



Reporte Trimestral



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 1er. TRIMESTRE DE 2005

- Volumen total de ventas crece 0.9% en 1T05
- Aumenta utilidad neta 21% a Ps. 327 millones en 1T05
- Gastos de Administración y Venta se reducen 11%

Resumen de los resultados de 1T05:

- En 1T05, el volumen total de ventas* aumentó 0.9% a 88.1 Millones de Cajas Unidad ("MCU"), comparado con 87.4 MCU del 1T04.
- Las ventas netas para 1T05 fueron Ps. 2,897 millones, una reducción de 4.5% respecto a 1T04.
- Los gastos de administración y venta se reducen 11% a Ps. 933.9 millones.
- El EBITDA** alcanzó Ps. 597 millones (excluyendo gastos no recurrentes), 10.6% menor al del 1T04, representando un margen de 20.6%.
- La utilidad neta creció 21% respecto a 1T04, alcanzando Ps. 327 millones, o Ps. 0.41 por acción.

* 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 28 de abril 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 primer trimestre de 2005. Todas las cifras financieras están expresadas en pesos constantes del 31 de marzo de 2005.

Comentario del Director General:

“Hoy podemos afirmar que las acciones realizadas en los últimos años dieron importantes resultados y nos permiten ser una organización más dinámica y flexible, en constante movimiento para atender con rapidez las necesidades cambiantes del mercado y enfrentar con éxito un entorno altamente competitivo.

Nuestra estrategia de diferenciación de productos, empaques y precios, una mejor ejecución segmentada y una más estrecha relación y cercanía con nuestros clientes y consumidores, han venido dando resultados positivos. Al mismo tiempo, la disciplina en costos y gastos, aunada a un mejor entorno competitivo nos ha permitido mitigar la contracción de márgenes que ha experimentado la industria de refrescos en México en los últimos meses.

A su vez, un mejor entorno de competencia nos permitió ajustar al alza los precios de algunas presentaciones durante el primer trimestre de 2005, acciones que continuaremos realizando selectivamente en los nichos que lo permitan.

Con respecto al entorno de costos, el precio del azúcar ha permanecido estable durante los primeros meses del año. Por su parte, los costos de la resina de PET han seguido aumentando, pero gracias a nuestra mezcla de empaques retornables hemos logrado contrarrestar el impacto de los mismos.

Estamos concientes que hemos logrado avances, pero de igual forma estamos seguros que no hemos llegado a donde queremos estar, que seremos una compañía diferente, mejor, siempre en movimiento para lograr una mayor cercanía con nuestros consumidores y brindar un servicio de excelencia a nuestros clientes, con la flexibilidad financiera para participar en proyectos que puedan surgir y signifiquen nuevas oportunidades de generación de valor.”

RESULTADOS OPERATIVOS

El volumen de ventas del 1T05 creció 0.9% vs 1T04, no obstante la disminución causada por la temporada de Semana Santa, que en este año correspondió al mes de marzo (vs. abril en 2004), un día menos en el trimestre (2004 fue bisiestro) y lluvias superiores al promedio durante febrero y primera mitad de marzo.

Cabe mencionar que la tendencia que se venía observando durante 2004 respecto a la reducción de precios en términos reales, fue revertida en el 1T05, como resultado de algunos incrementos de precios de ciertas presentaciones en la mayoría de nuestros territorios. En términos reales, el precio promedio por caja unidad en 1T05 fue de Ps. 32.9, representando una disminución de 4.9% comparado con Ps. 34.6 registrado en 1T04, pero superior al registrado en 4T04.

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

	Trimestre		
	1T05	1T04	Var. %
Total Refrescos *	88,148	87,366	0.9%

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

Destaca en el 1T05 el desempeño del segmento de dietéticos y de sabores, con un crecimiento de 5.3% y 4.6%, respectivamente. Lo anterior ha sido el resultado de una mayor variedad de sabores y presentaciones, a la expansión de productos *Joya* a otros territorios (Coahuila y Chihuahua), y al complemento de marcas regionales con otras de renombre nacional, como son *Manzana Lift* y *Fresca*.

Adicionalmente el agua mineral Topo Chico mantiene una tendencia creciente por su reconocido prestigio, mayor publicidad y cobertura en los territorios de Arca, aunado al incremento de 11% en las exportaciones de este producto.

Por su parte, el lanzamiento de Topo Chico Toronja, con nueva formulación, en empaque de 600 ml y 1.5 lts. NR, ha sido un éxito, registrando un incremento de 160% en el primer trimestre de 2005 vs 2004. Aunado a lo anterior, Topo Chico Sangría Light mantiene un crecimiento significativo gracias a su introducción en las ciudades fronterizas de Tamaulipas. Asimismo, gracias a nuevas estrategias en su mercadeo, las nuevas categorías mostraron un incremento de 14.4% durante el trimestre, destacando Powerade y Nestea.

El agua purificada en formato personal, registró un crecimiento de 23.1%, derivado de nuevas formas de exhibir el producto en el punto de venta, principalmente en las zonas de Monterrey y Fronteras.

Cuadro 2. VENTAS POR SEGMENTO (en '000 de CU)			
	Trimestre		
	1T05	1T04	Var. %
Colas	58,697	59,604	-1.5%
Dietéticos	5,876	5,582	5.3%
Sabores*	20,869	19,948	4.6%
Agua Purificada**	2,183	1,774	23.1%
Otros***	523	457	14.4%
TOTAL	88,148	87,366	0.9%

* 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.

En el segmento de Colas continuamos con nuestra estrategia de incrementar la variedad de opciones de empaques y precios, buscando en todo momento satisfacer las distintas necesidades de los consumidores a precios competitivos. Un ejemplo de ello, es la extensión en la cobertura de la presentación de Coca-Cola 435 ml en vidrio retornable con taparrosca, en las ciudades fronterizas de Tamaulipas y Norte del estado de Coahuila. Este innovador empaque ofrece mayor cantidad al consumidor a un precio competitivo, impulsando a los empaques retornables individuales.

Adicionalmente, se introdujo Coca-Cola Citra, regular y "light", en presentaciones de 600 ml NR, Lata 355 ml y mini-lata 8oz, logrando buenos resultados.

Durante el 1T05, iniciamos una promoción denominada "KBzones Coca-Cola" con el objetivo de impulsar el segmento de Colas en empaques personales entre los jóvenes. Los productos participantes son: Coca-Cola 600 ml NR, 355 ml RET, 500 ml RET y 500 ml NR. Esta promoción, la cual finalizó el 15 de abril, consistió en réplicas miniatura de plástico de 12 jugadores de la selección mexicana y 12 jugadores internacionales de futbol soccer, teniendo gran aceptación entre los consumidores logrando colocar el 100% del producto.

Por otro lado y continuando con nuestra estrategia de satisfacer los deseos y necesidades que demanda el mercado, se continuó con la estrategia de lanzamientos de nuevos productos de sabor y extensiones de línea de nuestras marcas, incluyendo:

- Topo Chico Toronja en presentación de 600 ml NR y 1.5 lts NR con nueva fórmula en Monterrey, Reynosa, Matamoros y Nuevo Laredo.
- Joya Ponche y Piña 12 oz en Piedras Negras.
- Topo Chico Sangría Light en empaque de 600 ml NR en Monterrey, Reynosa, Matamoros y Nuevo Laredo.
- Joya sabores 250 ml PET en Reynosa, Matamoros y Nuevo Laredo.
- Manzana Lift Golden en Reynosa, Matamoros y Nuevo Laredo en empaques de 600 ml NR, Lata 355 ml y 2.5 lts NR.
- Fanta Splash (nuevo diseño de la botella) en presentaciones de 600 ml NR y 500 ml en algunos territorios.
- Fanta y Sprite 1lt NR en Nuevo Laredo.
- Joya en todo el estado de Coahuila en presentaciones de 12 oz, 600 ml y 2.5 lts NR.
- Joya en el estado de Chihuahua en formato de 500 ml NR y próximamente 2 lts NR.

	Cuadro 3. VENTAS POR PRESENTACION Y TAMAÑO (en '000 de CU)			
	Trimestre			
	1T05	% del total	1T04	% del total
Retornable	38,605	43.8%	42,898	49.1%
No retornable	49,543	56.2%	44,467	50.9%
Individual	46,567	52.8%	49,294	56.4%
Familiar	41,581	47.2%	38,071	43.6%

Los productos NR representaron 56.2% en 1T05 comparado con 50.9% en 1T04. 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, ofrecer un producto accesible a los consumidores más sensibles al precio. Por su parte, los empaques familiares aumentaron de 43.6% a 47.2% en 1T05 vs 1T04.

El programa de ejecución segmentada sigue avanzando de acuerdo a lo planeado. Inicialmente arrancará en Monterrey, en donde ya se han realizado varias acciones, incluyendo la ejecución segmentada no automatizada (diciembre 2004), medición del desempeño periódico por medio de auditores (ene-feb 05), nuevo esquema de compensación variable con base al desempeño de la ejecución y logro de cuotas de venta (feb 05). Actualmente se realiza la introducción de nuevos equipos "hand-held" y la automatización de la ejecución en la zona de Monterrey, que deberá ser terminada hacia junio de 2005. Posteriormente se continuará con la implantación de este programa a todos los territorios de Arca.

Respecto al programa de optimización de la cadena de suministro, Proyecto Evolución, destacan la mejora significativa de los índices de calidad y disponibilidad de producto, aun y con una mayor variedad de presentaciones. Este proyecto nos permitirá integrar y armonizar todos los procesos de abastecimiento, producción y distribución con la demanda existente, garantizando un alto nivel de servicio y disponibilidad de producto a un costo óptimo.

Programa de reducción de costos y gastos.

De acuerdo con nuestro plan de reducción de costos y mejoras en productividad, durante el primer trimestre dejaron de operar otros cuatro centros de distribución ubicados en Monterrey, Mexicali, y dos en la zona de Fronteras.

Respecto a los proyectos de "Outsourcing", se llevó a cabo la selección del proveedor de servicios de transporte para las zonas del Oeste, mientras que se continúan las negociaciones con los potenciales proveedores en las zonas del Este.

Asimismo avanzamos de acuerdo con el plan para la selección de la empresa que brindará los servicios básicos de mantenimiento y soporte de sistemas de información ("outsourcing"), proceso que deberá ser terminado hacia la mitad del presente año.

Con el objetivo de mitigar los aumentos en el precio de la resina PET, se han instalado centros de reciclado de botellas REF-PET en las ciudades de Culiacán y Cd. Juárez, y próximamente en Hermosillo y Monterrey.

Para asegurar el abasto de productos NR de los próximos años, se han terminado de instalar, con inversiones mínimas, tres nuevas líneas de embotellado de NR en las ciudades de Piedras Negras, Matamoros y Monterrey.

ANALISIS FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADOS

Las ventas netas para el 1T05, alcanzaron Ps. 2,897.1 millones, lo que representa una disminución del 4.5% respecto a Ps. 3,032.8 millones de 1T04. Eso se debió principalmente a una reducción en el precio promedio por caja unidad, que pasó de Ps. 34.6 en 1T04 a Ps. 32.9 en 1T05, una disminución de 4.9%.

Durante 1T05, el costo de ventas por caja unidad se mantuvo prácticamente sin cambio respecto a 1T04, al pasar de Ps. 17.2 a Ps. 17.3, a pesar de los incrementos en el costo de la resina de PET, gas carbónico, cambio de la mezcla hacia empaques NR y el pago de regalías por la marca Joya, la cuál pasó a formar parte de las marcas de Coca-Cola, a partir del 4T04. Por lo anterior, el costo de ventas se incrementó 1.4% ubicándose en Ps. 1,527.4 millones. El margen bruto del 1T05 disminuyó 3.1 puntos porcentuales a 47.3%, el cual se compara contra el 50.4% registrado el 1T04, principalmente derivado de la disminución de precios antes mencionada.

Dando continuidad a las iniciativas de control de gastos, durante el 1T05 los gastos de venta disminuyeron 5.5% alcanzando los Ps. 735.1 millones, principalmente por una disminución en sueldos y salarios, disciplina en gastos de promoción, reducción de gastos de fletes y mermas de envase. Por su parte, los gastos de administración se redujeron 27.4% totalizando Ps. 198.8 millones, principalmente por la disminución de sueldos y salarios, mantenimiento de edificios, gastos de viaje, y por la aplicación del Boletín B-7 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, que permite a las empresas dejar de amortizar el crédito mercantil y sujetarse a pruebas de deterioro.

Como resultado de lo anterior, la utilidad de operación (excluyendo gastos no recurrentes) para el 1T05 se ubicó en Ps. 435.8 millones, una disminución del 8.4% respecto a 1T04. El margen operativo pasó de 15.7% en 1T04 a 15.0% en 1T05.

El flujo de caja operativo (EBITDA) (excluyendo gastos no recurrentes) decreció 10.6% de Ps. 668.2 millones en 1T04 a Ps. 597.5 millones en 1T05, representando un margen de 20.6% y 22.0%, en 1T05 y 1T04, respectivamente.



Durante el 1T05 se realizaron gastos no recurrentes por un monto de Ps. 9.5 millones, principalmente destinados a indemnizaciones de personal por el cierre de centros de distribución que no habían sido provisionados en el plan de reducción de costos y gastos de 2005.

El costo integral de financiamiento para el 1T05 fue de Ps. 4.3 millones, comparado con Ps. 7.0 millones de 1T04, como consecuencia de una reducción en el Resultado por Posición Monetaria, resultado de menores niveles de inflación y un saldo en caja superior al de 2004.

Durante el 1T05 se registraron otros ingresos por Ps. 36.6 millones que favorablemente se comparan con los Ps. 2.8 millones registrados durante el mismo periodo de 2004. En el 1T05 se incluyen otros ingresos derivados de una diferencia a favor entre el cálculo de la Declaración Anual de impuestos de 2004, respecto a la provisión estimada en los Estados Financieros del mismo ejercicio.

La provisión para el pago de ISR y PTU para el 1T05 fue de Ps. 131.3 millones, lo cual se compara con Ps. 195.7 millones registrados durante el 1T04. La tasa efectiva de impuestos fue de 28.6% y 41.9% para el 1T05 y 1T04, respectivamente, reflejo de la reducción en la tasa impositiva de 33% en 2004 a 30% en 2005.

La utilidad neta de Arca para el 1T05 se incrementó 20.8% alcanzando Ps. 327.3 millones o Ps. 0.41 por acción, comparado con Ps. 271.0 millones o Ps. 0.34 por acción registrados durante 1T04.

BALANCE GENERAL Y ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

El saldo en caja al 31 de marzo de 2005 fue de Ps. 2,127.4 millones mientras que la posición de caja neta fue de Ps. 571.2 millones.

El flujo neto operativo disminuyó 13.6% en 1T05 primordialmente por un aumento en el capital de trabajo, comparada con una disminución significativa en 1T04.

La inversión en activos fijos alcanzó Ps. 150 millones, principalmente destinada al reemplazo de equipo de transporte, maquinaria y equipo, refrigeradores y máquinas "vending", inversiones en líneas de embotellado NR en Piedras Negras, Matamoros y Guadalupe.

EVENTOS RELEVANTES

El pasado 26 de abril se celebró la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas de Embotelladoras Arca, S.A. de C.V. en Cd. Juárez, Chihuahua.

Se aprobaron, entre varios asuntos, los siguientes puntos:

1. Se nombró a Lic. Manuel L. Barragán Morales como el nuevo Presidente del Consejo de Administración de Arca, cargo que venía desempeñando el Ing. Miguel A. Fernández Iturriza desde 2001, año de la integración de las tres empresas que dio origen a Arca.
2. Se nombraron los siguientes nuevos consejeros propietarios:
Sr. Carlos Arizpe Jiménez
C.P. Tomás Fernández García
Ing. Enrique García Gamboa
Lic. Manuel Rivero Santos
3. Se decretó un dividendo de \$0.80 pesos por acción y se pagará a partir del 12 de mayo.
4. Se aprobó que el monto máximo de recursos que podrán destinarse a la compra de acciones propias, sea de \$400 millones de pesos.



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 marzo de 2005)

	1er. Trimestre	
	2005	2004
VENTAS NETAS	2,897,078	3,032,775
COSTO DE VENTAS	<u>(1,527,377)</u>	<u>(1,505,687)</u>
UTILIDAD BRUTA	1,369,701 47.3%	1,527,088 50.4%
GASTOS DE VENTA	(735,064)	(777,508)
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	<u>(198,787)</u>	<u>(273,648)</u>
UTILIDAD DE OPERACIÓN (excluyendo gastos no recurrentes)	435,850 15.0%	475,932 15.7%
GASTOS NO RECURRENTE	<u>(9,549)</u>	<u>(5,028)</u>
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:		
PRODUCTOS FINANCIEROS, NETO	(5,164)	(11,317)
(PÉRDIDA) UTILIDAD CAMBIARIA, NETO	589	(1,403)
(PÉRDIDA) UTILIDAD POR POSICION MONETARIA	<u>321</u>	<u>5,729</u>
	<u>(4,254)</u>	<u>(6,991)</u>
	422,047	463,913
OTROS INGRESOS (GASTOS), NETO	<u>35,995</u>	<u>1,597</u>
UTILIDAD ANTES DE LAS SIG. PROVISIONES	458,042 15.8%	465,510 15.3%
PROVISIONES PARA:		
IMPUESTO SOBRE LA RENTA Y EL ACTIVO	(101,210)	(139,586)
PART. DE LOS TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES	<u>(30,118)</u>	<u>(56,121)</u>
TOTAL IMPUESTOS	<u>(131,328)</u>	<u>(195,707)</u>
PART. EN SUBSIDIARIAS Y PART. MINORITARIA	636	1,210
UTILIDAD NETA	327,350	271,013
DEPRECIACION Y AMORT. CRÉDITO MERCANTIL	161,602	192,288
FLUJO DE CAJA OPERATIVO (EBITDA)	597,452	668,220
(excluye gastos no recurrentes)		
EBITDA / VENTAS	20.6%	22.0%
Datos por acción		
Utilidad Neta	0.41	0.34
Número de acciones en circulación (miles)	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 marzo de 2005)

	al 31 de marzo	
	<u>2005</u>	<u>2004</u>
ACTIVO		
ACTIVO CIRCULANTE		
Efectivo e inversiones temporales	2,127,353	1,599,298
Clientes, neto	413,244	373,842
Otras cuentas por cobrar	207,125	360,236
Inventarios	851,436	980,837
Pagos anticipados	77,997	61,376
Total activo circulante	3,677,155	3,375,589
CUENTAS POR COBRAR L. P.	285,336	364,475
INVERSIONES EN ACCIONES	103,569	100,387
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO	7,556,016	7,557,448
CREDITO MERCANTIL NETO	2,033,206	2,139,640
OTROS ACTIVOS	149,414	117,495
SUMA EL ACTIVO TOTAL	13,804,696	13,655,034
PASIVO E INVERSIÓN DE LOS ACCIONISTAS		
PASIVO A CORTO PLAZO		
Créditos bancarios	11,678	12,170
Proveedores	536,556	403,082
Otras cuentas por pagar y gastos acumulados	603,065	681,432
Total pasivo a corto plazo	1,151,299	1,096,684
CRÉDITOS BANCARIOS LARGO PLAZO	1,544,433	1,623,437
PASIVO X PENSIONES Y PRIMAS DE ANTIGÜEDAD	153,334	156,155
IMPUESTO SOBRE LA RENTA DIFERIDO	1,081,139	1,323,567
TOTAL PASIVO	3,930,205	4,199,843
INVERSIONES DE LOS ACCIONISTAS		
Capital social contribuido	4,836,164	4,866,506
Utilidades retenidas	4,710,978	4,317,671
Utilidad (o pérdida) neta	327,349	271,014
TOTAL CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	9,874,491	9,455,191
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	13,804,696	13,655,034



EMBOTELLADORAS ARCA, S. A. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA
Al 31 de marzo de 2005

(cifras monetarios en miles de pesos de poder adquisitivo del 31 de marzo de 2005)

	<u>2005</u>	<u>2004</u>
UTILIDAD NETA	327,349	271,014
+ DEPRECIACION Y AMORT. CRÉDITO MERCANTIL	161,511	191,930
+ OTRAS AMORTIZACIONES	5,674	5,158
+ OTRAS PARTIDAS	(6,485)	(28,872)
+ PASIVOS LABORALES	13,755	(1,008)
= FLUJO OPERACIÓN	501,804	438,222
- CAPITAL DE TRABAJO	7,473	(134,159)
= FLUJO NETO DE OPERACIÓN	494,331	572,381
- PAGO DE PASIVOS BANCARIOS	11,430	(41,171)
- INVERSIÓN EN ACTIVOS	149,886	171,633
- RECOMPRA (VENTA) DE ACCIONES	3,077	4,927
= FLUJO GENERADO	329,938	436,992
SALDO INICIAL EFECTIVO	1,797,416	1,162,306
= SALDO FINAL EFECTIVO	2,127,354	1,599,298