiarias Extranjeras.

UAFIR

Durante el IIIT'00 el UAFIR disminuyó Ps\$215 mill. o 20.8%, (13.7% en términos de dólares). Esta disminución se debió a incrementos de precios en el gas natural, aumentos de ciertos materiales de empaque, la continua competencia en precios, el impacto de un peso fuerte en las ventas de exportación (cerca del 70% de las ventas están relacionadas, directa o indirectamente, al dólar, con los negocios de Vidrio Plano e Industrias Diversas teniendo la relación más importante, cerca del 87% y 85% respectivamente), y la consolidación de la estructura administrativa de Harding. El UAFIR Flujo para el IIIT'00 se redujo 15.0% en pesos (7.3% en términos de dólares). En la actualidad Vitro tiene coberturas en el precio del gas natural por un 80% de sus necesidades hasta el mes de marzo, a un precio de US\$4.03/mill. BTU, y por un 40% de sus necesidades de abril a septiembre a un precio de US\$4.50/mill. BTU. El efecto del precio del gas ha sido del aumento de un punto porcentual del costo de ventas sobre ventas.

Tabla II							
UAFIR y UAFIR Flujo							
(millones)							
		IIIT'00	IIIT'99 *	% Var.	9M'00	9M'99 *	% Var.
UAFIR	Ps\$	816	1,031	(20.8)	2,559	3,100	(17.5)
UAFIR / Ventas	%	11.5%	15.1%		12.5%	15.4%	
UAFIR	US\$	87	101	(13.7)	265	292	(9.1)
UAFIR / Ventas	%	11.5%	15.0%		12.5%	15.1%	
UAFIR Flujo	Ps\$	1,350	1,588	(15.0)	4,087	4,701	(13.1)
UAFIR Fl. / Vtas.	%	19.0%	23.2%		20.0%	23.3%	
UAFIR Flujo	US\$	144	155	(7.3)	424	442	(4.2)
UAFIR Fl. / Vtas.	%	19.0%	23.0%		20.0%	22.9%	

* UAFIR de 9M'99 incluye un beneficio único debido a la reclasificación de ciertos costos y gastos. El margen de UAFIR/Ventas en 9M'99 sin dicho beneficio hubiera sido 14.8%, mientras que el del UAFIR Flujo/Ventas hubiera sido 22.7% en términos de pesos.

Costo Integral de Financiamiento

La reducción en el Gasto Financiero se debió a menores tasas de interés en la deuda denominada en pesos (17.0% en IIIT'00 vs. 21.9% en IIIT'99). El Costo Promedio Ponderado de la Deuda se redujo a 10.4% en IIIT'00, de un nivel de 11.0% durante IIIT'99 (10.3% en el IT'00, 10.2% para IIT'00 y 11.5% para todo el '99). Para 9M'00 el Costo Promedio Ponderado ha sido de 10.3%. Debido a la apreciación del peso durante el IIIT'00 de 3.9%, se registró una ganancia cambiaria, resultando en un Costo Integral de Financiamiento de Ps\$(157) mill. (US\$(17) mill.). .

Tabla III							
Costo Integral de Financiamiento							
(millones)							
		IIIT'00	IIIT'99	% Var.	9M'00	9M'99	% Var.
Gastos Financieros	Ps\$	441	519	(15.1)	1,328	1,708	(22.3)
Gastos Financieros	US\$	47	51	(7.1)	138	160	(13.7)
Productos Financieros	Ps\$	8	5	48.1	18	23	(24.0)
Productos Financieros	US\$	1	1	40.0	2	2	(15.0)
Pérdida Cambiaria (Utilidad)	Ps\$	(439)	(71)	516.3	56	(513)	-.-
Pérdida Cambiaria (Utilidad)	US\$	(47)	(7)	573.4	3	(52)	-.-
Ganancia Posición Monet.	Ps\$	253	333	(23.9)	893	1,491	(40.1)
Ganancia Posición Monet.	US\$	27	32	(16.9)	92	136	(32.3)
Otros Gtos. Financieros (Netos)	Ps\$	102	96	5.4	264	201	31.5
Otros Gtos. Financieros (Netos)	US\$	11	10	12.6	27	19	45.7
Cto. Integ. Financiamiento	Ps\$	(157)	207	-.-	736	(119)	-.-
Cto. Integ. Financiamiento	US\$	(17)	20	-.-	74	(12)	-.-

Impuestos

Los impuestos año contra año fueron menores debido a la implementación del Boletín D-4.

Tabla IV							
Impuestos & PTU							
(millones)							
		IIIT'00	IIIT'99	% Var.	9M'00	9M'99	% Var.
ISR & Impuestos sobre Activ.	Ps\$	392	541	(27.5)	671	1,396	(52.0)
ISR & Impuestos sobre Activ.	US\$	42	54	(22.7)	70	138	(49.0)
Reparto de Utilidades	Ps\$	41	86	(52.6)	168	236	(28.9)
Reparto de Utilidades	US\$	4	7	(37.7)	17	22	(21.2)
Impuestos y PTU	Ps\$	433	627	(30.9)	838	1,632	(48.6)
Impuestos y PTU	US\$	46	61	(24.4)	88	160	(45.1)
menos, Amortiz. Pérd. Fisc.	Ps\$	-	253	-.-	-	683	-.-
menos, Amortiz. Pérd. Fisc.	US\$	-	24	-.-	-	70	-.-
= Impuestos Netos y PTU	Ps\$	433	374	15.8	838	949	(11.7)
= Impuestos Netos y PTU	US\$	46	37	24.6	88	90	(2.5)

Utilidad Neta Mayoritaria

La Utilidad Neta Mayoritaria fue de Ps\$251 mill. (US\$27 mill.), comparada con una Pérdida Neta Mayoritaria de Ps\$476 mill. durante el IIIT'99 (US\$47 mill.), principalmente como resultado de menores costos financieros producto de una importante ganancia cambiaria.

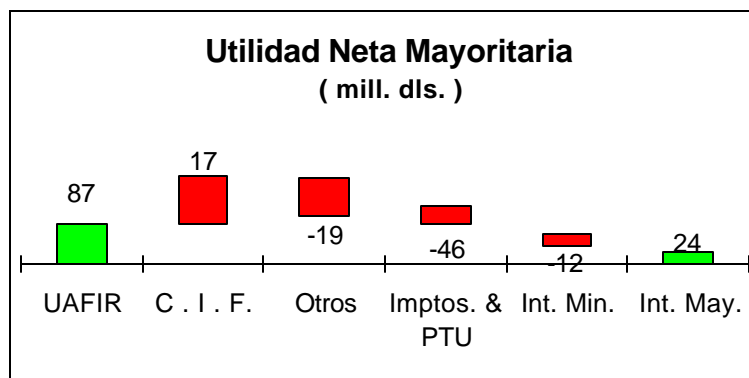


Figura 4

Inversiones en Activo Fijo

Las inversiones en activo fijo para IIIT'00 fueron de US\$21 mill.. Para los 9M'00, las inversiones en activo fijo fueron de US\$66 mill., (US\$97 mill. incluyendo Harding). Ambas cifras están en línea con el presupuesto de US\$160-170 mill. para el 2000.

Posición Financiera

Año contra año la deuda disminuyó en US\$30 mill. o 8.7% en términos de pesos. La deuda total al 30 de septiembre del 2000 se redujo en US\$36 mill. durante el último trimestre.

Tabla V
Indicadores de Deuda
(millones dls.⁽¹⁾; excepciones indicadas)

	IIIT'00	IIT'00	IVT'99	IIIT'99
Cobertura de Intereses (UAFIR FI/Gto.Fin.) (UDM) ⁽²⁾ (Veces)	3.1	3.1	2.8	2.7
Apalancamiento Financiero (Deuda Tot./UAFIR FI) (UDM) ⁽²⁾ (Veces)	2.7	2.8	2.6	2.5
Deuda Total	1,578	1,614	1,588	1,608
Deuda de Corto Plazo ⁽³⁾	349	268	229	354
Deuda de Corto Plazo	1,229	1,346	1,359	1,272
Mezcla (%) dls / pesos/UDI's	76/12/12	78/11/11	77/12/11	76/14/10
Costo Prom. Ponderado de Deuda (%) (para el trimestre)	10.4	10.2	11.5 (UDM) ⁽²⁾	11.0

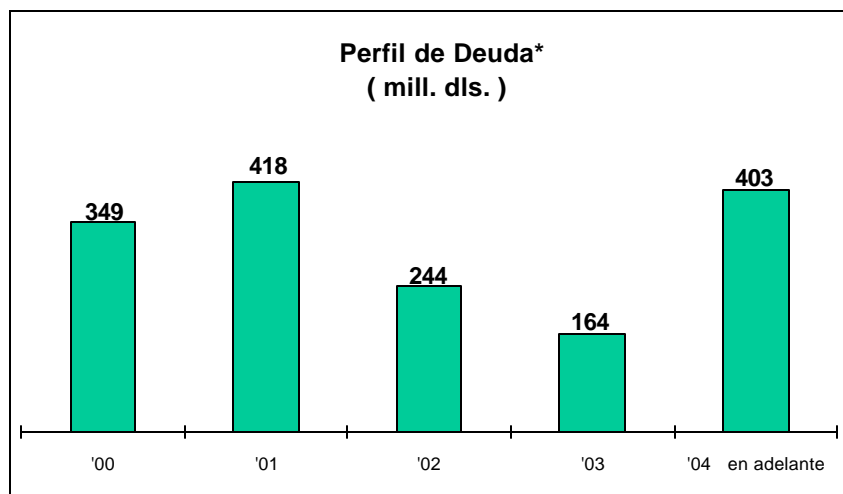
(1) Pesos constantes al final de cada trimestre convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio del fin del período respectivo

(2) Últimos doce meses.

(3) Corto plazo incluye vencimientos corto plazo de deuda consolidada.

Perfil de Deuda

- 78% de la deuda es de largo plazo.
- La vida promedio de la deuda es 3.3 años.
- Un 75% de la deuda a vencer en los próximos 12 meses (octubre'00 - septiembre'00) es relativa a comercio exterior y subsidiarias extranjeras.
- Vencimientos en los mercados públicos internacionales de deuda hasta el 2002.
- Composición de deuda: Tasa Fija = 31%; Tasa base variable y sobretasa fija = 47%; Tasa base y sobretasa variable = 22%.



* Vencimientos en los siguientes doce meses, partiendo de octubre de cada año.

Figura 5

Flujo de Efectivo

Una menor Inversión en Activo Fijo, junto con un menor Gasto Financiero Neto y una operación de factoraje por US\$45 mill. en el Negocio de Envases contribuyeron a una generación más fuerte del Flujo de Efectivo Libre Neto. Las inversiones en capital de trabajo, como porcentaje a ventas, se redujeron de 14.4% en IIIT'99 a 13.2 en el IIIT'00.

		IIIT'00	IIIT'99	% Var.	9M'00	9M'99	% Var.
UAFIR Flujo	Ps\$	1,350	1,588	(15.0)	4,087	4,701	(13.1)
UAFIR Flujo	US\$	144	155	(7.3)	424	442	(4.2)
(-) Gasto Financiero Neto *	Ps\$	535	610	(12.4)	1,574	1,885	(16.5)
(-) Gasto Financiero Neto *	US\$	57	59	(4.4)	163	176	(7.4)
(-) Inver. En Activo Fijo	Ps\$	200	470	(57.4)	637	1,432	(55.5)
(-) Inver. En Activo Fijo	US\$	21	46	(54.3)	66	136	(51.5)
(-) Adquisición de Harding			-	-.-	294	-	-.-
(-) Adquisición de Harding			-	-.-	31	-	-.-
(+/-) Inver. En Cap. De Trab.	Ps\$	64	(144)	-.-	(185)	(43)	330.7
(+/-) Inver. En Cap. De Trab.	US\$	4	(16)	-.-	(20)	(10)	100.0
= Flujo de Efectivo Libre	Ps\$	551	652	(15.4)	1,767	1,427	23.9
= Flujo de Efectivo Libre	US\$	62	65	(5.7)	184	140	31.1
(-) Impuestos y Divid. Pag. **	Ps\$	298	383	(22.2)	876	1,873	(53.2)
(-) Impuestos y Divid. Pag. **	US\$	32	38	(15.8)	92	176	(47.7)
= Flujo de Efectivo Libre Neto	Ps\$	253	269	(5.8)	891	(446)	-.-
= Flujo de Efectivo Libre Neto	US\$	30	27	8.2	92	(36)	-.-

* Incluye otros gastos y productos financieros.

** Los impuestos para IIIT'00 y 9M'00 son netos de un reembolso por Ps\$248 mill. (US\$26 mill.) recibido durante IIIT'00.

Vidrio Plano

(36% de las Ventas de Vitro)

Ventas

Las Ventas Netas Consolidadas crecieron anualmente en términos de pesos 11.0% (un incremento contra el trimestre anterior de 3.3%) y 18.4% de crecimiento anual al medirse en dólares. Esto se debe en parte a la incorporación de Harding Glass, que representa cerca del 50% del incremento acumulado de ventas al medirse en dólares año contra año. Las ventas adicionales de Harding se consolidaron en VVP America, como se puede apreciar por el crecimiento mostrado en las subsidiarias extranjeras. Las ventas en el extranjero (VVP America más exportaciones) representaron 70.3% del total de ventas de vidrio plano para el trimestre. El ligero decremento en exportaciones, principalmente en el sector automotriz, se debe básicamente al redireccionamiento de las ventas hacia el mercado doméstico y fue más que compensado con incrementos en este sector. Tanto los volúmenes del mercado de construcción como automotriz mejoraron en niveles similares en relación con el IIIT'99 y el IIT'00 (5.7% y 6.8%, respectivamente). Esto ayudó a compensar parcialmente las presiones de precios en los sectores de equipo original y la fuerte competencia, especialmente por importaciones de vidrio genérico, en el segmento de la construcción.

Tabla VIII
Vidrio Plano
Volumen de Ventas
(Millones de Metros Cuadrados
Reducidos)

	IIIT'00	IIIT'99	% Var.
Total	34,697	32,831	5.7%

fuerte que hizo las importaciones más competitivas dado que el precio de la mayoría de los productos de este negocio (alrededor de un 87% de las ventas) están directamente relacionados con el dólar, mientras que el peso domina la estructura de costos. La administración de Vidrio Plano continúa trabajando en programas de reducción de costos y mejora de eficiencias, tales como la unificación de dos líneas de hornos templados en sendas plantas del mercado automotriz, lo cual se llevará a cabo durante el IVT'00, las mejoras logradas en productividad al incrementar volúmenes de ventas, así como las estrategias llevadas a cabo para mejorar la mezcla de ventas de ciertas líneas de producto en los mercados donde compite. La administración de Vidrio Plano también está enfocada a mejorar los márgenes de operación de Harding para elevarlos a los niveles de VVP America a través de la implantación de sinergias y prácticas administrativas utilizadas en dicha subsidiaria.

Tabla VII
Vidrio Plano
(millones)

		IIIT'00	IIIT'99	% Var.
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	2,549	2,297	11.0%
Vtas. Netas Cons.	US\$	270	228	18.4%
Ventas	Ps\$	757	707	
Nacionales				7.1%
Ventas	US\$	80	69	
Nacionales				15.9%
Exportaciones	Ps\$	626	702	-10.8%
Exportaciones	US\$	66	68	-2.9%
Subs. Extranj.	Ps\$	1,174	894	31.3%
Subs. Extranj.	US\$	124	92	34.8%
UAFIR	Ps\$	351	424	-17.2%
UAFIR / Ventas	%	13.8%	18.5%	
UAFIR	US\$	37	42	-10.3%
UAFIR / Ventas	%	13.8%	18.2%	
UAFIR Flujo	Ps\$	489	557	-12.2%
UAFIR FI. / Vtas.	%	19.2%	24.2%	
UAFIR Flujo	US\$	52	55	-4.9%
UAFIR FI. / Vtas.	%	19.2%	23.9%	

UAFIR

El UAFIR disminuyó año contra año un 17.2% en términos de pesos y 10.3% en la variación anual medida en dólares. Los márgenes se vieron afectados contra el trimestre comparativo del año pasado por mayores gastos de operación a raíz de la adquisición de Harding Glass. Los márgenes también se sintieron presionados por el incremento en precios del gas natural, incrementos en ciertos materiales de empaque y un peso

Envases

(26% de las Ventas de Vitro)

Ventas

Las Ventas Netas Consolidadas de Envases disminuyeron año contra año en un 3.0% YoY en términos de pesos, aunque mostraron un incremento de 4.0% al medirse en dólares. La caída se dio primordialmente en el sector doméstico como resultado de un peso fuerte y algunas pérdidas en volúmenes en el segmento de cerveza por sobrecapacidad de uno de nuestros principales clientes que está integrado verticalmente. Sin embargo, las disminuciones en términos de volumen en los segmentos de refresco y cerveza fueron compensadas con incrementos en los segmentos de alimentos, cosméticos y farmacéuticos. En la parte de exportaciones, las ventas se incrementaron 12.5% en términos de dólares, principalmente en mercados nicho del sector alimenticio. Las ventas atribuibles a las subsidiarias en el extranjero

mostraron una disminución año contra año de 4.2% en términos de dólares, principalmente por Comegua, nuestra subsidiaria en Centroamérica.

UAFIR

El UAFIR cayó 28.9% año contra año en términos de pesos y 22.4% al medirse en dólares. Las iniciativas tomadas por la administración para reducir costos y gastos fueron neutralizadas este trimestre por fuertes incrementos en precios de gas natural y materiales de empaque, los cuales representan dos de los componentes más importantes en el costo de ventas del proceso de producción del vidrio. A pesar de las iniciativas de cobertura de gas natural tomadas por la compañía, el incremento en este renglón es de aproximadamente 50%

	IIIT'00	IIIT'99	% Var.
Domestic	995.6	984.5	1.1%
Exports	292.2	287.7	1.6%
Total	1,287.8	1,272.2	1.2%

contra su costo del año pasado (al medirse de forma acumulada año contra año). Los márgenes también se vieron afectados por la incapacidad de la compañía para compensar completamente vía productividad el efecto económico negativo de una inflación mucho mayor a la devaluación experimentada. Para la mayor parte de los mercados en que participa este negocio, el precio de sus productos es establecido por el dólar mientras que los costos son dominados por el peso. Las continuas incursiones del plástico en los segmentos de refrescos y alimentos han llevado a mayores presiones de precios en el sector doméstico. La administración continúa trabajando en efectuar ajustes operativos como un medio para mejorar la productividad en este negocio y reducir más sus costos fijos.

		IIIT'00	IIIT'99	% Var.
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	1,866	1,924	-3.0%
Vtas. Netas Cons.	US\$	198	190	4.0%
Ventas Nacionales	Ps\$	1,136	1,212	-6.3%
Ventas Nacionales	US\$	121	118	2.5%
Exportaciones	Ps\$	512	474	8.0%
Exportaciones	US\$	54	48	12.5%
Subs. Extranj.	Ps\$	218	237	-8.0%
Subs. Extranj.	US\$	23	24	-4.2%
UAFIR	Ps\$	175	246	-28.9%
UAFIR / Ventas	%	9.4%	12.8%	
UAFIR	US\$	19	24	-22.4%
UAFIR / Ventas	%	9.4%	12.6%	
UAFIR Flujo	Ps\$	374	481	-22.3%
UAFIR FI. / Vtas.	%	20.0%	25.0%	
UAFIR Flujo	US\$	40	47	-15.3%
UAFIR FI. / Vtas.	%	20.1%	24.7%	

Enseres Domésticos

(19 % de las Ventas de Vitro)

Ventas

Las Ventas Netas Consolidadas subieron 6.2% en términos de pesos (un incremento de 16.5% en términos de dólares). La compañía está tomando ventaja de la fuerte demanda en el mercado doméstico, la cual ayudó a compensar la ligera disminución en precios producida como resultado de presiones por importaciones de Asia, especialmente en la línea de refrigeradores. De hecho, en el segmento de lavadoras, la compañía ha lanzado con éxito al mercado una nueva línea de lavadoras automáticas bajo la marca Whirlpool y una nueva línea de centro de lavado (lavadora y secadora). En el segmento de refrigeradores, están actualmente en proceso de lanzamiento dos nuevos modelos de dos puertas de 9 y 11 pies bajo la marca Acros. Las ventas de exportación bajaron como consecuencia de mercados débiles en Centroamérica y el Caribe, así como una baja en volúmenes afectada ligeramente por el retraso en el lanzamiento del proyecto de estufas Siglo XXI. La nueva línea de estufas se reagendó para salir en el 2001. El proyecto enfrentó inicialmente algunos ajustes en especificaciones, y la compañía, comprometida a mantener sus estándares de calidad ya reconocidos por sus clientes, decidió postponer su entrada al

		IIIT'00	IIIT'99	%Var.
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	1,327	1,249	6.2%
Vtas. Netas Cons.	US\$	141	121	16.5%
Ventas Nacionales	Ps\$	976	799	22.2%
Ventas Nacionales	US\$	104	78	33.3%
Exportaciones	Ps\$	352	450	-21.8%
Exportaciones	US\$	37	44	-15.9%
UAFIR	Ps\$	133	161	-17.4%
UAFIR / Ventas	%	10.0%	12.9%	
UAFIR	US\$	14	16	-9.3%
UAFIR / Ventas	%	10.0%	12.9%	
UAFIR Flujo	Ps\$	196	226	-13.3%
UAFIR FI. / Vtas.	%	14.8%	18.1%	
UAFIR Flujo	US\$	21	22	-4.6%
UAFIR FI. / Vtas.	%	14.8%	18.0%	

mercado y usar el exceso de capacidad para vender estufas de la plataforma tradicional. En global, las expectativas de crecimiento del mercado en términos de volúmenes continúan viéndose muy favorables para este año (crecimiento de dos cifras), al compararse contra el año anterior. Las ventas en volúmenes crecieron 13.5% contra 1999, con el segmento doméstico creciendo 32.6% y representando aproximadamente 76% del total de ventas en términos de volumen.

UAFIR

El UAFIR disminuyó 17.4% en términos de pesos (una disminución de 9.3% en términos de dólares). La presión en los márgenes se debió principalmente a una estrategia en precios, especialmente en el segmento de refrigeradores, debido a la presión en precios por importaciones, básicamente de Corea. De hecho, la compañía, junto con su principal competidor doméstico, MABE, presentó una demanda de competencia desleal (dumping), contra importaciones de Corea, la cual se inició en Septiembre 11, 2000 y está actualmente en espera de resolución de parte del gobierno mexicano. La administración continúa sus esfuerzos por reducir sus costos y gastos, incluyendo entre otros la venta de una línea de producción dentro de su negocio de partes de plástico y esfuerzos de reestructuración organizacional.

Industrias Diversas

(11 % de las Ventas de Vitro)

Ventas

La caída en las Ventas Netas Consolidadas del negocio continúa siendo atribuible a la alta exposición del mismo al dólar (aproximadamente un 85% de las ventas), a la desinversión del negocio de Silicatos el pasado mes de diciembre, que representaba alrededor del 10.0% de las ventas netas de Industrias Diversas, y a la reducción substancial de ventas de bienes de capital de FAMA como consecuencia de la disminución en el programa de inversiones en activo fijo llevado a cabo por las subsidiarias de Vitro. Otro factor que afectó ventas este trimestre lo constituye la terminación del contrato de co-inversión de Grupo Vitro con General Electric, suspendiendo por ende dichas operaciones en función de que no se llegaron a concretar las expectativas de ventas contenidas en su plan de negocios. Las ventas de esta empresa representaban cerca del 6% de las ventas netas del negocio (menos de 1% de las Ventas Netas Consolidadas del Grupo Vitro). La baja en ventas fue parcialmente compensada por incrementos en ventas en el negocio de vidrio borosilicato (ENBOSA), las operaciones de plástico (ECSA y Plásticos Bosco) y el negocio de aluminio (VANCAN), que representan respectivamente 10%, 16% y 20% de las ventas netas del negocio.

UAFIR

El UAFIR disminuyó 27.9% 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, que en particular afectaron los resultados de Alkali. El efecto del tipo de cambio se reflejó particularmente en los negocios de bienes de capital (FAMA) y de productos genéricos como el caso de las latas de aluminio y el carbonato de sodio (Vancan y Alkali). La operación de Silicatos representó alrededor del 9.5% del UAFIR del IIIT'99 y su desinversión provocó cerca de 8 puntos porcentuales del decremento año contra año. El cierre de la planta en el contrato de co-inversión con GE significó un cargo a resultados de aproximadamente \$10.2 millones de dólares, estimándose una disminución en el pasivo consolidado de \$10 millones de dólares para fin de año. La administración de Industrias Diversas sigue trabajando en oportunidades para aumentar las ventas de Fama hacia clientes no relacionados con la industria del vidrio, aumentar los volúmenes de ventas de las latas de aluminio y productos de vidrio de borosilicato y reducir los costos en general en todos los diferentes negocios.

Tabla XII
Industrias Diversas
(millones)

		IIIT'00	IIIT'99	%Var.
Ventas Netas	Ps\$	811	901	-10.0%
Ventas Netas	US\$	86	88	-1.7%
Vtas. Netas	Ps\$	744	832	-10.6%
Cons.				
Vtas. Netas	US\$	79	81	-2.4%
Cons.				
Ventas Nac.	Ps\$	658	729	-9.7%
Ventas Nac.	US\$	70	71	-1.4%
Exportaciones	Ps\$	142	163	-12.9%
Exportaciones	US\$	16	16	0.0%
UAFIR	Ps\$	93	129	-27.9%
UAFIR / Ventas	%	12.5%	15.5%	
UAFIR	US\$	10	13	-20.3%
UAFIR / Ventas	%	12.6%	15.4%	
UAFIR Flujo	Ps\$	147	189	-22.2%
UAFIR FI. / Vtas.	%	19.8%	22.7%	
UAFIR Flujo	US\$	16	18	-14.6%
UAFIR FI. / Vtas.	%	19.8%	22.6%	

Cristalería

(8 % de las Ventas de Vitro)

Ventas

Las ventas netas consolidadas crecieron 6.3% en términos de pesos, especialmente en el mercado doméstico como resultado de mayores ventas dentro del segmento promocional del negocio. Los volúmenes domésticos crecieron cerca del 10% gracias a las condiciones económicas favorables. Los volúmenes acumulados totales han aumentado cerca del 12% contra el año anterior. Las ventas de exportación a los Estados Unidos contrarrestaron la reducción en otros mercados por el peso fuerte y lograron que las ventas de exportación se mantuvieran año contra año.

Tabla XIV			
Cristalería			
Mezcla de Ventas (%)			
		IIIT'00	IIIT'99
Nacional +	Industrial	39%	41%
Exportación	Consumidor	61%	59%

Tabla XIII
Cristalería
(millones)

		<u>IIIT'00</u>	<u>IIIT'99</u>	<u>%Var.</u>
Vtas. Netas Cons.	Ps\$	555	522	6.3%
Vtas. Netas Cons.	US\$	59	51	14.8%
Ventas Nac.	Ps\$	357	310	15.2%
Ventas Nac.	US\$	38	30	26.7%
Exportaciones	Ps\$	201	214	-6.1%
Exportaciones	US\$	21	21	0.0%
UAFIR	Ps\$	117	118	-0.8%
UAFIR / Ventas	%	21.1%	22.6%	
UAFIR	US\$	12	12	7.9%
UAFIR / Ventas	%	21.1%	22.4%	
UAFIR Flujo	Ps\$	175	162	8.0%
UAFIR FI. / Vtas.	%	31.5%	31.0%	
UAFIR Flujo	US\$	19	16	17.9%
UAFIR FI. / Vtas.	%	31.5%	30.7%	

UAFIR

El UAFIR se mantuvo prácticamente sin cambios contra el año anterior (-0.8% en términos de pesos), pero vale la pena destacar que los márgenes aumentaron 290 puntos base contra el trimestre previo (IIIT'00). Las iniciativas tomadas por la administración, tanto en estrategias de precios como en esfuerzos de reducción de costos y gastos, compensaron los incrementos de precio en el gas natural y otros materiales de empaque. La administración continúa buscando oportunidades para reducir costos y gastos en general y así contrarrestar los aumentos de los insumos ya mencionados en los trimestres futuros.

Hechos Importantes

ACTUALIZACION DEL PLAN DE DESINVERSIONES

Durante IIIT'00 el plan de desinversiones alcanzó la cantidad de US\$32.5 mill. a través de la venta de la línea de producción de inyección de plástico moldeado de Viplásticos, empresa del Negocio de Enseres Domésticos por un monto de US\$7.1 mill., así como venta de bienes raíces por aproximadamente US\$10 mill. Anteriormente se habían desinvertido las operaciones de silicatos (US\$9.9 mill.) y COMADEVI (US\$5.5).

RECOMPRA DE ACCIONES PARA TESORERÍA

Contando desde marzo de este año con la autorización del Consejo de Administración, el 6 de octubre Grupo Vitro recompró 8,800,000 acciones en el mercado como fue informado en su momento. Con dicha transacción concluyó el programa de recompra de acciones de tesorería autorizado por el Consejo el 31 de marzo pasado, llegando a acumular actualmente un total de 34,270,000 acciones en tesorería.

COMPRA-VENTA DE ACCIONES DEL FIDEICOMISO DEL PLAN DE OPCIÓN DE ACCIONES PARA EJECUTIVOS

Como también se informó oportunamente el 29 de septiembre, el fideicomiso del Plan de Opción de Acciones para Ejecutivos de Vitro vendió 11,375,000 acciones en el mercado. Con la intención de garantizar el costo relativo a los derechos que dichas opciones generan a favor de sus ejecutivos, Vitro celebró un contrato a través del cual conservó el valor económico de dichas acciones.

Adicionalmente, el día 6 de octubre del 2000, el fideicomiso compró 11,000,000 de acciones de la emisora con los recursos obtenidos de la venta de las mencionadas acciones, con lo cual el fideicomiso cuenta a la fecha con

32,049,540 acciones. Actualmente este fideicomiso tiene como límite de inversión hasta el 10% del capital social de la emisora, y está facultado para comprar o vender acciones dentro de dicho límite, asegurando el cumplimiento de sus fines.

FONDEO DEL PLAN DE JUBILACIÓN

Grupo Vitro anunció que en la última junta del Consejo de Administración, se resolvió fondear parcialmente el Plan de Pensiones de las subsidiarias del grupo, para permitirles eventualmente cubrir el pasivo acumulado por dicho concepto.

Para este fin, el Consejo de Administración autorizó que, cumpliendo con las regulaciones aplicables, se destinen en forma gradual las acciones que actualmente se encuentran en tesorería, así como las que se encuentran en el Fideicomiso de Opciones de Compra de Acciones para Ejecutivos, con un límite de inversión de hasta un 20% del capital social de Vitro.

Lo anterior, además de lograr obtener los beneficios fiscales y financieros que implica el fondear los planes de pensiones, asegurará el regreso ordenado y a largo plazo de estas acciones al mercado.

INFORMACION A FUTURO PUEDE NO REALIZARSE

Este comunicado contiene ciertas declaraciones e información a futuro e información relacionada a Vitro, S.A. de C.V. y sus subsidiarias (colectivamente, "Vitro") que se basan en la opinión de su Administración así como estimaciones hechas e información disponible actual de Vitro. Estas declaraciones reflejan la visión actual de Vitro con respecto a eventos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, eventos inciertos y premisas. Muchos factores podrían causar que los resultados futuros, desempeño o logros de Vitro sean diferentes a los expresados o asumidos en las siguientes declaraciones, incluyendo, entre otros, cambios de la economía en general, política de gobierno y condiciones de negocios globales, así como en los países que Vitro lleva a cabo negocios. Si uno o varios de estos riesgos efectivamente ocurren, o las premisas o estimaciones demuestran ser incorrectas, los resultados a futuro pueden variar significativamente de los descritos o anticipados, asumidos, estimados, esperados o presupuestados. Vitro no intenta, ni asume ninguna obligación de actualizar las declaraciones aquí presentadas.

Vitro produce vidrio plano, envases de vidrio, y vidrio automotriz, artículos de vidrio y cristal para mesa y cocina, envases de plástico, latas de aluminio y enseres domésticos para uso industrial, comercial y de último consumidor. Vitro abastece numerosas industrias, incluyendo la automotriz, construcción, alimentos y bebidas, entre otras. Con base en Monterrey, México y fundada en 1909, Vitro cuenta con doce alianzas estratégicas con grandes corporaciones alrededor del mundo. Vitro opera más de cien plantas y centros de distribución en ocho países, incluyendo México y los Estados Unidos, exportando sus productos a más de 70 países.

VITRO, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
AL 30 SEPTIEMBRE DE 2000 (EN MILLONES)

Rubro	Tercer Trimestre						Enero - Septiembre								
	Pesos Constantes			Dólares Nominales ⁽¹⁾			Pesos Constantes			Dólares Nominales ⁽¹⁾					
	2000	1999	% Var.	2000	1999	% Var.	2000	1999	% Var.	2000	1999	% Var.			
ESTADO DE RESULTADOS															
1	Ventas Netas Consolidadas	7,124	6,831	4.3	757	673	12.4	20,400	20,186	1.1	2,122	1,931	9.9		
2	Costo de Ventas	5,072	4,749	6.8	539	468	15.0	14,407	13,948	3.3	1,499	1,336	12.2		
3	Utilidad Bruta	2,053	2,082	(1.4)	218	205	6.3	5,993	6,237	(3.9)	623	595	4.7		
4	Gastos de Operación	1,236	1,052	17.6	131	104	25.6	3,434	3,137	9.5	358	303	18.0		
5	Utilidad de Operación	816	1,031	(20.8)	87	101	(13.7)	2,559	3,100	(17.5)	265	292	(9.1)		
6	Gastos Financieros	547	624	(12.3)	58	61	(4.3)	1,604	1,928	(16.8)	166	180	(7.8)		
7	Productos Financieros	12	14	(11.2)	1	1	(2.4)	30	43	(30.9)	3	4	(23.2)		
8	Pérd. Cambiarias (Gan.)	(439)	(71)	516.3	(47)	(7)	573.4	56	(513)	--	3	(52)	--		
9	Gan. Por Pos. Monet.	253	333	(23.9)	27	32	(16.9)	893	1,491	(40.1)	92	136	(32.3)		
10	Costo Int. De Financiam.	(157)	207	--	(17)	20	--	736	(119)	--	74	(12)	--		
11	Otros Ingresos	(175)	(777)	(77.5)	(19)	(76)	(75.6)	(249)	(1,014)	(75.5)	(26)	(98)	(73.4)		
12	Particip. En la Utilidad Neta de Asociadas no Consol.	1	4	(68.0)	0	0	(64.7)	5	18	(74.0)	1	2	(60.4)		
13	Ut. Antes Imps. y PTU	800	51	1,459.1	85	5	1,733.6	1,578	2,223	(29.0)	166,232	206,832	(19.6)		
14	ISR y PTU	433	627	(31.0)	46	61	(23.9)	838	1,632	(48.6)	88	160	(45.1)		
15	Ut. Neta Opns. Cont.	367	(576)	--	39	(56)	--	740	592	25.1	78	47	67.5		
16	Util. (Pérd.) de Opns. Discontinuas	-	188	--	-	18	--	-	498	--	-	52	--		
17	Partid. Extraord., Netas	-	65	--	-	6	--	-	185	--	-	18	--		
18	Utilidad Neta	367	(323)	--	39	(32)	--	740	1,275	(41.9)	78,459	116,85	(32.9)		
19	Util. Neta del Int. Mayorit.	251	(476)	--	27	(47)	--	393	569	(31.0)	42	50	(15.3)		
20	Util. Neta del Int. Minorit.	116	152	(23.8)	12	15	(17.7)	348	706	(50.8)	36,164	66,907	(45.9)		
BALANCE GENERAL															
21	Efevo. Y Equiv. De Efevo.	552	471	17.2	58	47	23.6	INDICADORES FINANC.					#	IIIQ'00	IIIQ'99
22	Clientes	2,342	2,586	(9.4)	248	256	(3.3)	Deuda/UAFIR Flujo (UDM, veces)					2.7	2.5	
23	Inventarios	3,557	3,354	6.1	377	334	12.7	UAFIR F/Gto. Fin. Net.(UDM, veces)					3.1	2.7	
24	Otros Activos Circulantes	1,256	1,009	-	133	101	32.1	Deuda/Deuda + Cap. Cont. (veces)					0.6	0.6	
25	Activo Circul. Total	7,708	7,419	3.9	816	739	10.5	Deuda/Capital (veces)					1.7	1.4	
26	Inv. En Asoc. no Cons.	176	222	(20.4)	19	22	(14.3)	Pasivo Total/ Cap. Cont. (veces)					2.5	1.9	
27	Terr., Maquin., y Equipo	21,499	22,918	(6.2)	2,276	2,258	0.8	Act. Circ./Pas. Circ. (veces)					1.0	1.0	
28	Activos Diferidos	1,527	1,530	(0.2)	162	151	6.9	Ventas /Activos (veces)					0.9	0.8	
29	Otr. Act. de Largo Plazo	458	948	(51.7)	48	94	(48.2)	Util. (Perd.)/Acción (Ps\$) *					0.93	(1.52)	
30	Activos Totales	31,368	33,037	(5.1)	3,321	3,263	1.8	Util. (Perd.)/ADR (US\$) *					0.29	(0.48)	
	Deuda Corto Plazo & Venc.	-	-	-	-	-	-	* Considerado el el promedio ponderado de acciones en circulación							
31	Deuda Largo Plazo.	3,291	3,574	(7.9)	348	353	(1.4)	OTRA INFORMACION							
32	Proveedores	2,288	1,984	15.3	242	196	23.5	# Acciones Emitidas (miles)					324,000	324,000	
33	Otras Cuentas por Pagar	2,305	1,641	40.4	244	164	49.2	# Promedio Ponderado de Acciones en Circulación (miles)					269,897	312,168	
34	Pasivo Circul. Total	7,884	7,200	9.5	835	713	17.1	Empleados					34,160	33,399	
35	Deuda a Largo Plazo	11,617	12,758	(8.9)	1,230	1,255	(2.0)								
36	Otr. Pasivos Largo Plazo	2,931	1,494	96.1	310	147	111.2								
37	Pasivo Total	22,432	21,452	4.6	2,375	2,115	12.3								
38	Cap. Social Actualizado	5,970	6,584	(9.3)	632	659	(4.1)								
39	Utilidades Acumuladas	(126)	1,039	--	(13)	96	--								
40	Interés Minoritario	3,091	3,962	(22.0)	327	393	(16.6)								
41	Suma del Cap. Cont.	8,935	11,584	(22.9)	946	1,148	(17.6)								

⁽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 30 DE SEPTIEMBRE DE 2000 (EN MILLONES)

	Tercer Trimestre						Enero - Septiembre						Volúmenes e Información de Mezcla de Ventas de Unidades de Negocios (Donde Aplique)						
	Pesos Constantes			Dólares Nominales ¹			Pesos Constantes			Dólares Nominales ¹			Tercer Trimestre			Enero - Septiembre			
	2000	1999	%	2000	1999	%	2000	1999	%	2000	1999	%	2000	1999	%	2000	1999	%	
VIDRIO PLANO													VIDRIO PLANO (MM. M2 Red.)						
Ventas Netas	2,558	2,302	11.1%	271	229	18.5%	7,172	6,789	5.6%	748	658	13.7%	Const. + Autom.	34,697	32,831	5.7%	99,121	92,045	7.7%
Ventas Interdiv.	9	5	80.0%	1	1	49.7%	23	18	27.8%	2	2	35.3%							
Vtas. Net Con.	2,549	2,297	11.0%	270	228	18.4%	7,149	6,771	5.6%	746	656	13.7%							
Expor. (US\$) ¹	66	68	-2.9%	66	68	-2.9%	199	195	2.1%	199	195	2.1%							
UAFIR	351	424	-17.2%	37	42	-10.3%	1,094	1,279	-14.5%	113	120	-5.9%							
Margen ²	13.8%	18.5%		13.8%	18.2%		15.3%	18.9%		15.2%	18.4%								
UAFIR Flujo	489	557	-12.2%	52	55	-4.9%	1,500	1,683	-10.9%	156	158	-1.8%							
Margen ²	19.2%	24.2%		19.2%	23.9%		21.0%	24.9%		20.9%	24.2%								
ENVASES													ENVASES (MM Piezas)						
Ventas Netas	1,866	1,924	-3.0%	198	190	4.0%	5,449	5,698	-4.4%	568	550	3.2%	Doméstico	996	985	1.1%	2,794	2,844	-1.8%
Ventas Interdiv.	-	-	-	0	0	29.2%	1	4	-75.0%	-	0	-	Exportación	292	288	1.6%	930	836	11.2%
Vtas. Net Con.	1,866	1,924	-3.0%	198	190	4.0%	5,448	5,694	-4.3%	568	550	3.3%	Total: Dom.+Exp.	1,288	1,272	1.2%	3,724	3,680	1.2%
Expor. (US\$) ¹	54	48	12.5%	54	48	12.5%	157	143	9.8%	157	143	9.8%							
UAFIR	175	246	-28.9%	19	24	-22.4%	693	795	-12.9%	72	75	-4.7%							
Margen ²	9.4%	12.8%		9.4%	12.6%		12.7%	14.0%		12.6%	13.7%								
UAFIR Flujo	374	481	-22.3%	40	47	-15.3%	1,263	1,442	-12.4%	131	136	-3.9%							
Margen ²	20.0%	25.0%		20.1%	24.7%		23.2%	25.3%		23.1%	24.8%								
ENSERES DOMESTICOS																			
Ventas Netas	1,327	1,249	6.2%	141	121	16.5%	3,877	3,773	2.8%	402	353	13.8%							
Ventas Interdiv.	-	-	-	0	0	80.0%	-	-	-	0	0	150.0%							
Vtas. Net Con.	1,327	1,249	6.2%	141	121	16.5%	3,877	3,773	2.8%	402	353	13.8%							
Expor. (US\$) ¹	37	44	-15.9%	37	44	-15.9%	126	126	0.0%	126	126	0.0%							
UAFIR	133	161	-17.4%	14	16	-9.3%	393	419	-6.2%	41	40	2.9%							
Margen ²	10.0%	12.9%		10.0%	12.9%		10.1%	11.1%		10.1%	11.2%								
UAFIR Flujo	196	226	-13.3%	21	22	-4.6%	582	611	-4.7%	60	58	4.8%							
Margen ²	14.8%	18.1%		14.8%	18.0%		15.0%	16.2%		15.0%	16.3%								
INDUSTRIAS DIVERSAS																			
Ventas Netas	811	901	-10.0%	86	88	-1.7%	2,413	2,794	-13.6%	250	262	-4.5%							
Ventas Interdiv.	67	69	-2.9%	7	7	6.9%	199	365	-45.5%	21	34	-38.5%							
Vtas. Net Con.	744	832	-10.6%	79	81	-2.4%	2,214	2,429	-8.9%	229	228	0.5%							
Expor. (US\$) ¹	16	16	0.0%	16	16	0.0%	49	42	16.7%	49	42	16.7%							
UAFIR	93	129	-27.9%	10	13	-20.3%	320	466	-31.3%	33	43	-23.4%							
Margen ²	12.5%	15.5%		12.6%	15.4%		14.5%	19.2%		14.4%	18.9%								
UAFIR Flujo	147	189	-22.2%	16	18	-14.6%	485	646	-24.9%	50	60	-16.5%							
Margen ²	19.8%	22.7%		19.8%	22.6%		21.9%	26.6%		21.9%	26.3%								
CRISTALERIA													CRISTALERIA (Mzcla de Ventas %)						
Ventas Netas	558	524	6.5%	59	52	15.1%	1,620	1,501	7.9%	168	143	18.1%	Detallistas	61	59	62	63		
Ventas Interdiv.	3	2	50.0%	0	0	80.3%	11	17	-35.3%	1	2	-28.1%	Industriales	39	41	38	37		
Vtas. Net Con.	555	522	6.3%	59	51	14.8%	1,609	1,484	8.4%	167	141	18.6%							
Expor. (US\$) ¹	21	21	0.0%	21	21	0.0%	65	53	22.6%	65	53	22.6%							
UAFIR	117	118	-0.8%	12	12	7.9%	312	322	-3.1%	32	30	6.6%							
Margen ²	21.1%	22.6%		21.1%	22.4%		19.4%	21.7%		19.4%	21.6%								
UAFIR Flujo	175	162	8.0%	19	16	17.9%	450	443	1.6%	47	42	12.3%							
Margen ²	31.5%	31.0%		31.5%	30.7%		28.0%	29.9%		28.0%	29.6%								
CONSOLIDADO³																			
Ventas Netas	7,203	6,907	4.3%	765	682	12.2%	20,634	20,590	0.2%	2,147	1,972	8.9%							
Ventas Interdiv.	79	76	3.9%	8	8	0.7%	234	404	-42.1%	24	41	-40.4%							
Vtas. Net Con.	7,124	6,831	4.3%	757	673	12.4%	20,400	20,186	1.1%	2,122	1,931	9.9%							
Expor. (US\$) ¹	194	198	-2.0%	194	198	-2.0%	596	559	6.6%	596	559	6.6%							
UAFIR	816	1,031	-20.8%	87	101	-13.7%	2,559	3,100	-17.5%	265	292	-9.1%							
Margen ²	11.5%	15.1%		11.5%	15.0%		12.5%	15.4%		12.5%	15.1%								
UAFIR Flujo	1,350	1,588	-15.0%	144	155	-7.3%	4,087	4,701	-13.1%	424	442	-4.2%							
Margen ²	19.0%	23.2%		19.0%	23.0%		20.0%	23.3%		20.0%	22.9%								

⁽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.