



GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE Y ACUMULADOS DEL 2002

Datos Relevantes del Trimestre

- Las Ventas crecieron 19.2% en comparación con el 4T01 como resultado de mayores volúmenes de venta, incrementos en precios y la integración de las operaciones en Estados Unidos
- El Margen de Operación continúa presionado por fuertes Gastos relacionados con la reestructura de todas las operaciones de la Compañía y con la nueva plataforma tecnológica, así como por incrementos en los precios de materias primas
- La Utilidad Neta ascendió a \$157 millones en el 4T02, como resultado de una reducción en la Utilidad Operativa, un mayor CIF y gastos no recurrentes realizados durante el trimestre

Contactos en México:

Armando Giner
Relación con Inversionistas
Grupo BIMBO, S.A. de C.V.
Tel: (525-55) 268-6924
aginer@grupobimbo.com

Andrea Amozurrutia
Relación con Inversionistas
Tel: (525-55) 268-6962
aamozurrutia@grupobimbo.com

Contactos en Nueva York:

Maria Barona / Melanie Carpenter
i-advize Corporate
Communications
Tel: (212) 406-3690
grupobimbo@i-advize.com

México D.F., a 25 de febrero de 2003 - Grupo Bimbo S.A. de C.V., ("Grupo Bimbo" o "La Compañía") (BMV: BIMBOA), reportó hoy sus resultados correspondientes al cuarto trimestre del 2002*.

Durante el año 2002, la intensa actividad en la introducción de nuevos productos y presentaciones en todas las líneas, la reestructura de las operaciones en México, la especialización de la red de distribución, y la integración de las operaciones adquiridas en los Estados Unidos, trajeron consigo una sólida respuesta del mercado que permitió a Grupo Bimbo lograr un crecimiento en sus Ventas de 18.3%.

El cuarto trimestre no fue la excepción; las Ventas consolidadas crecieron 19.2% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Este desempeño se debió no sólo a los factores antes mencionados, sino también a incrementos en precios realizados en *Bimbo* y *Barcel*. Además, las operaciones en Latinoamérica lograron un ligero crecimiento, a pesar de la difícil situación que imperó en dicha región durante casi todo el año.

En línea con las expectativas, el Margen Bruto del trimestre se vio presionado, entre otros motivos, por el incremento en los precios de las principales materias primas registrados en todas las operaciones de la Compañía. Sin embargo, en algunos casos y de forma relativa, dicho incremento pudo ser parcialmente contrarrestado con los aumentos en precios que se efectuaron durante los últimos meses del año y con operaciones de cobertura.

Por otro lado, resulta conveniente destacar que los Gastos Operativos se mantuvieron prácticamente sin cambios al compararse con el mismo trimestre del año anterior, a pesar de la intensa actividad en la apertura de nuevas rutas como resultado de las diversas iniciativas para especializar a la red de distribución en las principales divisiones de la Compañía, y de los gastos relacionados con la implantación de nuestra nueva plataforma tecnológica.

* Las cifras incluidas en este documento, preparadas de conformidad con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) en México, están expresadas en pesos constantes al 31 de diciembre del 2002

Cuarto Trimestre del 2002

Adicionalmente, durante el trimestre se registraron gastos no recurrentes relacionados con la suspensión parcial de los servicios de distribución al canal de detalle de Abastex y con el cierre de las operaciones en Viena, Austria. De esta forma, en el trimestre se registró un Margen Operativo de 6.1%.

Por último, el Margen Neto del trimestre ascendió a 1.4%, lo que significó una contracción de 4.5 pp con respecto al mismo periodo de 2001, debido fundamentalmente, a un menor Margen Operativo, un mayor CIF y un aumento de Otros Gastos, entre los que destacan los relacionados con la venta de las rutas en Texas, y el aumento en la reserva del plan de pensiones de Estados Unidos.

Como se verá posteriormente, es importante resaltar que Grupo Bimbo decidió adoptar, por supletoriedad, un criterio de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Estados Unidos (US GAAP) y otro de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC) en todas sus operaciones por considerarlos más representativos de la realidad financiera de la empresa, lo que provocó que los Márgenes, tanto Operativo como Neto, se vieran afectados.

Ventas Netas

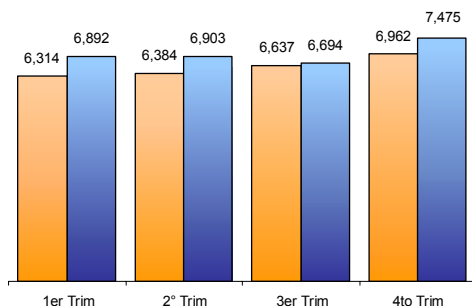
4T01	4T02	% CAMBIO		12M01	12M02	% CAMBIO
6,962	7,475	7.4	México	26,297	27,964	6.3
1,559	2,802	79.7	Estados Unidos	6,238	10,810	73.3
650	652	0.3	Latinoamérica	2,433	2,599	6.8
9,170	10,929	19.2	TOTAL	34,968	41,373	18.3

Nota: Las cifras se encuentran expresadas en millones de pesos

Como ya se mencionó, a partir de este trimestre, Grupo Bimbo adoptó, por supletoriedad, el criterio "Emerging Issues Task Force" EITF 01-09 de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Estados Unidos (US GAAP) para todas sus operaciones. Este principio obliga a descontar de las Ventas los gastos de mercantización, en lugar de presentarlos dentro de los Gastos de Operación, por lo que los Ingresos reportados para todos los periodos presentados reflejan este efecto, provocando así que todos los porcentajes relativos se vean afectados.

México

México
(millones de Pesos)

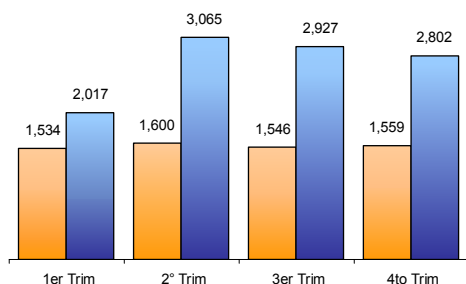


Las Ventas domésticas continuaron con la sólida tendencia de crecimiento experimentada en trimestres anteriores, al registrar en el último trimestre del año un incremento de 7.4%, mientras que, de forma acumulada, el incremento fue de 6.3%. Estos incrementos resultaron de la combinación de un aumento en los volúmenes de venta y de incrementos en precios implementados en las principales líneas de productos realizados en el último trimestre del año.

Por otro lado, como consecuencia del entorno macroeconómico -que ha obligado a los consumidores a atender otras necesidades primarias-, los mercados de botana salada y confitería mostraron una contracción durante 2002. No obstante, los resultados de las divisiones de *Barcel* y *Coronado* se vieron beneficiadas en sus comparativos contra el año 2001 por la buena aceptación que tuvieron sus nuevos productos.

Estados Unidos

Estados Unidos
(millones de Pesos)



En esta región, las Ventas presentaron un crecimiento de 79.7% en el trimestre, y de 73.3% en términos acumulados. Lo anterior es el resultado mixto de la integración de las nuevas operaciones y del efecto de la conversión de las rutas a operadores independientes en el área de Texas. Adicionalmente, el mercado de pan continuó contrayéndose durante el trimestre, acumulando a diciembre una caída de 2.1%; a este respecto, el área de Texas continúa siendo la más afectada.

Es importante mencionar que, a partir de la integración de nuestras operaciones en la región, se ha intensificado la introducción de productos de nuestras operaciones en México, los cuales gozan de un alto reconocimiento de marca en el mercado hispano. De hecho, la marca *Bimbo* ha logrado posicionarse como la tercera más importante de nuestra operación en ese país.

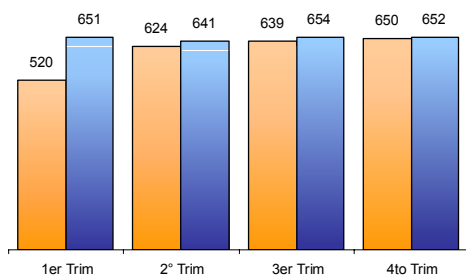
Centro y Sudamérica

Las Ventas durante el trimestre lograron mantenerse prácticamente sin cambios. Reportaron un ligero incremento de 0.3% respecto del mismo periodo del año anterior, que a pesar de la difícil situación económica, logró ser contrarrestada por la incorporación de las operaciones adquiridas en Costa Rica.

■ 2001 ■ 2002

Cuarto Trimestre del 2002

Latinoamérica (millones de Pesos)



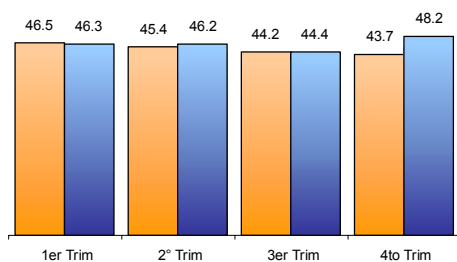
De forma acumulada, este rubro mostró un crecimiento de 6.8%, que si bien considera el beneficio de las Ventas adicionales correspondientes a las adquisiciones realizadas en el 2001, también refleja el buen desempeño de las operaciones de Colombia, Chile y Perú que presentaron importantes incrementos en sus Ingresos como resultado de mayores volúmenes de venta, así como de ajustes en los precios orientados a contrarrestar las inflaciones y devaluaciones en sus economías.

Los resultados de las operaciones en Argentina y Venezuela concluyeron el año con la misma tendencia de contracción de volúmenes. A diciembre se registraron caídas de 23% y 9%, respectivamente, como reflejo del deterioro que experimentaron las economías de esas naciones, acumulando caídas en el PIB de 11.0 y 9.5%, respectivamente.

Costo de Ventas

Durante el trimestre, este rubro se vio afectado por causas de diferente naturaleza, que en el efecto neto provocaron un incremento en el porcentaje relativo de 4.5 pp en el periodo y de 1.4 pp de forma acumulada, al alcanzar 48.2 % y 46.3% de las ventas, respectivamente.

Costo de Ventas (% sobre ventas)



Por un lado, el Costo de Ventas se benefició del registro, a nivel operativo, del resultado de la operación de instrumentos derivados sobre *commodities*, el cual se venía registrando en los trimestres anteriores en el rubro de Otros Ingresos. Este cambio obedece a la adopción, por supletoriedad, en todas las operaciones de la Compañía, de la Norma Internacional de Contabilidad NIC-39 que hace referencia al registro de instrumentos derivados.

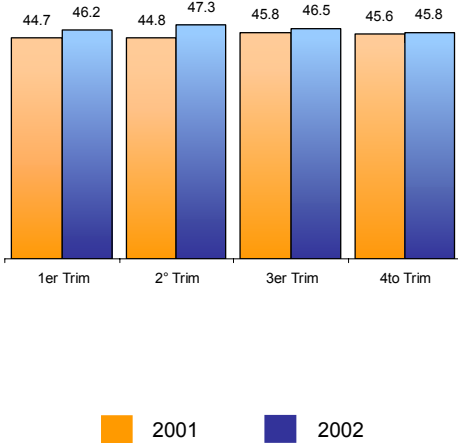
Sin embargo, lo anterior no alcanzó a compensar el impacto del alza en los precios de las principales materias primas -que afectaron todas las operaciones de la Compañía- ni el incremento en el porcentaje relativo a Ventas de los Costos en Estados Unidos, como resultado de la disminución de los ingresos derivada de la conversión de las rutas a distribuidores independientes en Texas.

En Latinoamérica, como consecuencia de la difícil situación económica y política imperante, las operaciones se vieron afectadas, especialmente Argentina y Venezuela. Las alzas acumuladas en los precios de los insumos en estos países fueron de 160 y 60%, respectivamente.

■ 2001 ■ 2002

Gastos de Operación

Gastos de Operación
(% sobre ventas)



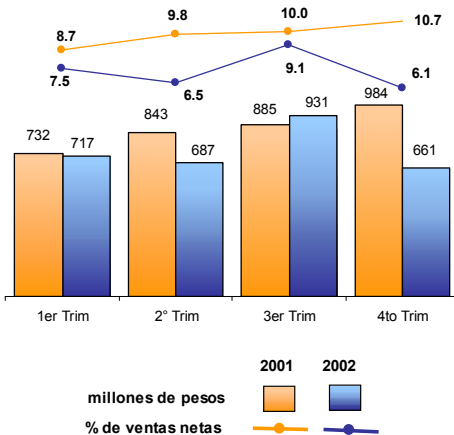
Durante el trimestre, los Gastos de Operación representaron el 45.7% de las Ventas, lo que significó un incremento de 0.2 pp en comparación con el mismo periodo del 2001. En este caso, se combinó un aumento en los Gastos de Distribución y Venta –debido fundamentalmente a la especialización de la red de distribución- con una disminución en el Gasto de Administración –como resultado de los esfuerzos tendientes a su normalización, que se llevaron a cabo durante el segundo semestre del año.

Sin embargo, las cifras no reflejan este último efecto debido a cargos extraordinarios no recurrentes relacionados con el cierre de nuestras operaciones en Viena, Austria y la suspensión parcial de los servicios de venta al canal de detalle de Abastex, nuestro negocio de distribución de abarrotes y servicios logísticos.

De forma acumulada, este rubro representó el 46.4% de las Ventas ó 1.2 pp superior al registrado al cierre del 2001, reflejando aún los Gastos relacionados a la profunda transformación operativa y tecnológica de la Compañía, y a los esfuerzos destinados a la especialización de la red de distribución antes mencionada. Este último proyecto ha significado la apertura de más de 2,500 rutas en todas las operaciones de Grupo Bimbo en el año y, con ello, la incorporación de más de 130,000 clientes.

Es importante mencionar que las operaciones en Estados Unidos reflejan la disminución en los Gastos de Distribución y Venta por la conversión de las rutas en Texas. Este proyecto se dio por concluido al cierre de 2002, por lo que los beneficios esperados se irán registrando paulatinamente.

Utilidad de Operación



Con respecto a la transformación tecnológica de la Compañía, vale destacar que durante el 2002 se incorporaron 56 operaciones a la plataforma ERP y se instalaron más de 15,200 Hand Helds, es decir, se logró el 80 y 68% de avance, respectivamente.

Utilidad de Operación

En el cuarto trimestre se registró un Margen Operativo de 6.1%, y de forma acumulada, de 7.2%, lo que se tradujo en contracciones de 4.7 y 2.6 pp, al compararse con los mismos periodos del año anterior, respectivamente. Esto se explica principalmente por el incremento registrado en el Costo de Ventas en el periodo y por los Gastos realizados durante el año en relación con los proyectos anteriormente descritos.

Cuarto Trimestre del 2002

Costo Integral de Financiamiento

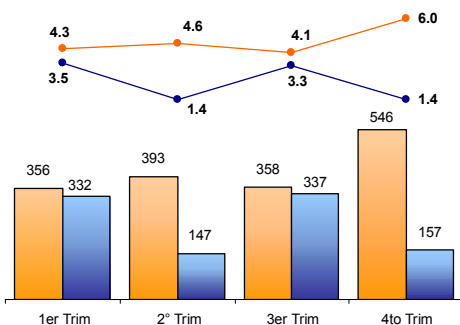
A pesar del aumento en el nivel de endeudamiento que se obtuvo como consecuencia de las adquisiciones, el CIF se mantuvo en niveles bajos al representar sólo el 1.7% de las Ventas.

Otros Ingresos y Gastos

En este renglón, se pasó de un Ingreso de \$28 millones en el último trimestre de 2001 a un Gasto de \$183 millones. Lo anterior es el resultado de: i) la reclasificación al Costo de Ventas de los resultados de la operación de derivados de *commodities*; ii) el registro de diversos gastos relacionados con la venta de las rutas en Texas; y iii) un cargo extraordinario derivado del aumento en la reserva correspondiente al plan de pensiones de las operaciones en Estados Unidos, debido al cambio en los supuestos económicos utilizados para el cálculo actuarial.

En el acumulado, se registró un Gasto de \$542 millones, de los cuales más de 90% se explican por: i) la reserva creada en el primer trimestre del año para la integración de las nuevas operaciones en Estados Unidos y de la cual se ejerció el 75%, ii) la amortización del Crédito Mercantil, iii) los gastos relacionados con el cierre de la planta de Mrs. Bairds, en Dallas y iv) los cargos mencionados en el párrafo anterior relacionados con la venta de rutas, y v) el aumento de la reserva del Fondo de Pensiones.

Utilidad Neta Mayoritaria



2001 2002
 millones de pesos  
 % de ventas netas  

Utilidad Neta Mayoritaria

La Utilidad Neta consolidada de la Compañía ascendió a \$157 millones, registrando un Margen de 1.4% en el trimestre. En tanto, a nivel acumulado se ubicó en \$973 millones, con un Margen de 2.4%. Lo anterior se explica primordialmente por el incremento en el Costo de Ventas y por los cargos extraordinarios en Otros Ingresos y Gastos ya mencionados.

Cuarto Trimestre del 2002

Utilidad de Operación Más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

No obstante la demanda extraordinaria de recursos financieros derivada de la profunda transformación operativa y tecnológica a la que se sometió la Compañía durante el 2002, Grupo Bimbo continúa registrando una sana estabilidad en su capacidad de generación de efectivo, al alcanzar una UAFIDA de \$1,014 millones tan sólo en el cuarto trimestre de 2002 ó 9.3% de las Ventas. En términos acumulados ascendió a \$4,410 millones, lo que representa un Margen de 10.7%.

Estructura Financiera

El año 2002 representó también un periodo de consolidación en el financiamiento de la operación de Grupo Bimbo. Tras una serie de operaciones corporativas realizadas durante los últimos dos años, se transformó de manera gradual la estructura de capital de la Compañía. Asimismo, durante 2002 se logró la reconfiguración de la deuda de largo plazo adquirida durante el ejercicio terminado el pasado diciembre.

Durante los meses de mayo y agosto del pasado año, la Compañía contrató deuda en el mercado total con plazos de cinco, seis, siete y diez años por un total de \$6,500 millones de pesos. Estas operaciones, si bien precisan la mezcla actual de financiamiento de Grupo Bimbo, permiten una estructura de capital escalonada, a través de un perfil de amortizaciones gradual y ordenado de largo plazo.

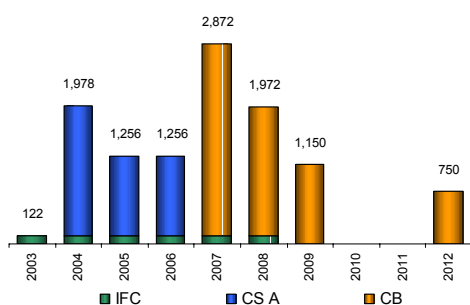
Como resultado de lo anterior, al cierre del 2002, el apalancamiento de la Compañía medido como Deuda Neta a Capital Contable se situó en 0.68 veces.

Eventos Recientes

El 21 de enero de 2003, Grupo Bimbo concretó una alianza estratégica con Wrigley, S.A. de C.V. ("Wrigley"), el fabricante de goma de mascar más grande del mundo y líder en la industria de confitería, para distribuir sus productos.

Con este acuerdo, Grupo Bimbo, a través de su subsidiaria Barcel, S.A. de C.V., se convirtió en el distribuidor exclusivo en la República Mexicana de las marcas de goma de mascar propiedad de Wrigley.

Perfil de Amortizaciones
(millones de Pesos)



Cuarto Trimestre del 2002

Con la distribución de estas marcas, líderes en sus mercados, la plataforma de confitería de Grupo Bimbo incorporó una línea completa de productos de la más alta calidad y reconocimiento. Asimismo, esta operación otorgó a Grupo Bimbo la oportunidad de ofrecer las marcas estadounidenses de goma de mascar más exitosas en la industria, entre las que sobresalen *Doublemint*[®], *Juicy Fruit*[®], *Wrigley's Spearmint*[®] y *Winterfresh*[®].

Descripción de la Compañía

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. Siendo líder en el continente americano, Grupo Bimbo cuenta con más de 75 plantas y 950 centros de distribución localizados estratégicamente en 14 países de América y Europa. Sus líneas de productos incluyen pan de caja, bollos, galletas, pasteles, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros.

Grupo Bimbo tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo con una flotilla de más de 29,000 vehículos, una plantilla laboral superior a 72,000 colaboradores y produce una gama de más de 3,600 productos.

Las acciones de Grupo Bimbo cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) desde 1980 bajo la clave de pizarra BIMBOA.

Declaración del Futuro Desempeño de las Operaciones y Resultados

Este reporte contiene algunas declaraciones sobre el desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A. de C.V., las cuales se basan en información financiera, niveles de operación y condiciones de mercado vigentes a la fecha, así como en estimaciones de la Administración de la Compañía en relación con posibles eventos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de sus insumos y cambios en las leyes y regulaciones, o por condiciones económicas y políticas no previstas en los países en los que opera. Consecuentemente, la Compañía sugiere a los lectores tomar dichas declaraciones con reserva.

ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002)	2001					2002														
	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	8,368	100.0	8,608	100.0	8,822	100.0	9,170	100.0	34,968	100.0	9,560	100.0	10,609	100.0	10,275	100.0	10,929	100.0	41,373	100.0
MEXICO	6,314	75.5	6,384	74.2	6,637	75.2	6,962	75.9	26,297	75.2	6,892	72.1	6,903	65.1	6,694	65.1	7,475	68.4	27,964	67.6
ESTADOS UNIDOS	1,534	18.3	1,600	18.6	1,546	17.5	1,559	17.0	6,238	17.8	2,017	21.1	3,065	28.9	2,927	28.5	2,802	25.6	10,810	26.1
LATINOAMERICA	520	6.2	624	7.2	639	7.2	650	7.1	2,433	7.0	651	6.8	641	6.0	654	6.4	652	6.0	2,599	6.3
COSTO DE VENTAS	3,893	46.5	3,907	45.4	3,900	44.2	4,008	43.7	15,708	44.9	4,424	46.3	4,902	46.2	4,563	44.4	5,267	48.2	19,156	46.3
RESULTADO BRUTO	4,475	53.5	4,701	54.6	4,922	55.8	5,162	56.3	19,260	55.1	5,136	53.7	5,707	53.8	5,713	55.6	5,662	51.8	22,217	53.7
GASTOS DE OPERACION	3,743	44.7	3,858	44.8	4,037	45.8	4,178	45.6	15,816	45.2	4,419	46.2	5,019	47.3	4,781	46.5	5,001	45.8	19,221	46.5
RESULTADO DE OPERACION	732	8.7	843	9.8	885	10.0	984	10.7	3,444	9.8	717	7.5	687	6.5	931	9.1	661	6.1	2,997	7.2
MEXICO	762	9.1	857	10.0	961	10.9	1,033	11.3	3,613	10.3	771	8.1	679	6.4	973	9.5	784	7.2	3,207	7.8
ESTADOS UNIDOS	-18	(0.2)	18	0.2	-26	(0.3)	-27	(0.3)	-53	(0.2)	-10	(0.1)	73	0.7	26	0.3	-59	(0.5)	30	0.1
LATINOAMERICA	-12	(0.1)	-32	(0.4)	-50	(0.6)	-22	(0.2)	-115	(0.3)	-45	(0.5)	-65	(0.6)	-68	(0.7)	-63	(0.6)	-241	(0.6)
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	64	0.8	94	1.1	80		59		297	0.8	-23	(0.2)	291	2.7	314	3.1	109	1.0	691	1.7
INTERESES PAGADOS (NETO)	-4	(0.0)	-20	(0.2)	57	0.6	157	1.7	189	0.5	59	0.6	328	3.1	265	2.6	32	0.3	684	1.7
PERDIDA (GANANCIA) CAMBIARIA	59	0.7	109	1.3	57	0.6	-69	(0.8)	155	0.4	23	0.2	-21	(0.2)	121	1.2	217	2.0	341	0.8
REPOMO	9	0.1	6	0.1	-34	(0.4)	-28	(0.3)	-48	(0.1)	-106	(1.1)	-16	(0.2)	-72	(0.7)	-140	(1.3)	-334	(0.8)
OTROS GASTOS (INGRESOS) NETOS	27	0.3	45	0.5	338	3.8	-29	(0.3)	380	1.1	168	1.8	72	0.7	118	1.1	183	1.7	542	1.3
PROVISION PARA IMPUESTOS Y P.T.U.	281	3.4	316	3.7	124	1.4	403	4.4	1,124	3.2	249	2.6	189	1.8	170	1.7	207	1.9	815	2.0
PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	0	0.0	9	0.1	12	0.1	18	0.2	40	0.1	-10	(0.1)	-15	(0.1)	-22	(0.2)	-7	(0.1)	-54	(0.1)
PARTICIPACION MINORITARIA	3	0.0	3	0.0	-2	(0.0)	25	0.3	28	0.1	1	0.0	3	0.0	14	0.1	12	0.1	31	0.1
		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0
RESULTADO NETO MAYORITARIO	356	4.3	393	4.6	358	4.1	546	6.0	1,654	4.7	332	3.5	147	1.4	337	3.3	157	1.4	973	2.4
UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,064	12.7	1,183	13.7	1,217	13.8	1,364	14.9	4,828	13.8	1,070	11.2	992	9.4	1,331	13.0	1,017	9.3	4,410	10.7
MEXICO	1,021	12.2	1,118	13.0	1,213	13.7	1,293	14.1	4,645	13.3	1,018	10.7	919	8.7	1,216	11.8	1,073	9.8	4,226	10.2
ESTADOS UNIDOS	27	0.3	65	0.8	24	0.3	26	0.3	142	0.4	34	0.4	134	1.3	154	1.5	-39	(0.4)	283	0.7
LATINOAMERICA	16	0.2	-1	(0.0)	-20	(0.2)	45	0.5	40	0.1	18	0.2	-61	(0.6)	-39	(0.4)	-17	(0.2)	-99	(0.2)

BALANCE GENERAL	2001	2002	%
<small>(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002)</small>			
ACTIVO TOTAL	23,781	31,719	33.4
MEXICO	16,571	17,286	4.3
ESTADOS UNIDOS	4,553	12,157	167.0
LATINOAMERICA	2,657	2,276	(14.3)
ACTIVO CIRCULANTE	4,870	7,155	46.9
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO (NETO)	14,683	15,443	5.2
PASIVO TOTAL	10,395	17,968	72.9
CREDITOS BANCARIOS CP	406	355	(12.6)
CREDITOS BANCARIOS LP	4,848	11,292	132.9
CAPITAL CONTABLE	13,389	13,751	2.7

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA	2001	2002
<small>(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2002)</small>		
RESULTADO NETO	1,682	1,003
+ (-) PARTIDAS APLICADAS A RESULTADOS QUE NO REQUIEREN UTILIZACIÓN DE RECURSOS	1,416	1,109
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	3,098	2,112
FLUJO DERIVADO DE CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	(1,055)	34
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) POR LA OPERACIÓN	2,043	2,146
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO AJENO	834	6,293
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO PROPIO	(4,801)	(299)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) MEDIANTE FINANCIAMIENTO	(3,967)	5,994
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	(2,020)	(6,633)
INCREMENTO (DECREMENTO) EN EFECTIVO POR INVERSIONES TEMPORALES	(3,944)	1,507
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL INICIO DEL PERÍODO	4,755	811
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERÍODO	811	2,318