



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 2do. TRIMESTRE DE 2005

- Crece 4.4% volumen total de ventas en 2T05.
- Aumenta utilidad de operación 16% a Ps. 854 millones en 2T05 con un margen de 22.2%.
- Gastos de Administración y Venta se reducen 7% en 2T05.

Resumen de los resultados del Segundo Trimestre 2005 (2T05):

- En 2T05, el volumen total de ventas* aumentó 4.4% a 116.1 Millones de Cajas Unidad ("MCU"), comparado con 111.2 MCU del 2T04.
- Las ventas netas para 2T05 fueron Ps. 3,843.9 millones, un aumento de 2.5% respecto a 2T04.
- Los gastos de administración y venta se reducen 7% a Ps. 1,054.8 millones.
- El EBITDA** alcanzó Ps. 1,020.3 millones (excluyendo gastos no recurrentes), 9.8% mayor al del 2T04, representando un margen de 26.5%.
- La utilidad neta creció 2.6% respecto a 2T04, alcanzando Ps. 493.0 millones, o Ps. 0.61 por acción.

Resumen de resultados del primer semestre (1S05):

- El volumen total de ventas* aumentó 2.9% durante el 1S05, alcanzando las 204.2 MCU, comparado con 198.6 MCU vendidas en 1S04.
- Las ventas netas disminuyeron 0.7% en lo que va del 2005, llegando a Ps. 6,742.5 millones, en comparación al primer semestre de 2004 (1S04).
- La utilidad de operación (excluyendo gastos no recurrentes) para el 1S05 aumentó 6.3% en comparación al 1S04, alcanzando Ps. 1,289.6 millones. El margen de operación fue de 19.1 % en 1S05, comparado con 17.9% en el 1S04.
- El EBITDA** (excluyendo gastos no recurrentes) aumentó 1.3%, de Ps. 1,597.7 millones en 1S04 a Ps. 1,618.1 millones en 1S05, representando un margen de 24.0%.
- La utilidad neta en el 1S05 se incrementó 9.1% alcanzando los Ps. 820.5 millones, o Ps. 1.02 por acción, comparado con los Ps. 751.7 millones registrados en 1S04.

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

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

Monterrey, N.L. a 21 de julio 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 segundo trimestre de 2005. Todas las cifras financieras están expresadas en pesos constantes del 30 de junio de 2005.

Comentario del Director General:

“El segundo trimestre se caracterizó por un incremento importante en el volumen de ventas, así como en un crecimiento de la rentabilidad del negocio, avances conseguidos todavía bajo un entorno de competencia agresiva y altos costos de insumos.

Me es muy grato informar que durante el segundo trimestre logramos revertir la tendencia de la Utilidad de Operación, logrando un incremento de 15.9%, lo que representa un margen de 22.2%, una expansión de 260 puntos base respecto a 2T04. Esto fue resultado de un mejor entorno de precios y de una reducción en el costo por caja unidad, lo que contribuyó a mantener el margen bruto prácticamente sin cambio respecto al segundo trimestre de 2004. Esto nos satisface ampliamente, considerando que se mantienen altos los costos de las principales materias primas, una tendencia al alza de los empaques no retornables, además de pagos de regalías por las ventas de productos Joya a The Coca-Cola Co.”

RESULTADOS OPERATIVOS

El volumen de ventas del 2T05 registró un aumento de 4.4% respecto al 2T04, al alcanzar un total de 116.1 MCU, como resultado de una ejecución más precisa, instalación de equipos adicionales de máquinas vending y refrigeradores, así como por un clima favorable y el efecto de la Semana Santa comentado en el Reporte Trimestral del 1T05. Con el objetivo de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores, continuamos introduciendo nuevos productos y formatos dirigidos a lograr una constante innovación de nuestro portafolio.

Cuadro 1. RESUMEN DE VENTAS (en '000 de CU)						
	Trimestre			Acumulado		
	2T05	2T04	Var. %	2005	2004	Var. %
Total Refrescos *	116,095	111,207	4.4%	204,243	198,573	2.9%

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

En términos reales, el precio promedio por caja unidad en 2T05 fue de Ps. 33.1, lo que representa una disminución de 1.8% comparado con los Ps. 33.7 registrados en 2T04, y ligeramente superior a los Ps. 32.9 en 1T05.

Durante 2T05 continuamos haciendo ajustes selectivos de precios en ciertos productos, presentaciones y zonas. Tal es el caso de los incrementos de colas y sabores que se llevaron a cabo de forma segmentada en el canal de máquinas vending, donde el aumento fue de Ps. 4.50 a Ps. 5.00 y en las presentaciones de 600 ml, se ajustó de Ps. 6.00 a Ps. 6.50. Asimismo, en Cd. Juárez se ajustó de Ps. 4.00 a Ps. 4.50 la presentación de lata de 12oz en todo el mercado. Por otra parte, la presentación de 600 ml NR, en colas y sabores, se redujo de Ps. 6.00 Ps. Ps. 5.50 en todo el estado de Coahuila.

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

	Trimestre			Acumulado		
	2T05	2T04	Var. %	2005	2004	Var. %
Colas	75,249	73,681	2.1%	133,946	133,285	0.5%
Dietéticos	7,430	6,785	9.5%	13,305	12,367	7.6%
Sabores*	28,523	26,747	6.6%	49,392	46,695	5.8%
Agua Purificada**	4,087	3,323	23.0%	6,270	5,097	23.0%
Otros***	806	672	20.0%	1,330	1,129	17.7%
TOTAL	116,095	111,207	4.4%	204,243	198,573	2.9%

* 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.

El volumen de refrescos de cola revirtió su tendencia al crecer 2.1% durante el 2T05, reflejando una mejor ejecución, la introducción de nuevos empaques y presentaciones en ciertas ciudades, el lanzamiento de *Coca-Cola Citra*, así como mejores condiciones climáticas y el efecto de Semana Santa, comentado anteriormente. Específicamente, se introdujo Coca-Cola 435 ml vidrio retornable con taparrosca en la ciudad de Saltillo, *Coca-Cola* 1 lt NR en Culiacán y 2lts RET en La Paz, Baja California Sur, con resultados muy satisfactorios.

La categoría de dietéticos aumentó 9.5% durante 2T05, como consecuencia de un crecimiento importante de *Coca-Cola Light*, la introducción de *Coca-Cola Citra Light* y el excelente desempeño de *Topo Chico Sangría Light* y *Topo Chico Toronja Light*. En este segmento se reemplazó a la presentación de 450 ml NR por la de 500 ml NR, en Monterrey y Fronteras. Adicionalmente, se introdujo la *Coca-Cola Light* 1lt NR en la zona de Fronteras.

El segmento de sabores se incrementó 6.6% en el 2T05 gracias a la expansión de productos multi-sabor *Joya* a otros territorios (Coahuila y Chihuahua), y al complemento de marcas regionales con otras de renombre nacional, como son *Manzana Lift* y *Fresca*. Asimismo, las marcas *Fanta* y *Sprite*, mostraron un desempeño favorable en todos nuestros territorios durante el 2T05, ambas con crecimientos de dos dígitos en el período de referencia. En el caso de *Fanta*, su nuevo diseño de botella "Splash" ha sido bien recibido por los consumidores.

Para reforzar la oferta de sabores, se introdujo *Fresca Toronja Roja* en las zonas de Monterrey, Fronteras y Coahuila en formato de 500 ml NR, lata 355 ml y en Chihuahua, Pacífico Norte y Sur con 600 ml NR y Lata 355 ml. Se utilizó también minilata de 8oz para degustación y lata de 473 ml ("Monster Can") como edición limitada en todas las zonas, excepto Monterrey. Así mismo, se introdujo la presentación de 1lt NR de *Fanta* y *Sprite* en la zona de Fronteras.

Los productos de la marca *Topo Chico* mantienen su ritmo de crecimiento gracias a su reconocido prestigio, mayor publicidad y cobertura en los territorios de Arca, aunado al incremento de 13% en las exportaciones en el 2T05. El agua mineral *Topo Chico* registró un crecimiento cercano al 18% durante 2T05, como resultado de una publicidad enfocada a los jóvenes y a la expansión de este producto a todos nuestros territorios. El lanzamiento de *Topo Chico Toronja* en empaque de 600 ml y 1.5 lts. NR duplicó su volumen en 2T05 vs. 2T04. Al mismo tiempo, se introdujo la presentación de lata de 355 ml de *Topo Chico Sangría Light* en Monterrey y Fronteras, impulsando aún más su destacado desempeño.



El agua purificada en formato personal, registró un crecimiento de 23% en 2T05, derivado, principalmente de los incentivos a los clientes de descuentos por volumen y las nuevas formas de exhibir el producto en el punto de venta, principalmente en las zonas de Monterrey y Fronteras.

El volumen de nuevas categorías mostró un incremento de 20.0% durante 2T05, principalmente por el buen desempeño de Powerade y Nestea, como resultado de un mejor enfoque y atención a estos productos, así como la implementación de promociones.

El agua de garrafón logró revertir la tendencia negativa en el volumen de ventas, al registrar un incremento de 2.2% en 2T05 vs. 2T04 como consecuencia de una reestructuración de rutas e identificación de nuevos clientes, mayor coordinación con las rutas de refrescos, incentivos a la fuerza de ventas y un incremento en la publicidad.

Durante el 2T05 se ejecutaron distintas promociones dirigidas a segmentos estratégicos de mercado. Por ejemplo:

- **Todos los Días son el Día** (programa de lealtad dirigido a las mamás) mediante una mecánica de canje de 2 taparrosas marcadas más Ps. 5.00, se puede comprar 1 vaso (4 diseños diferentes). Esta promoción consiste en 3 fases, cada fase con duración de 2 meses (vasos, juego de cubiertos y utensilios). La primera fase de esta promoción fue de gran éxito logrando desplazar el 100% de los vasos requeridos para esta promoción.
- **Konec-T Coca-Cola** dirigida principalmente a los jóvenes. Consiste en registrar los códigos que aparecen en las taparrosas en la página de internet www.coca-cola.com.mx, acumular morlacos (puntos) y obtener premios y/o interactuar con personajes virtuales, jugar fútbol y ajedrez en línea para ganar morlacos. Esta promoción es aplicable a los empaques de *Coca-Cola* 600 ml NR.
- **Tapipesos** en la zona de Mexicali, buscando impulsar los empaques familiares, tanto en colas como en sabores, ofreciendo taparrosas de estos productos con valor de 1 peso.

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

	Trimestre				Acumulado			
	2T05	% del total	2T04	% del total	2005	% del total	2004	% del total
Retornable	47,808	41.2%	52,969	47.6%	86,414	42.3%	95,867	48.3%
No retornable	68,287	58.8%	58,238	52.4%	117,830	57.7%	102,706	51.7%
Individual	61,363	52.9%	61,768	55.5%	107,931	52.8%	111,063	55.9%
Familiar	54,732	47.1%	49,439	44.5%	96,313	47.2%	87,510	44.1%

Con el objetivo de conservar alta la mezcla de productos en tamaños individuales, se han realizado distintas estrategias, incluyendo la renovación de la presentación tradicional de 12 oz vidrio retornable por la de 435 ml vidrio retornable con taparroca en ciertas ciudades, la introducción de empaques atractivos en precio, como el de 500 ml NR, que redujo el diferencial de precios con relación a la competencia, la instalación de máquinas vending, así como distintas promociones encaminadas a fomentar el consumo de tamaños individuales.

Programa de reducción de costos y gastos.

Como parte de nuestro programa de reducción de costos y mejoras en productividad, durante el 2T05 dejaron de operar dos centros de distribución ubicados en la zona de Monterrey, para sumar un total de 6 en todos nuestros territorios en lo que va del año.

Acorde a nuestra estrategia institucional de optimización y mejora continua de nuestras operaciones, el 1 de junio anunciamos la firma de un contrato de servicios de “outsourcing” de infraestructura de Tecnología de Información por un período de 5 años con la empresa EDS.

El acuerdo nos permitirá enfocarnos a nuestro negocio clave y contribuirá a aumentar la productividad de la empresa, así como mantener un alto nivel de competitividad ante los cambios propios del mercado, tener acceso a recursos, capacidades y seguridad de clase mundial, que nos permitan estar a la vanguardia en tecnología de información. El acuerdo contempla los servicios de cómputo central, cómputo distribuido, telecomunicaciones, plan de recuperación en caso de contingencia y mesa de ayuda. EDS brindará sus servicios desde sus centros de cómputo de las ciudades de México y Monterrey.

Igualmente, en fecha reciente se concretó la firma del contrato de “outsourcing” de transporte primario para las operaciones en los estados de Nuevo León, Coahuila, Tamaulipas y San Luis Potosí. Con la firma de este acuerdo se cubre todo el territorio, lo que nos permitirá desinvertir en equipo de transporte, reducir el gasto de mantenimiento y lograr una mayor flexibilidad en las operaciones de fleteo entre plantas y centros de distribución.

ANÁLISIS FINANCIERO

ESTADO DE RESULTADOS

Las ventas netas para el 2T05, alcanzaron Ps. 3,843.9 millones, lo que representa un aumento del 2.5% respecto a Ps. 3,751.1 millones del 2T04. Este incremento fue resultado de un crecimiento de 4.4% en el volumen total de ventas y de una reducción en el precio promedio por caja unidad de 1.8% de Ps. 33.7 en el 2T04 a Ps. 33.1 en el 2T05.

Durante 2T05, el costo de ventas por caja unidad se redujo 1.2%, al pasar de Ps. 16.9 a Ps. 16.7, 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 a partir de octubre de 2004. Por lo anterior, el costo de ventas se incrementó 2.9% ubicándose en Ps. 1,935.6 millones. El margen bruto del 2T05 fue de 49.6%, prácticamente en línea con el registrado en 2T04.

Los gastos de venta del 2T05 disminuyeron 4.7%, al totalizar Ps. 827.5 millones mientras que los de administración disminuyeron 14.3%, alcanzando los Ps. 227.3 millones. La reducción tanto en gastos de venta como en gastos de administración, se debe a la continuidad del programa de reducción de costos y gastos, además de la aplicación, a partir de enero de 2005, 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 2T05 se ubicó en Ps. 853.5 millones, un incremento de 15.9% respecto a 2T04. El margen operativo pasó de 19.6% en el 2T04 a 22.2% en el 2T05.

El flujo de caja operativo (EBITDA) (excluyendo gastos no recurrentes) aumentó 9.8% de Ps. 928.9 millones en 2T04 a Ps. 1,020.3 millones en 2T05, representando un margen de 24.8 y 26.5%, en el 2T04 y el 2T05, respectivamente.

Durante el 2T05 se realizaron gastos no recurrentes por un monto de Ps. 9.6 millones, principalmente destinados a indemnizaciones de personal por el cierre de dos centros de distribución en la zona de Monterrey y para los proyectos de “outsourcing” ya mencionados.



El costo integral de financiamiento para el 2T05 fue de Ps. 36.4 millones, comparado con un resultado integral de financiamiento de Ps. 5.0 millones en el 2T04, derivado principalmente de una pérdida cambiaria dada la apreciación del peso frente al dólar.

Durante el 2T05 se registraron otros ingresos por Ps. 3.1 millones que se comparan con los Ps. 60.9 millones registrados durante el mismo periodo de 2004.

Las provisiones para pago de ISR y PTU aumentaron 1.6% de Ps. 313.1 millones en el 2T04 a Ps. 318.2 millones en el 2T05. La tasa efectiva de impuestos fue de 39.6% y 39.3% para el 2T04 y el 2T05, respectivamente, mientras que la tasa efectiva de impuestos para el 1S05 fue de 35.4% comparada con 40.5% para el 1S04.

La utilidad neta de Arca para el 2T05 aumentó 2.6% respecto a 2T04, alcanzando Ps. 493.0 millones o Ps. 0.61 por acción, comparado con la utilidad neta de Ps. 480.4 millones o Ps. 0.60 por acción de el 2T04.

BALANCE GENERAL Y ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

El saldo en caja al 30 de junio de 2005 fue de Ps. 1,998.1 millones, mientras que la posición de caja neta fue de Ps. 449.9 millones.

En la Asamblea Ordinaria Anual de accionistas celebrada el pasado 26 de abril, se acordó, entre varios puntos, el pago de un dividendo de Ps. 0.80 por acción, mismo que fue pagado a partir del 12 de mayo totalizando aproximadamente Ps. 641 millones.

El flujo neto operativo disminuyó 1.7% en el 1S05 primordialmente por una menor reducción en el capital de trabajo, comparada con la realizada en los primeros 6 meses de 2004.

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 30 de junio de 2005)

	2do. Trimestre		Acumulado a junio	
	2005	2004	2005	2004
VENTAS NETAS	3,843,869	3,751,107	6,742,524	6,786,735
COSTO DE VENTAS	(1,935,568)	(1,881,629)	(3,463,776)	(3,388,733)
UTILIDAD BRUTA	1,908,301 49.6%	1,869,478 49.8%	3,278,748 48.6%	3,398,002 50.1%
GASTOS DE VENTA	(827,483)	(867,996)	(1,562,947)	(1,646,235)
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	(227,285)	(265,207)	(426,181)	(539,112)
UTILIDAD DE OPERACIÓN (excluyendo gastos no recurrentes)	853,533 22.2%	736,274 19.6%	1,289,620 19.1%	1,212,655 17.9%
GASTOS NO RECURRENTES	(9,585)	(11,718)	(19,139)	(16,751)
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:				
PRODUCTOS FINANCIEROS, NETO	(3,015)	(9,899)	(8,181)	(21,226)
(PÉRDIDA) UTILIDAD CAMBIARIA, NETO	(30,333)	16,364	(29,744)	14,959
(PÉRDIDA) UTILIDAD POR POSICION MONETARIA	(3,094)	(1,463)	(2,773)	4,271
	(36,442)	5,002	(40,698)	(1,996)
	807,506	729,559	1,229,783	1,193,908
OTROS INGRESOS (GASTOS), NETO	3,061	60,859	39,076	62,459
UTILIDAD ANTES DE LAS SIG. PROVISIONES	810,568 21.1%	790,418 21.1%	1,268,859 18.8%	1,256,367 18.5%
PROVISIONES PARA:				
IMPUESTO SOBRE LA RENTA Y EL ACTIVO PART. DE LOS TRABAJADORES EN LAS UTILIDADES	(241,872)	(238,518)	(343,137)	(378,236)
	(76,346)	(74,550)	(106,481)	(130,724)
TOTAL IMPUESTOS	(318,218)	(313,069)	(449,618)	(508,960)
PART. EN SUBSIDIARIAS Y PART. MINORITARIA	615	3,097	1,252	4,309
UTILIDAD NETA	492,965	480,447	820,493	751,716
DEPRECIACION Y AMORT. CRÉDITO MERCANTIL	166,804	192,590	328,494	385,059
FLUJO DE CAJA OPERATIVO (EBITDA)	1,020,337	928,865	1,618,114	1,597,713
(excluye gastos no recurrentes)				
EBITDA / VENTAS	26.5%	24.8%	24.0%	23.5%
Datos por acción				
Utilidad Neta	0.61	0.60	1.02	0.93
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 30 de junio de 2005)

	al 30 de junio	
	<u>2005</u>	<u>2004</u>
ACTIVO		
ACTIVO CIRCULANTE		
Efectivo e inversiones temporales	1,998,077	1,364,116
Clientes, neto	508,212	433,174
Otras cuentas por cobrar	198,136	427,809
Inventarios	845,481	1,012,450
Pagos anticipados	65,899	70,467
Total activo circulante	3,615,805	3,308,016
CUENTAS POR COBRAR L. P.	277,060	372,985
INVERSIONES EN ACCIONES	122,941	105,004
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO	7,636,302	7,532,557
CREDITO MERCANTIL NETO	2,036,605	2,101,723
OTROS ACTIVOS	146,012	197,123
SUMA EL ACTIVO TOTAL	13,834,725	13,617,408
PASIVO E INVERSIÓN DE LOS ACCIONISTAS		
PASIVO A CORTO PLAZO		
Créditos bancarios	11,195	12,510
Proveedores	718,963	535,308
Otras cuentas por pagar y gastos acumulados	494,141	716,727
Total pasivo a corto plazo	1,224,299	1,264,545
CRÉDITOS BANCARIOS LARGO PLAZO	1,536,996	1,618,761
PASIVO X PENSIONES Y PRIMAS DE ANTIGÜEDAD	162,934	172,185
IMPUESTO SOBRE LA RENTA DIFERIDO	1,096,548	1,320,966
TOTAL PASIVO	4,020,777	4,376,457
INVERSIONES DE LOS ACCIONISTAS		
Capital social contribuido	4,856,929	4,856,033
Utilidades retenidas	4,136,527	3,633,203
Utilidad (o pérdida) neta	820,493	751,715
TOTAL CAPITAL CONTABLE MAYORITARIO	9,813,948	9,240,951
TOTAL PASIVO Y CAPITAL CONTABLE	13,834,725	13,617,408



EMBOTELLADORAS ARCA, S. A. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACION FINANCIERA

Al 30 de junio de 2005

(cifras monetarios en miles de pesos de poder adquisitivo del 30 de junio de 2005)

	<u>2005</u>	<u>2004</u>
UTILIDAD NETA	820,493	751,715
+ DEPRECIACION Y AMORT. CRÉDITO MERCANTIL	314,257	374,427
+ OTRAS AMORTIZACIONES	11,853	10,040
+ OTRAS PARTIDAS	8,332	(17,609)
+ PASIVOS LABORALES	23,278	15,360
= FLUJO OPERACIÓN	1,178,212	1,133,933
- CAPITAL DE TRABAJO	(18,520)	(83,265)
= FLUJO NETO DE OPERACIÓN	1,196,732	1,217,197
- PAGO DE PASIVOS BANCARIOS	20,203	(40,266)
- INVERSIÓN EN ACTIVOS	408,778	409,374
- PAGO DE DIVIDENDOS	642,494	588,327
- RECOMPRA (VENTA) DE ACCIONES	(74,426)	55,450
= FLUJO GENERADO	199,684	204,313
SALDO INICIAL EFECTIVO	1,798,394	1,159,803
= SALDO FINAL EFECTIVO	1,998,078	1,364,115