



## Vitro reporta resultados del primer trimestre de 2022

San Pedro Garza García, Nuevo León, México, 2 de mayo de 2022 – Vitro, S.A.B. de C.V. (BMV: VITROA), en lo sucesivo “Vitro” o la “Compañía”, empresa líder en la fabricación de vidrio en Norteamérica, anunció hoy sus resultados financieros para el primer trimestre de 2022 (“1T22”).

### HECHOS SOBRESALIENTES 1T22

- Las Ventas Netas Consolidadas incrementaron 16.4% año contra año en el 1T22 comparación con el primer trimestre de 2021 (“1T21”) principalmente por mayores ventas de todas las unidades de negocio debido a un mercado más activo, una mayor demanda, y a que en 1T21 una tormenta invernal temporalmente afectó nuestras operaciones en Estados Unidos y México.
- Las ventas de Vidrio Plano aumentaron 14.8% en 1T22 en comparación con 1T21, principalmente por mejores ventas del negocio Arquitectónico seguido de una recuperación de las ventas del negocio Automotriz en México y Colombia. Las ventas de Arquitectónico incrementaron por una mayor demanda de vidrio para el mercado de especialidades, residencial y comercial en Estados Unidos y México.
- Las ventas de Envases aumentaron 27.1% en 1T22 año contra año en comparación con 1T21 por un mayor volumen de envases de vidrio para cosméticos, fragancias y licores del segmento medio-alto y ciertos artículos de tocador de valor agregado, así como envases para productos farmacéuticos, una mejor mezcla de precio y producto de envases de vidrio y un incremento en las ventas del negocio de maquinaria y equipos.
- Las ventas de Productos Químicos Inorgánicos incrementaron en 1T22 en comparación al mismo periodo de 2021 principalmente por mejores ventas de carbonato de sodio dado el paro de producción de la industria de fabricación de vidrio y fundición de acero ante la falta de electricidad y gas provocado por la tormenta invernal durante 1T21.

### RESUMEN RESULTADOS FINANCIEROS\*

Millones de Dólares

RESUMEN RESULTADOS FINANCIEROS*			
	1T'22	1T'21	% Cambio
Ventas Netas Consolidadas	552	474	16.4%
<i>Vidrio Plano</i>	442	385	14.8%
<i>Envases</i>	64	51	27.1%
<i>Químicos</i>	46	40	13.5%
Costo de Ventas	430	371	15.7%
Utilidad Bruta	123	103	19.2%
<i>Margen Bruto</i>	22.2%	21.7%	0.5 pp
Gastos Generales	101	89	13.5%
<i>Gastos Generales % ventas</i>	18.3%	18.8%	-0.5 pp
UAFIR <sup>(1)</sup>	22	14	56.4%
<i>Margen de UAFIR</i>	3.9%	2.9%	1 pp
UAFIR Flujo <sup>(1)</sup>	59	53	11.7%
<i>Vidrio Plano</i>	36	27	34.7%
<i>Envases</i>	15	12	27.2%
<i>Químicos</i>	7	14	-50.4%
<i>Margen de UAFIR Flujo</i>	10.7%	11.2%	-0.5 pp
Utilidad neta	19.0	(0)	NA
Flujo antes de Inversión en Activo Fijo	20	(13)	-250.7%
Total Deuda	765	737	3.7%
<i>Corto Plazo</i>	155	121	28.0%
<i>Largo Plazo</i>	609	616	-1.1%
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	85	232	-63.4%
Total Deuda Neta	680	505	34.6%

\* Millones de dólares  
(1) El UAFIR y UAFIR Flujo son presentados antes de otros gastos e ingresos.

- El UAFIR Flujo incrementó 11.7% en 1T22 en comparación con 1T21 principalmente por mayores ventas del segmento de Vidrio Plano, Envases y Químicos, contrarrestado por los efectos de la presión inflacionaria y conflictos bélicos entre Rusia y Ucrania, resultando en el incremento en los precios del gas natural y energía eléctrica, mayores costos de materias primas, incremento en costos de transportación y fletes.
- La Deuda Neta al cierre del 1T22 fue US\$680 millones, incluyendo el saldo insoluto de las líneas de capital de trabajo utilizadas al cierre del ejercicio. Durante el 1T22, Vitro realizó inversiones de activos fijos por US\$26 millones.

Este informe presenta información financiera no auditada preparada en dólares estadounidenses de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés). Ciertas cantidades pueden no sumar debido al redondeo.

**El Lic. Adrián Sada Cueva, Director General Ejecutivo, comentó respecto a los resultados y perspectivas de la Compañía:** “Vidro cerró el primer trimestre de 2022 con sólidos resultados. El avance positivo se vio impulsado por una mayor demanda de nuestros productos y por los esfuerzos y avances en traspasar parcialmente la inflación a nuestros mercados.

*Durante el trimestre, el entorno inflacionario continuó con los aumentos en los costos de fabricación, principalmente de las materias primas y energéticos, incluido el gas natural que impacta directamente la fabricación de vidrio plano, envases y químicos inorgánicos. Acompañado con este incremento en costos de fabricación, el incremento en los costos logísticos impactó los resultados de forma negativa. La baja oferta de transportación para entregar materiales a nuestras plantas y productos a nuestros clientes continúa afectando la operación.*

*El mercado de construcción en Estados Unidos se mantiene activo, permitiendo un nivel de operación alto y eficiente del negocio Arquitectónico, con capacidades operativas prácticamente llenas. Particularmente, la industria de especialidades y el mercado comercial de valor agregado tuvo un incremento en el primer trimestre de 2022 comparado con el mismo periodo del año anterior lo que brinda la posibilidad de entregar mejores resultados. Por otro lado, el mercado residencial se mantiene en niveles estables.*

*El negocio Automotriz continúa navegando a través de un entorno complicado, efecto de las disrupciones en las cadenas de suministro y el incremento en los costos de insumos y fabricación. La situación de la demanda global de semiconductores ha mostrado ligeros signos de recuperación y estabilidad, mas no al nivel esperado que nos permita operar de manera óptima. Seguimos trabajando con nuestros clientes para reflejar este nuevo entorno en nuestras condiciones comerciales.*

*La apertura en la economía y menores niveles de contagios de COVID-19 en el mundo benefició durante el primer trimestre a la industria de envases de vidrio para cosméticos, fragancias y artículos de tocador. El comercio de estos productos ha resultado en niveles altos históricos en la fabricación de envases de vidrio en nuestras plantas, las cuales se mantienen operando a capacidad. Al igual que en el mercado de cosméticos y fragancias, la demanda por envases para licores de media-alta gama fue muy positiva para los resultados de nuestro negocio. Durante el trimestre seguimos avanzando en la construcción de nuestro nuevo horno para envases lo cual nos permitirá crecer de manera importante en este segmento en los próximos años.*

*El negocio de Químicos continua con firme demanda del mercado nacional, principalmente el de detergentes, fabricación de vidrio y pecuario. Nuestras plantas tuvieron un excelente desempeño en la fabricación, sin embargo en este segmento es donde hemos enfrentado un mayor impacto inflacionario afectando negativamente nuestra rentabilidad en el periodo.*

*Estamos motivados por haber logrado cerrar el primer trimestre con una mejoría en nuestro nivel de ventas y márgenes, esto a pesar de las dificultades en el entorno económico y geopolítico.”*

**El Director General de Administración y Finanzas, C.P. Claudio del Valle, comentó sobre los resultados financieros:** “Comenzamos el año con un crecimiento de ventas de dos dígitos y un sólido desempeño de nuestros negocios, principalmente de los segmentos Arquitectónico y Envases. Estos se están desempeñando positivamente durante un período de continua volatilidad y alta inflación. Durante este trimestre, los resultados fueron afectados negativamente por altos costos de fabricación, sin embargo logramos contener ciertos efectos e incrementar el UAFIR Flujo en comparación con el mismo trimestre del año anterior. Continuamos diseñando e implementado estrategias para sostener estos tiempos de presiones inflacionarias y alta volatilidad en los mercados en los que participamos.

*Vidro mantiene temporalmente un balance con US\$85 millones de efectivo y equivalentes de efectivo, el cual fue afectado por el incremento costos de fabricación, inversión en capital de trabajo principalmente por la reparación del horno VF2, pagos de impuestos en México y Estados Unidos, una lenta recuperación del IVA e inversiones en proyectos de crecimiento orgánico. El nivel de deuda neta ascendió a US\$680 millones.*

*En una historia de más de 110 años, Vitro ha superado muchas etapas retadoras y ha salido más fortalecido de las mismas. Estamos convencidos que con nuestras estrategias y ejecución, saldremos con mayor fortaleza de los retos que hoy día se presentan, tales como las disrupciones por Covid-19 y las presiones inflacionarias. Todo esto gracias al talento y dedicación del Equipo Vitro”.*

## RESULTADOS CONSOLIDADOS

En cumplimiento con un análisis alineado a IFRS 8, el negocio de Productos Químicos Inorgánicos ("Álcali") fue escindido del segmento Vidrio Plano y se presenta como un segmento reportable "Químicos".

El segmento de Vidrio Plano está compuesto de la siguiente manera: negocio Automotriz para Equipo Original ("OEM") y Mercado de Repuesto ("ARG"), y negocio Arquitectónico para la industrial de construcción, residencial y especialidades.

El segmento de Envases se compone de los negocios asociados con Envases de Vidrio para los productos de Cosméticos, Fragancias, Farmacéuticos y Licores, así como del negocio de Maquinaria y Equipos ("FAMA").

El segmento de Químicos está compuesto del negocio de Productos Químicos Inorgánicos para la industria del vidrio, fundición, alimentos, detergentes, farmacéutico, petróleo y gas, deshielo, entre otros.

## VENTAS CONSOLIDADAS

Las ventas netas consolidadas para 1T22 incrementaron 16.4% año contra año a US\$552 millones de US\$474 millones del 1T21, principalmente por un mercado más activo con mayor demanda. A mediados del 1T21, una severa tormenta invernal temporalmente afectó nuestras operaciones en Estados Unidos y México, suspendiendo operaciones de algunas de nuestras plantas en Estados Unidos (Texas) y norte de México por la falta de suministro de energía eléctrica y gas natural. Además, la tormenta temporal interrumpió la logística para la venta a ciertos clientes del segmento de Envases.

Las ventas de Vidrio Plano incrementaron 14.8% año contra año a US\$442 millones en el 1T22 en comparación con US\$385 millones en el 1T21, principalmente por mayores ventas del negocio Arquitectónico y un ligero incremento en ventas del negocio Automotriz.

Las ventas de Arquitectónico incrementaron 24.4% año contra año en 1T22 en comparación con 1T21 principalmente por un mejor desempeño del mercado de especialidades y comercial, parcialmente contrarrestadas por menor disponibilidad de vidrio a consecuencia de las reparaciones de un horno flotado en García, México (VF2). En Estados Unidos, Arquitectónico incrementó ventas al mercado comercial y de especialidades, resultando en una mejor mezcla de precio producto, y mantuvo relativamente estables las ventas al mercado residencial, parcialmente contrarrestadas por el requerimiento de vidrio en México a consecuencia de la reparación del VF2. El precio del vidrio para el mercado del negocio Arquitectónico en 1T22 en comparación al 1T21 incremento en México y Estados Unidos principalmente por las presiones inflacionarias así como capacidad instalada limitada en el mercado.

**Tabla 1 - VENTAS**

	Millones de Dólares		
	1T'22	1T'21	Var%
<b>Ventas Totales Consolidadas</b>	<b>552</b>	<b>474</b>	<b>16.4</b>
Ventas Nacionales	154	136	13.2
Exportaciones	97	74	31.2
Ventas Subsidiarias extranjeras	302	265	14.0
<b>Vidrio Plano</b>	<b>442</b>	<b>385</b>	<b>14.8</b>
Ventas Nacionales	90	85	6.4
Exportaciones	50	36	41.3
Ventas Subsidiarias extranjeras	302	265	14.0
<b>Envases</b>	<b>64</b>	<b>51</b>	<b>27.1</b>
Ventas Nacionales	28	22	24.8
Exportaciones	37	28	28.8
<b>Químicos</b>	<b>46</b>	<b>40</b>	<b>13.5</b>
Ventas Nacionales	35	30	17.2
Exportaciones	10	10	2.2

Las ventas de Automotriz aumentaron 7.7% en 1T22 año contra año en comparación con 1T21 principalmente por mayores ventas en México principalmente al mercado de repuesto. El mercado de equipo original continúa afectado negativamente ante la falta de semiconductores y la disrupción en la cadena de suministro impactando la producción de vehículos en las regiones donde se ubican nuestros clientes de OEM.

Las ventas de Envases incrementaron 27.1% año contra año a US\$64 millones en el 1T22 en comparación de US\$51 millones en 1T21, por mayores ventas de ambos negocios que comprenden este segmento, Envases de Vidrio y FAMA. Las ventas de Envases de Vidrio incrementaron 24.8% en 1T22 en comparación con el mismo periodo de 2021 principalmente por mayor volumen para cosméticos, fragancias y artículos de tocador y licores de valor agregado en México, Estados Unidos, Europa y Sudamérica. Las ventas de FAMA incrementaron 39.8% en 1T22 en comparación con 1T21 principalmente por la reactivación en inversiones de activo fijo, incluyendo mantenimiento, reparación y expansión de nuestros clientes que fueron temporalmente suspendidos.

Las ventas de Productos Químicos Inorgánicos incrementaron 13.5% en 1T22 año contra año en comparación con 1T21, principalmente por el incremento en volumen disponible de Carbonato de Sodio para la industria de fabricación de vidrio y fundición de acero, así como mayores ventas de Cloruro de Calcio favorecidas por un mayor dinamismo en la actividad de la industria de perforación y extracción de petróleo y gas y mercado de deshielo en Estados Unidos y Canadá, parcialmente contrarrestadas por menor volumen de venta de Bicarbonato de Sodio.

## UAFIR Y UAFIR FLUJO

El UAFIR Flujo consolidado del 1T22 incrementó 11.7% año contra año a US\$59 millones de US\$53 millones de 1T21.

El UAFIR Flujo del 1T22 fue beneficiado por mayores ventas de todos los negocios en los que participamos, una mejor mezcla de precio producto de Arquitectónico y Envases, parcialmente contrarrestado por mayor precio promedio del gas natural, energía eléctrica, transportación, materias primas y empaque, así como una baja utilización de la capacidad instalada en nuestras plantas automotrices.

El UAFIR Flujo de Vidrio Plano de 1T22 aumento 34.7% a US\$36 millones de US\$27 millones reportado en 1T21, principalmente por mayor volumen de ventas, una mejor mezcla de precio producto, parcialmente contrarrestado por incremento en costos de transportación, una baja absorción de costos fijos de plantas del negocio Automotriz, mayor precio del gas natural y energía eléctrica y mayor gasto laboral.

El UAFIR Flujo Arquitectónico aumentó en 1T22 en comparación a 1T21 principalmente por una mejor mezcla de precio producto al incrementar ventas al mercado comercial y de especialidades en Estados Unidos, mantener estables las ventas al mercado residencial, menor gasto de investigación, venta y generales de administración, parcialmente contrarrestado por incremento en los costos de transportación y fletes, mayor precio del gas natural y energía eléctrica. Durante el trimestre, el UAFIR Flujo del negocio Arquitectónico fue afectado por la generación de inventario propia y de terceros para la reparación del horno de vidrio flotado en García, México (VF2).

El UAFIR Flujo del negocio Automotriz en 1T22 fue afectado negativamente por la baja eficiencia operativa de nuestras plantas y desfavorable absorción de costos fijos, efecto de una limitada planeación de producción ante cierres temporales inesperados y paros técnicos de nuestros clientes de manufactura de equipo original, las disrupciones en la cadena de suministro y oferta de semiconductores. Los resultados de Automotriz también fueron impactados por el incremento en los costos de transportación y fletes.

Envases incrementó el UAFIR Flujo año contra año en el 1T22 comparado con el 1T21 principalmente debido mayores ventas de Envases de Vidrio y FAMA, una mejor mezcla de precio producto, eficiencias operativas, parcialmente contrarrestado por el incremento en precio promedio del gas natural y energía eléctrica, mayor costo de empaque e incremento en el costo de transportación y fletes.

El UAFIR Flujo de Productos Químicos Inorgánicos disminuyó en 1T22 año contra año en comparación al resultado del mismo periodo de 2021 principalmente por el incremento del precio de coque y amoniaco, mayores precios de gas natural, energía eléctrica y vapor, incremento en los costos de materiales de empaque, e incrementos costo de transportación y fletes, parcialmente contrarrestado por mayores ventas de Carbonato de Sodio, Cloruro de Calcio y Cloruro de Sodio.

**Tabla 2 - UAFIR Y UAFIR FLUJO** <sup>(1) (2)</sup>

	Millones de Dólares		
	1T'22	1T'21	Var%
<b>UAFIR <sup>(1)</sup></b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>56.4</b>
<i>Margen</i>	3.9%	2.9%	1 pp
Vidrio Plano	5	(5)	NA
<i>Margen</i>	1.2%	-1.3%	2.5 pp
Envases	10	7	41
<i>Margen</i>	15.1%	13.6%	1.5 pp
Químicos	5	12	(56)
<i>Margen</i>	11.8%	30.9%	-19.1 pp
<b>UAFIR Flujo</b>	<b>59</b>	<b>53</b>	<b>11.7</b>
<i>Margen</i>	10.7%	11.2%	-0.5 pp
Vidrio Plano	36	27	35
<i>Margen</i>	8.2%	6.9%	1.3 pp
Envases	15	12	27
<i>Margen</i>	23.6%	23.5%	0.1 pp
Químicos	7	14	(50)
<i>Margen</i>	15.2%	34.8%	-19.6 pp

<sup>(1)</sup> El UAFIR y UAFIR Flujo son presentados antes de otros gastos e ingresos.

<sup>(2)</sup> El UAFIR y UAFIR Flujo Consolidado incluye subsidiarias corporativas.

## COSTO FINANCIERO NETO

||Durante el 1T22, Vitro reportó un Producto Financiero Neto de US\$1 millón comparado con un Costo Financiero Neto de US\$18 millones del 1T21, principalmente por el incremento en las tasa de referencia (Libor) que permiten revertir el gasto a producto financiero por los instrumentos derivados (swaps de tasa de interés) ligados a la deuda bancaria de largo plazo, parcialmente contrarrestado por una menor ganancia cambiaria derivado de las operaciones de subsidiarias con moneda funcional en dólares estadounidenses que mantienen cuentas por pagar en pesos con subsidiarias con moneda funcional en pesos.

**Tabla 3: PRODUCTO (COSTO) FINANCIERO NETO**

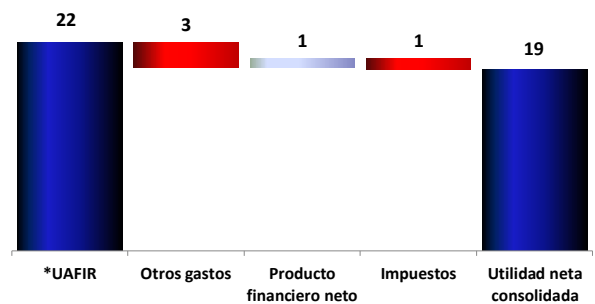
	Millones de Dólares		
	1T'22	1T'21	Var%
Producto (gasto) por interés, neto	(7)	(6)	(13.1)
Otros (gastos) productos financieros <sup>(1)</sup>	6	(20)	NA
Ganancia (pérdida) Cambiaria	2	8	(77.5)
<b>Producto (Costo) Financiero Neto</b>	<b>1</b>	<b>(18)</b>	<b>NA</b>

(1) Incluye efectos de instrumentos financieros y otros gastos financieros.

## UTILIDAD / PÉRDIDA NETA CONSOLIDADA

La Compañía reportó una Utilidad Neta Consolidada de US\$19 millones en el 1T22 compuesta por lo siguiente: UAFIR de US\$22 millones, otros gastos de US\$3 millones, Producto Financiero Neto de US\$1 millón e impuestos de US\$1 millón.

**Utilidad neta consolidada**  
(millones de dólares)



\* El UAFIR es presentado antes de otros gastos e ingresos.

\*\* Incluye método de participación en asociadas.

## SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADA

Al 31 de marzo de 2022, la Compañía tenía un saldo de caja de US\$85 millones, en comparación con US\$110 millones al cierre del 4T21. La reducción del saldo de caja se debe principalmente a un incremento de inversión de capital de trabajo, pago de impuestos y demora en los trámites para devoluciones de IVA.

La deuda total al cierre del 4T22 fue de US\$765 millones, compuesta por deuda de largo plazo denominada en dólares que incluye, un préstamo bilateral de US\$170 millones, una nota de US\$180 millones, un crédito bilateral de US\$150 millones, un crédito bilateral de US\$75 millones, US\$59.1 millones de arrendamientos y derechos de uso, y deuda a corto plazo que incluye el saldo dispuesto de nuestras líneas de crédito revolventes denominadas en dólares.

La razón Deuda a EBITDA al cierre del 1T22 fue 3.6x, con Deuda Neta a EBITDA de 3.2x.

**Tabla 4: INDICADORES DE DEUDA**

	Millones de Dólares, excepto donde se indica						
	1T'22	4T'21	3T'21	2T'21	1T'21	4T'20	3T'20
<b>Apalancamiento<sup>(1)</sup></b>							
(Deuda Total/ UAFIR Flujo <sup>(2)</sup> ) (UDM)(Veces)	3.6x	3.6x	3.2x	2.9x	4.1x	4.1x	3.4x
(Deuda Neta Total/ UAFIR Flujo <sup>(2)</sup> ) (UDM)(Veces)	3.2x	3.1x	2.7x	2.3x	2.8x	1.9x	2.2x
<b>Deuda Total</b>	<b>765</b>	<b>733</b>	<b>733</b>	<b>738</b>	<b>737</b>	<b>923</b>	<b>746</b>
Deuda a Corto Plazo	155	693	122	125	121	308	126
Deuda a Largo Plazo	609	40	611	612	616	615	619
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	85	110	114	150	232	484	262
<b>Deuda Neta Total</b>	<b>680</b>	<b>623</b>	<b>619</b>	<b>588</b>	<b>505</b>	<b>439</b>	<b>483</b>
Mezcla Moneda (%) Dlls / Pesos	100 / 0	100 / 0	88 / 12	88 / 12	88 / 12	90 / 10	89 / 11

(1) Razones financieras calculadas utilizando cifras en dólares.

(2) UAFIR Flujo son los últimos doce meses reales

## FLUJO DE EFECTIVO

En el 1T22, la Compañía reportó un flujo de efectivo de negativo US\$50 millones, comparado con negativo US\$49 millones del 1T21, principalmente por el aumento de los impuestos pagados comparado con 1T21, parcialmente compensado por el incremento del UAFIR Flujo y la disminución en la inversión en capital de trabajo.

**Tabla 5: ANÁLISIS DE FLUJO DE EFECTIVO GENERADO POR LA OPERACIÓN** <sup>(1)</sup>

	Millones de Dólares		
	1T'22	1T'21	Var%
UAFIR Flujo	59	53	11.7
Capital de Trabajo <sup>(2)</sup>	(39)	(66)	(41.1)
<b>Flujo antes de Inversión en Activo Fijo</b>	<b>20</b>	<b>(13)</b>	<b>NA</b>
Inversión en Activo Fijo	(26)	(17)	50.6
<b>Flujo después de Inversión en Activo Fijo</b>	<b>(6)</b>	<b>(31)</b>	<b>(80.2)</b>
Interés Pagado, Neto <sup>(3)</sup>	(9)	(10)	(16.3)
Impuestos (pagados) recuperados	(35)	(8)	335.3
<b>Flujo Libre de Efectivo, neto</b>	<b>(50)</b>	<b>(49)</b>	<b>1.3</b>

(1) Este análisis de flujo es relativo a flujo de caja y no representa un Estado de Flujo de Efectivo de acuerdo con IFRS.

(2) Capital de trabajo incluye variaciones en clientes, inventarios, proveedores y otras cuentas por pagar y cobrar de corto plazo, incluyendo IVA.

(3) Incluye gastos e ingresos por intereses, coberturas de gas natural y otros gastos financieros.

## INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO

El CAPEX ascendió a US\$26.4 millones durante el 1T22. Los fondos erogados se concentraron principalmente en CAPEX de mantenimiento y expansión de la siguiente manera: US\$13.2 millones para Arquitectónico, US\$6.8 millones para Automotriz, US\$0.1 millones para Productos Químicos Inorgánicos, US\$5.3 millones para Envases de Vidrio, US\$0.4 millones para FAMA, y US\$0.6 millones para fines corporativos generales.

## EVENTOS RELEVANTES

### Movimientos inusitados en la negociación de los valores representativos del capital social de Vitro, S.A.B. de C.V

El 31 de marzo de 2022, Vitro informó que en relación a los movimientos presentados durante esta semana la operación de los valores identificados con clave de cotización VITROA, la causa que dio origen a los mismos corresponde a condiciones propias del mercado.

Al momento no existe evento relevante subsecuente o información adicional que comunicar por parte de la Compañía. En caso de que posteriormente se identificara información complementaria en este sentido, ésta será difundida el mismo día o a más tardar el día hábil inmediato siguiente, por este mismo medio y conforme lo establece el marco normativo.

---

## RELACION CON INVERSIONISTAS

Ricardo Flores Delsol

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

[rfloresd@vitro.com](mailto:rfloresd@vitro.com)

## Acerca de Vitro

Vitro, S.A.B. de C.V. (BMV: VITROA) es una compañía líder en fabricación de vidrio en Norteamérica y una de las más importantes en el mundo, respaldada por más de 110 años de experiencia en la industria. Fundada en 1909 en Monterrey, México, la Compañía cuenta con empresas subsidiarias alrededor del mundo, por medio de las cuales ofrece productos de calidad y servicios confiables para satisfacer las necesidades de dos negocios: vidrio plano y envases. Las empresas de Vitro producen, procesan, distribuyen y comercializan una amplia gama de artículos de vidrio que forman parte de la vida cotidiana de miles de personas. Vitro ofrece soluciones a múltiples mercados como los de automotriz y arquitectónico, así como el de cosméticos, fragancias y farmacéuticos. La Compañía también es proveedora de productos químicos y materias primas, maquinaria y equipo para uso industrial. Como empresa socialmente responsable, Vitro trabaja en diversas iniciativas en el marco de su Modelo de Sustentabilidad, con el objetivo de ejercer una influencia positiva en los aspectos económico, social y ambiental vinculados a sus grupos de interés, por medio de una gestión corporativa responsable. Para más información, visite [www.vitro.com](http://www.vitro.com).

## Aviso Legal

Este comunicado contiene cierta información histórica, declaraciones e información a futuro relacionada a Vitro, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias (colectivamente, la “Compañía”) que se basan en la opinión de su Administración, así como estimaciones hechas e información disponible actual de Vitro. A pesar de que la Compañía cree que las expectativas de la administración y las estimaciones están basadas en supuestos razonables, 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 o desempeño 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, cambios en tasas de interés, en precios de materia prima, precios de la energía, particularmente del gas, cambios en la estrategia del negocio, y otros factores. 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, por lo que la Compañía no asume la obligación de actualizar cualquiera de estos supuestos.

## USO DE MEDIDAS FINANCIERAS DISTINTAS A LAS GENERALMENTE ACEPTADAS

*El conjunto de normas de información financiera generalmente aceptadas es comúnmente conocido como Normas Internacionales de Información Financiera (“IFRS” por sus siglas en inglés). Una medida financiera generalmente aceptada se define como aquella cuyo propósito es medir el desempeño histórico o futuro, posición financiera o flujo de efectivo, pero incluye o excluye montos que pudieran no ser totalmente comparables en el conjunto de las IFRS. En el presente reporte revelamos el uso de ciertas medidas distintas a las IFRS, entre ellas el UAFIR Flujo. UAFIR Flujo: utilidad de operación antes de otros gastos e ingresos más depreciación, amortización y reservas de obligaciones laborales al retiro que impacten la utilidad de operación.*

*La información en este reporte muestra los segmentos utilizados por la administración para el análisis del negocio, toma de decisiones y asignación de recursos. Con estricto apego con la norma 8 “Segmentos de operación” de las IFRS. Un comité interno evalúa periódicamente la correcta segmentación operativa del negocio.*

. – Tablas Financieras a continuación –

*\*Para dar cumplimiento a lo dispuesto por el Reglamento Interior de la BMV artículo 4.033.01 Fracc. VIII en materia de Requisitos de Mantenimiento, la Compañía informa que actualmente recibe cobertura de análisis a sus valores por parte de las siguientes Casas de Bolsa o Instituciones de Crédito: GBM Grupo Bursátil Mexicano, S.A. de C.V.*



**VITRO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA**

AL 31 DE MARZO DE 2022 Y 2021

<b>ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA</b>	Dólares			<b>INDICADORES FINANCIEROS<sup>(1)</sup></b>		
	1T'22	1T'21	% Var.		1T'22	1T'21
Efectivo y Equivalentes	85	232	(63.4)	Deuda / UAFIR Flujo (UDM, veces)	3.6	4.1
Clientes	245	213	14.7	UAFIR Flujo / Gasto por Interés (UDM, veces)	7.8	6.0
Inventarios	468	400	17.0	Deuda Neta / UAFIR Flujo (UDM, veces)	3.2	2.8
Otros Activos Circulantes	99	89	10.3	Deuda / Deuda + Cap. Contable (veces)	0.4	0.4
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>896</b>	<b>935</b>	<b>(4.2)</b>	Deuda / Capital (veces)	0.6	0.6
Terrenos, Maquinaria y Equipo	1,146	1,187	(3.4)	Pasivo Total / Capital Contable (veces)	1.1	1.1
Activo intangible	291	315	(7.6)	Activo Circulante / Pasivo Circulante (veces)	1.5	1.8
Impuestos diferidos	114	134	(14.7)	Ventas (UDM) / Activos (veces)	0.8	0.6
Otros Activos a Largo Plazo	102	99	2.4	Utilidad (Pérdida) / Acción (US\$) (Acumulada) *	0.04	(0.00)
Inversion en asociadas	23	11	116.2			
<b>Total Activo No Circulante</b>	<b>1,676</b>	<b>1,745</b>	<b>(4.0)</b>			
<b>Activos Totales</b>	<b>2,572</b>	<b>2,680</b>	<b>(4.1)</b>	* Considerando el promedio ponderado de acciones en circulación		
Deuda a Corto Plazo y Vencimiento de Deuda Largo Plazo	155	121	28.0	<b>OTRA INFORMACIÓN</b>	<b>1T'22</b>	<b>1T'21</b>
Proveedores	271	245	10.8	# Acciones Emitidas (miles)	483,571	483,571
Otras Cuentas por pagar	157	150	4.6	# Promedio de Acciones en Circulación (miles)	470,420	474,127
<b>Pasivo Circulante Total</b>	<b>583</b>	<b>516</b>	<b>13.0</b>	# Empleados	14,809	14,688
Deuda a Largo Plazo	609	616	(1.1)			
Otros Pasivos Largo Plazo	138	246	(43.8)			
<b>Pasivo No Circulante Total</b>	<b>747</b>	<b>862</b>	<b>(13.3)</b>			
<b>Pasivo Total</b>	<b>1,331</b>	<b>1,378</b>	<b>(3.4)</b>			
Participación Controladora	1,240	1,302	(4.7)			
Participación No Controladora	1	1	(13.3)			
<b>Suma del Capital Contable</b>	<b>1,241</b>	<b>1,303</b>	<b>(4.7)</b>			
<b>Total Pasivo y Capital Contable</b>	<b>2,572</b>	<b>2,680</b>	<b>(4.1)</b>			

(1) Razones financieras calculadas utilizando cifras en dólares.





## CONSOLIDADO

### VITRO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS

EN LOS PERIODOS, (MILLONES)

<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>	Primer trimestre		
	Dólares		
	<u>2022</u>	<u>2021</u>	<u>% Var.</u>
Ventas Netas Consolidadas	552	474	16.4
Costo de Ventas	430	371	15.7
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>123</b>	<b>103</b>	19.2
Gastos de Operación	101	89	13.5
<b>Utilidad (pérdida) de operación</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	56.4
Otros Gastos (Ingresos), neto	3	8	(65.3)
<b>Utilidad (pérdida) de operación después de otros gastos e ingresos, netos</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	208.2
Gastos Financieros	7	7	(8.1)
(Productos) Financieros	(0)	(1)	(98.4)
Otros gastos y productos financieros neto	(6)	20	NA
Pérdida (ganancia) cambiaria	(2)	(8)	(77.5)
Costo financiero neto	(1)	18	NA
<b>Utilidad (Pérdida) Antes de Impuestos</b>	<b>20</b>	<b>(12)</b>	NA
Impuestos a la utilidad	1	(11)	NA
<b>Utilidad (Pérdida) Neta</b>	<b>19</b>	<b>(0)</b>	NA
Utilidad (Pérdida) Neta de la participación controladora	19	(0)	NA
Utilidad (Pérdida) Neta de la participación no controladora	(0.1)	(0.1)	NA



**VITRO, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS**  
**INFORMACIÓN POR SEGMENTOS**  
 EN LOS PERIODOS, (MILLONES)

	<u>Primer trimestre</u>		
	2022	Dólares 2021	%
<b>VIDRIO PLANO</b>			
Ventas Netas	442	385	14.8%
UAFIR <sup>(4)</sup>	5	(5)	NA
Margen <sup>(1)</sup>	1.2%	-1.3%	
UAFIR Flujo <sup>(4)</sup>	36	27	34.7%
Margen <sup>(1)</sup>	8.2%	6.9%	
<b>Volúmenes Vidrio Plano</b>			
Construcción (Miles de m2R) <sup>(2)</sup>	51,155	50,604	1.1%
Automotriz (Miles de piezas)	12,846	14,285	-10.1%
<b>ENVASES</b>			
Ventas Netas	64	51	27.1%
UAFIR <sup>(4)</sup>	10	7	41.1%
Margen <sup>(1)</sup>	15.1%	13.6%	
UAFIR Flujo <sup>(4)</sup>	15	12	27.2%
Margen <sup>(1)</sup>	23.6%	23.5%	
<b>Volúmenes de Envases (MM Piezas)</b>			
Nacional	109	110	-1.4%
Exportación	141	132	6.2%
Total: Nal.+ Exp.	249	243	2.7%
<b>QUÍMICOS</b>			
Ventas Netas	46	40	13.5%
UAFIR <sup>(4)</sup>	5	12	-56.5%
Margen <sup>(1)</sup>	11.8%	30.9%	
UAFIR Flujo <sup>(4)</sup>	7	14	-50.4%
Margen <sup>(1)</sup>	15.2%	34.8%	
<b>Volúmenes de Productos químicos inorgánicos</b>			
Álcali (Miles de Toneladas)	173	158	9.6%
<b>CONSOLIDADO<sup>(3)</sup></b>			
Ventas Netas	552	474	16.4%
UAFIR <sup>(4)</sup>	22	14	56.4%
Margen <sup>(1)</sup>	3.9%	2.9%	
UAFIR Flujo <sup>(4)</sup>	59	53	11.7%
Margen <sup>(1)</sup>	10.7%	11.2%	

<sup>(1)</sup> Márgenes de UAFIR y UAFIR Flujo se calculan sobre Ventas Netas.

<sup>(2)</sup> m2R = Metros cuadrados reducidos.

<sup>(3)</sup> Incluye empresas corporativas y otras, a nivel Ventas y UAFIR.

<sup>(4)</sup> El UAFIR y UAFIR Flujo son presentado antes de otros gastos e ingresos.