



Reporte Trimestral



BMV: ARCA

Contactos de RI:

En Monterrey:
Carlos Beltrán del Río M.
E-mail: carlos.beltran@e-arca.com.mx
Alberto Guajardo
E-mail: alberto.guajardo@e-arca.com.mx
Investor Relations
Tel: (528) 18 151-1443 or
18 151-1400 Ext. 1311

En New York:
Melanie Carpenter
María Barona
I-advize Corporate Communications
Tel: (212) 406-3692
Email: arca@i-advize.com

INFORME FINANCIERO DEL 4to. TRIMESTRE Y AÑO 2004

- Volumen total de ventas crece 2.0% en 4T04
- Aumenta utilidad neta 277% a Ps. 468 millones en 4T04, y 75% a Ps. 1,851 millones en 2004
- Crece 15.3% el flujo neto operativo en 2004 a Ps. 2,404 millones
- En noviembre se pagó un dividendo de Ps. 0.80 por acción, totalizando Ps. 1.50 por acción en 2004, representando un retorno de aproximadamente 7%.

Resumen de los resultados de 4T04:

- En 4T04, el volumen total de ventas* aumentó 2.0% a 99.6 Millones de Cajas Unidad ("MCU"), comparado con 97.6 MCU del 4T03.
- Las ventas netas para 4T04 fueron Ps. 3,226 millones, una reducción de 5.7% respecto a 4T03.
- El EBITDA** alcanzó Ps. 620 millones (excluyendo gastos no recurrentes), 15.6% menor al del 4T03, representando un margen de 19.2%.
- La utilidad neta creció 277% respecto a 4T03, alcanzando Ps. 468 millones, o Ps. 0.58 por acción.
- Se pagó un dividendo de Ps. 0.80 por acción para un total de Ps. 1.50 en 2004, con un rendimiento de alrededor de 7% durante el año.

Resumen de resultados acumulados del año 2004:

- El volumen total de ventas* para el 2004 se mantuvo en línea con respecto del 2003 alcanzando 417 MCU.
- Las ventas netas fueron Ps. 13,865 millones, 5.4% menor que 2003.
- La utilidad de operación alcanzó Ps. 2,442 millones en 2004 (excluyendo gastos no recurrentes), una reducción de 8.4% en comparación al 2003, representando un margen de operación de 17.6%.
- La utilidad neta aumentó 75%, alcanzando Ps. 1,851 millones, o Ps. 2.30 por acción, comparado con Ps. 1,057 millones registrados en 2003.
- El flujo neto de operación alcanzó Ps. 2,404 millones en 2004, un incremento de 15.3%, respecto a 2003.

* Las ventas totales incluye refrescos y agua en formato individual. No incluyen agua de garrafón.

** Utilidad de Operación + Depreciación + Amortización de crédito mercantil



Monterrey, N.L. a 22 de febrero de 2005 – Embotelladoras Arca, S.A. de C.V. (“Arca” o “la Compañía”), la segunda embotelladora de *Coca-Cola* más grande de México y América Latina, anunció hoy sus resultados no auditados para el cuarto trimestre de 2004 y para el año 2004. Todas las cifras financieras están expresadas en miles de pesos constantes del 31 de diciembre de 2004.

Comentario del Director General:

“Durante 2004 fuimos exitosos en enfrentar el nuevo entorno competitivo gracias a la combinación de estrategias de buscar eficiencias en costos, y al mismo tiempo de mejorar la oferta de productos y marcas y el servicio a nuestros clientes y consumidores.

Para continuar consolidándonos como el productor de bebidas refrescantes con marcas líderes y ser la primera opción de compra de más de 15 millones de consumidores en nuestro territorio, en el 2004 ampliamos nuestra cobertura de refrigeradores y máquinas vending, desarrollamos con agresividad importantes promociones, lanzamos nuevos productos y empaques a precios accesibles a todos los bolsillos y atendimos diariamente sin interrupción a un mayor número de puntos de venta para llevar nuestros productos y servicios a todos los rincones de nuestra franquicia con una ejecución más efectiva y eficiente.

Hoy somos una empresa más dinámica y flexible, adaptada a un entorno cambiante, con mayor competencia y con consumidores más exigentes. No obstante la disminución de precios en términos reales y la presión del aumento en los costos de los insumos como azúcar y empaques, nos hemos mantenido como una empresa líder en el mercado, rentable y altamente generadora de flujo y de valor para nuestros accionistas, pagando por segundo año consecutivo un dividendo cercano al 7% del valor de la acción además de incrementar el valor del capital de la empresa.”

Perspectivas para 2005

Para el 2005, estimamos crecer el volumen de ventas en 1-2%. En cuanto a precios se refiere, hemos realizado algunos incrementos en enero y febrero, principalmente en Monterrey en empaques familiares (aproximadamente 9%), y en algunos empaques individuales no retornables. También se han efectuado algunos ajustes selectivos en otras ciudades. Con estos aumentos esperamos un incremento en el precio promedio por caja cercano al 50% de la inflación estimada para el 2005.

En cuanto a costos y gastos se refiere, mantendremos una estricta disciplina para lograr la reducción de Ps. 300 millones, anunciada en nuestro último reporte. El programa contempla ahorros derivados de mejores negociaciones con proveedores de insumos y servicios, subcontratación de ciertas funciones de sistemas y transporte primario, reciclado de botellas de REF PET y reducción de mermas, reubicación de algunas líneas de embotellado y centros de distribución, así como una mayor disciplina y enfoque en los gastos de administración y venta. Esta serie de proyectos deberán ser concluidos hacia la segunda mitad de 2005.

Por su parte, la inversión en activos fijos será cercana a 80 millones de dólares, destinada principalmente al mantenimiento y reemplazo regular de los activos, a la instalación de refrigeradores y máquinas vending, al desarrollo de tecnología de sistemas y hand-helds, a la construcción de algunos centros de distribución que permita la centralización de los mismos y la eficiencia en el servicio, y el incremento en la capacidad de embotellado de productos no retornables en la región Este.

Un objetivo primordial durante 2005, será proteger el valor del portafolio de nuestros productos y marcas. Para ello estamos trabajando activamente para perfeccionar la ejecución en el mercado y ser más precisos en nuestra arquitectura de precios.



La meta es llevar a un segundo nivel nuestra capacidad para segmentar los mercados que atendemos, lo que nos permitirá ofrecer el producto adecuado a precios competitivos no solo por ciudad o canal, sino hasta por áreas específicas dentro de las ciudades. Asimismo, buscaremos crecer mediante el lanzamiento de nuevos empaques y sabores, reforzando además categorías tales como el agua, té e isotónicos. Para incrementar aun mas la disponibilidad de productos refrigerados, tenemos programado instalar aproximadamente 15,000 refrigeradores adicionales y cerca de 4,000 máquinas vending, todo esto además de continuar mejorando nuestra presencia en el canal de autoservicios con mercadeadores y multi-packs, entre otras acciones.

El 2005 será también un año de gran importancia para nuestro proyecto "Evolución" o Cadena de Suministro, cuya principal meta, junto con los nuevos sistemas de información integrales SAP, es lograr una mejor coordinación entre los procesos internos de negocio tales como planeación de la demanda, abastecimiento, manufactura, logística y distribución, con el objetivo de lograr un alto nivel de servicio y disponibilidad de productos para nuestros clientes y consumidores, a los menores costos posibles, optimizando a la vez el inventario.

RESULTADOS OPERATIVOS

Cuadro 1. RESUMEN DE VENTAS (en '000 de CU)

	Trimestre			Acumulado		
	4T04	4T03	Var. %	2004	2003	Var. %
Total Refrescos *	99,624	97,647	2.0%	416,877	416,853	0.0%

* Incluye agua en formato individual, exportaciones y ventas a terceros.

El volumen de ventas del 4T04 registró un aumento de 2.0% respecto al 4T03, alcanzando un total de 99.6 MCU. Esto se logró gracias a la introducción de nuevos productos, sabores y formatos, para satisfacer las diferentes necesidades de nuestros consumidores y clientes, así como a varias promociones exitosas implementadas durante el trimestre. En forma acumulada, el volumen total permaneció sin cambio con el registrado el año anterior, alcanzando los 417 MCU.

El desempeño sobresaliente del segmento de sabores se debió principalmente a la mayor oferta de productos derivada de la venta de Joya a The Coca-Cola Company y la subsecuente complementación de productos de marca nacional como Manzana Lift y Fresca. Por su parte, el agua mineral registró un incremento de doble dígito debido a la exitosa introducción de Topo Chico a varias regiones como Chihuahua, Pacífico Norte y Sur. El agua purificada registró también un incremento significativo, principalmente por una ejecución diferenciada en el punto de venta con exhibidores adicionales fuera de los refrigeradores. Los productos dietéticos registraron un incremento importante debido a la introducción de Topo Chico Sangría Light, en noviembre de 2004, con una gran aceptación por parte de los consumidores.

En general, el entorno de precios en 4T04 fue estable respecto a 3T04 en términos nominales, registrándose un precio promedio por caja unidad de Ps. 32.4. El precio promedio para todo 2004 fue de Ps. 33.26, comparado con Ps. 35.17, un decremento de 5.7% en términos reales.

Cuadro 2. VENTAS POR SEGMENTO (en '000 de CU)

	Trimestre			Acumulado		
	4T04	4T03	Var. %	2004	2003	Var. %
Colas	66,121	67,183	-1.6%	277,657	285,099	-2.6%
Dietéticos	6,394	6,080	5.2%	25,827	25,039	3.1%
Sabores*	24,490	22,204	10.3%	100,132	94,760	5.7%
Agua Purificada**	2,085	1,709	22.0%	10,797	9,410	14.7%
Otros***	534	470	13.4%	2,464	2,544	-3.1%
TOTAL	99,624	97,647	2.0%	416,877	416,853	0.0%

* Incluye agua mineral, ventas a Terceros y Exportaciones de Productos Topo Chico.

** No Incluye Presentación de Garrafón 19 lts.

*** Incluye isotónicos, jugos, lácteos y té.

Durante el 4T04, se ejecutaron distintas promociones dirigidas a segmentos estratégicos de mercado. En el mes de noviembre dimos inicio a la tradicional promoción navideña, la cual consistió en la oferta de 4 diferentes osos de juguete, que pueden grabar y reproducir mensajes. La promoción fue un éxito, logrando desplazar el 100% de los promocionales.

Asimismo, en noviembre, en la zona de Chihuahua, comenzó la promoción "Tapasuerter Coca-Cola", orientada a impulsar el consumo del empaque de 2 litros retornable en las marcas Coca-Cola, Coca-Cola Light, Fanta, Sprite, Fresca y Manzana Lift, obsequiando líquido de dicho empaque bajo la mecánica de "destapa y gana".

Por otro lado y buscando ampliar la gama de productos que ofrece la compañía con la finalidad de satisfacer los deseos y necesidades que demanda el mercado, se continuó con la estrategia de lanzamientos de nuevos productos y extensiones de línea de nuestras marcas.

- En **colas** se introdujo la presentación de 1 litro NR en Monterrey, mientras que en ciertas ciudades del estado de Chihuahua, se lanzó el formato de 500 ml. NR.
- En **sabores** se introdujo:
 - Fanta sabor limón en Piedras Negras en presentación de 600 ml NR.
 - Fanta sabor naranja y Sprite en presentación de 2.5 lts NR en Delicias.
 - Fanta Splash (nuevo diseño de botella) 600 ml NR en Hermosillo y Ciudad Obregón.
 - TopoChico Sangría Light en presentación de 600 ml NR en Monterrey.
 - TopoChico Agua Mineral en presentaciones de 600 ml NR y 1.5 lts NR, en La Paz y Mazatlán.
 - Joya en presentaciones de lata 12 oz, 600 ml y 2.5 lts NR con sabores de uva, ponche, piña y durazno, en la Zona de Coahuila y Piedras Negras, en donde se sustituye la marca Bimbo y se aprovecha la fuerza de Joya para su introducción.
 - En Monterrey se lanza Joya con sus nuevos sabores piña y durazno en presentación de 600 ml NR.

Cuadro 3. VENTAS POR PRESENTACION Y TAMAÑO (en '000 de CU)

	Trimestre				Acumulado			
	4T04	% del total	4T03	% del total	2004	% del total	2003	% del total
Retornable	44,914	45.1%	50,117	51.3%	197,189	47.3%	231,230	55.5%
No retornable	54,710	54.9%	47,531	48.7%	219,688	52.7%	185,623	44.5%
Individual	52,270	52.5%	54,730	56.0%	226,829	54.4%	237,801	57.0%
Familiar	47,354	47.5%	42,917	44.0%	190,048	45.6%	179,052	43.0%

Los productos NR representaron 54.9% en 4T04 comparado con 48.7% en 4T03, y contra un promedio nacional de aproximadamente 62% (excluyendo a Arca). Esta mezcla de empaques retornables nos ha permitido, por un lado, mitigar los incrementos en los costos de las botellas de PET, y por otro lado, ofrecer un producto accesible a los consumidores más sensibles al precio. Por su parte, los empaques familiares aumentaron de 44% a 47.5% en 4T04 vs 4T03, que, comparado con aproximadamente 57% a nivel nacional, refleja la preferencia de los consumidores de nuestros territorios por empaques individuales, primordialmente por una estrategia de precios bajos en empaques de vidrio retornables y a hábitos de consumo asociados al clima.

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADOS

Las ventas netas para el 4T04, alcanzaron Ps. 3,225.6 millones, lo que representa una disminución del 5.7% en términos reales respecto a Ps. 3,418.9 millones de 4T03. El precio promedio por caja unidad para el 4T04 fue de Ps. 32.4, representando una disminución de 7.5% respecto al precio promedio de 4T03. Para todo el 2004, las ventas netas registraron una disminución de 5.4%, debido principalmente a la reducción en el precio promedio por caja unidad, mencionado anteriormente.

A pesar de los incrementos en los precios de nuestros principales insumos como lo son la resina PET y azúcar, el costo de ventas se incrementó 2.1% en comparación con 4T03, a Ps. 1,720.5 millones de Ps. 1,684.5 millones. Para todo el 2004, el costo de ventas se mantuvo en línea con el registrado en 2003, alcanzando Ps. 7,031.1 millones. El margen bruto del 4T04 disminuyó en 4 puntos porcentuales a 46.7%, mientras que para el año completo el margen bruto fue de 49.3%.

Como resultado de las iniciativas de reducción de gastos, durante el 4T04, los gastos de venta disminuyeron 12.5%, mientras que los de administración se redujeron 4.4%. En forma acumulada, los gastos de venta disminuyeron 11.0% alcanzando los Ps. 3,326.3 millones, mientras que los de administración se redujeron 13.3% sumando Ps. 1,065.1 millones.

Como resultado de lo anterior, la utilidad de operación (excluyendo gastos no recurrentes) para el 4T04 se ubicó en Ps. 432.5 millones, una disminución del 19.1% respecto a 4T03. El margen operativo pasó de 15.6% en 4T03 a 13.4% en 4T04. En forma acumulada, la utilidad de operación (excluyendo gastos no recurrentes) alcanzó Ps. 2,442.5 millones, una disminución del 8.4% respecto al mismo período del año anterior. El margen de operación para todo el 2004 fue de 17.6%, mismo que se compara con el 18.2% obtenido en el 2003.

Por su parte, el flujo de caja operativo (EBITDA) (excluyendo gastos no recurrentes) decreció 15.6% de Ps. 733.7 millones en 4T03 a Ps. 619.5 millones en 4T04. Durante el 4T04 el margen de EBITDA fue de 19.2%, el cual se compara con el 21.5% registrado en el 4T03. En forma acumulada, el EBITDA alcanzó Ps. 3,206.4 millones, representando una disminución del 8.3% al compararse con los Ps. 3,495.9 millones registrados durante el 2003. El margen de EBITDA para el 2004 fue de 23.1%, mientras que para el 2003 fue de 23.8%.

Como resultado de la ejecución de nuestro programa de reducción de costos y gastos, durante el 4T04 se realizaron gastos no recurrentes por un monto de Ps. 121.7 millones, principalmente destinados a indemnizaciones de personal, lo que se compara con los Ps. 130.5 millones reportados en 4T03. Para el 2004, los gastos no recurrentes fueron Ps. 146.4 millones, comparados con los Ps. 312.0 millones del 2003.

Derivado principalmente de una reducción en el costo financiero, asociado a los certificados bursátiles emitidos en 2003 a tasas muy competitivas, el costo integral de financiamiento se redujo considerablemente a Ps. 29.4 millones, comparado con Ps. 84.6 millones de 4T03. En cuanto al acumulado del año, el costo integral de financiamiento pasó de Ps. 168.2 millones en 2003 a Ps. 53.3 millones en 2004.

Durante el 4T04 se registraron otros ingresos por Ps. 49.0 millones que favorablemente se comparan con los Ps. 37.1 millones de otros gastos registrados durante el mismo periodo de 2003. En el 2004, se registraron otros ingresos por Ps. 415.1 millones, principalmente derivados de la ganancia por la venta de la marca Joya a *The Coca-Cola Company*, misma que se anunció el pasado 23 de septiembre.

Las provisiones para pago de ISR y PTU para el 4T04, reflejan un crédito por Ps. 136.9 millones, los cuales se comparan con los Ps. 159.1 millones registrados durante el 4T03. Este crédito se debió principalmente al cambio en la tasa utilizada para el cálculo de los impuestos diferidos, así como por la depreciación acelerada permitida para ciertas inversiones en activos fijos. En forma acumulada, la provisión de ISR y PTU fue de Ps. 811.9 millones, un 13.8% menor a los Ps. 941.9 millones registrados en el 2003. La tasa efectiva de impuestos fue de 30.5% y 47.2% para el 2004 y 2003, respectivamente.

La utilidad neta de Arca para el 4T04 alcanzó los Ps. 467.7 millones o Ps. 0.58 por acción, comparado con Ps. 124.1 millones o Ps. 0.15 por acción registrados durante 4T03. Por su parte, la utilidad neta para el 2004 aumentó 75.1% respecto al 2003, alcanzando los Ps. 1,851.4 millones, o Ps. 2.30 por acción.

BALANCE GENERAL Y ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

Al 31 de diciembre de 2004 se tenía una posición de caja neta de Ps. 228.2 millones, la cual se compara contra los Ps. 427.6 millones de deuda neta al cierre de 2003.

El flujo neto operativo creció 15.3% en 2004 primordialmente por una reducción en el capital de trabajo, derivada de una mayor disciplina y mejores términos de compra con los principales proveedores.

La inversión neta en activos fijos alcanzó Ps. 424.9 millones, principalmente destinada al reemplazo de equipo de transporte, maquinaria y equipo, inversiones en líneas de embotellado NR en Piedras Negras y Matamoros así como a las inversiones requeridas para la nueva franquicia de Meoqui, Chihuahua.

El 15 de noviembre de 2004, se pagó cerca de Ps. 645 millones o Ps. 0.80 por acción correspondientes al dividendo extraordinario decretado en la asamblea de accionistas celebrada el 3 de noviembre. Para todo el año 2004, se distribuyó un total de aproximadamente Ps. 1,209 millones, o Ps. 1.50 por acción, representando uno de los mayores rendimientos entre las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores.



Sobre Arca

Arca es una empresa dedicada a la producción distribución y venta de bebidas refrescantes de las marcas propiedad de *The Coca Cola Company*, de marcas propias y de terceros. Arca se formó en el año 2001 mediante la integración de tres de los grupos embotelladores más antiguos de México y se constituyó en el segundo embotellador más grande de productos Coca-Cola en México y América Latina. La empresa distribuye sus productos en la región norte de la República Mexicana principalmente en los estados de Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Baja California y Baja California Sur.

Este informe contiene información acerca del futuro relativo a Arca y sus subsidiarias basada en supuestos de sus administradores. Tal información, así como las declaraciones sobre eventos futuros y expectativas están sujetas a riesgos e incertidumbres, así como a factores que podrían causar que los resultados, desempeño o logros de la empresa sean completamente diferentes en cualquier otro momento. Tales factores incluyen cambios en las condiciones generales económicas, políticas, gubernamentales y comerciales a nivel nacional y global, así como cambios referentes a las tasas de interés, las tasas de inflación, la volatilidad cambiaria, las tasas de impuestos, la demanda y los precios de las bebidas carbonatadas, el agua y el hielo, los impuestos y el precio del azúcar, los precios de las materias primas utilizadas para la producción de refrescos, los cambios climáticos, y varios otros. A causa de todos estos riesgos y factores, los resultados reales podrían variar materialmente con respecto a los estimados descritos en este documento, por lo que Arca no acepta responsabilidad alguna por las variaciones ni por la información proveniente de fuentes oficiales.



EMBOTELLADORAS ARCA, S. A. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS

ESTADO CONSOLIDADO DE RESULTADOS

(cifras monetarios en miles de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2004)

	4to. Trimestre		Acumulado a diciembre	
	2004	2003	2004	2003
VENTAS NETAS	3,225,585	3,418,887	13,865,008	14,661,490
COSTO DE VENTAS	<u>(1,720,471)</u>	<u>(1,684,497)</u>	<u>(7,031,126)</u>	<u>(7,028,316)</u>
UTILIDAD BRUTA	1,505,114 46.7%	1,734,390 50.7%	6,833,882 49.3%	7,633,174 52.1%
GASTOS DE VENTA	(806,943)	(921,877)	(3,326,297)	(3,737,608)
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	<u>(265,712)</u>	<u>(277,947)</u>	<u>(1,065,092)</u>	<u>(1,229,186)</u>
UTILIDAD DE OPERACIÓN (excluyendo gastos no recurrentes)	432,459 13.4%	534,566 15.6%	2,442,493 17.6%	2,666,380 18.2%
GASTOS NO RECURRENTES	<u>(121,711)</u>	<u>(130,451)</u>	<u>(146,430)</u>	<u>(312,047)</u>
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:				
PRODUCTOS FINANCIEROS, NETO	2,295	(89,520)	(37,103)	(202,410)
(PÉRDIDA) UTILIDAD CAMBIARIA, NETO	(23,128)	(3,905)	(12,857)	9,112
(PÉRDIDA) UTILIDAD POR POSICION MONETARIA	<u>(8,586)</u>	<u>8,792</u>	<u>(3,373)</u>	<u>25,123</u>
	<u>(29,419)</u>	<u>(84,633)</u>	<u>(53,333)</u>	<u>(168,175)</u>
	281,329	319,482	2,242,730	2,186,158
OTROS INGRESOS (GASTOS), NETO	<u>49,025</u>	<u>(37,113)</u>	<u>415,130</u>	<u>(192,352)</u>
UTILIDAD ANTES DE LAS SIG. PROVISIONES	330,354 10.2%	282,369 8.3%	2,657,860 19.2%	1,993,806 13.6%
PROVISIONES PARA:				
IMPUESTO SOBRE LA RENTA Y EL ACTIVO PART. DE LOS TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES	123,337	(143,458)	(624,556)	(723,577)
	<u>13,602</u>	<u>(15,675)</u>	<u>(187,362)</u>	<u>(218,369)</u>
TOTAL IMPUESTOS	136,940	(159,133)	(811,918)	(941,946)
PART. EN SUBSIDIARIAS Y PART. MINORITARIA	367	905	5,476	5,436
UTILIDAD NETA	467,660	124,141	1,851,418	1,057,296
DEPRECIACION	154,450	164,867	631,779	698,634
AMORTIZACION CREDITO MERCANTIL	32,624	34,312	132,144	130,931
FLUJO DE CAJA OPERATIVO (EBITDA)	619,533	733,745	3,206,416	3,495,945
(excluye gastos no recurrentes)				
EBITDA / VENTAS	19.2%	21.5%	23.1%	23.8%
Datos por acción				
Utilidad Neta	0.58	0.15	2.30	1.31
Número de acciones en circulación (miles)	806,020	806,020	806,020	806,020



EMBOTELLADORAS ARCA, S. A. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADO

(cifras monetarios en miles de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2004)

	al 31 de diciembre	
	<u>2004</u>	<u>2003</u>
ACTIVO		
ACTIVO CIRCULANTE		
Efectivo e inversiones temporales	1,784,247	1,150,223
Clientes, neto	444,588	454,122
Otras cuentas por cobrar	263,496	264,692
Inventarios	935,061	1,111,661
Pagos anticipados	47,827	22,276
Total activo circulante	3,475,219	3,002,974
CUENTAS POR COBRAR L. P.	288,221	363,562
INVERSIONES EN ACCIONES	107,555	102,550
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO	7,505,100	7,467,166
CREDITO MERCANTIL NETO	2,018,219	2,150,643
OTROS ACTIVOS	150,730	122,536
SUMA EL ACTIVO TOTAL	13,545,044	13,209,431
PASIVO E INVERSIÓN DE LOS ACCIONISTAS		
PASIVO A CORTO PLAZO		
Créditos bancarios	11,667	0
Proveedores	582,969	402,720
Otras cuentas por pagar y gastos acumulados	584,434	619,273
Total pasivo a corto plazo	1,179,070	1,021,993
CRÉDITOS BANCARIOS LARGO PLAZO	1,544,389	1,577,863
PASIVO X PENSIONES Y PRIMAS DE ANTIGÜEDAD	141,338	155,529
IMPUESTO SOBRE LA RENTA DIFERIDO	1,134,089	1,343,026
TOTAL PASIVO	3,998,886	4,098,411
INVERSIONES DE LOS ACCIONISTAS		
Capital social contribuido	4,815,612	4,812,833
Utilidades retenidas	2,879,128	3,240,891
Utilidad (o pérdida) neta	1,851,418	1,057,296
TOTAL CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	9,546,158	9,111,020
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	13,545,044	13,209,431



EMBOTELLADORAS ARCA, S. A. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA
Al 31 de diciembre de 2004

(cifras monetarios en miles de pesos de poder adquisitivo del 31 de diciembre de 2004)

	<u>2004</u>	<u>2003</u>
UTILIDAD NETA	1,851,418	1,057,296
+ DEPRECIACION	631,779	698,634
+ AMORT. CREDITO MERCANTIL	132,424	132,772
+ OTRAS AMORTIZACIONES	20,556	0
+ OTRAS PARTIDAS	(486,898)	210,805
+ PASIVOS LABORALES	(14,192)	0
= FLUJO OPERACIÓN	2,135,087	2,099,507
- CAPITAL DE TRABAJO	(269,139)	14,252
= FLUJO NETO DE OPERACIÓN	2,404,226	2,085,255
- PAGO DE PASIVOS BANCARIOS	21,807	647,176
- PAGO CANCELACIÓN SWAP Y OTROS	53,382	83,062
- INVERSIÓN EN ACTIVOS (NETA)	424,948	593,639
- PAGO DE DIVIDENDOS	1,209,029	1,116,301
- RECOMPRA (VENTA) DE ACCIONES	61,036	6,809
= FLUJO GENERADO	634,024	(361,732)
SALDO INICIAL EFECTIVO	1,150,223	1,511,955
= SALDO FINAL EFECTIVO	1,784,247	1,150,223