

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE Y ACUMULADOS DE 2003

Datos relevantes del trimestre

- *Las ventas se mantuvieron prácticamente sin cambio en comparación con el año anterior, como resultado de un buen comportamiento en México y de reducciones en Estados Unidos y Latinoamérica.*
- *La utilidad de operación disminuyó 11.3%, debido a incrementos en los precios de las principales materias primas.*
- *La utilidad neta experimentó un crecimiento de 76.0%, como consecuencia, principalmente, de un costo integral de financiamiento más bajo.*

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:

María Barona / Blanca Hirani
**i-advize Corporate
Communications, Inc.**
Tel: (212) 406-3690
grupobimbo@i-advize.com

México, D.F., a 23 de julio de 2003 - Grupo Bimbo S.A. de C.V., (“Grupo Bimbo” o “La Compañía”) (BMV: BIMBOA), reportó hoy sus resultados correspondientes al segundo trimestre y acumulados al primer semestre de 2003.*

En el segundo trimestre de 2003, los resultados de Grupo Bimbo continuaron experimentando comparativos desfavorables en relación con el año anterior, como consecuencia de los esfuerzos tendientes a la conclusión de los diversos proyectos en los que la Compañía ha estado inmersa durante los últimos trimestres y de los incrementos experimentados en los precios de las principales materias primas. Sin embargo, es importante destacar que, con respecto al trimestre inmediato anterior, comienzan a reflejarse ciertas mejoras derivadas del avance en la implantación de dichos proyectos.

Las ventas se mantuvieron prácticamente en los mismos niveles del año anterior, como resultado mixto del buen desempeño que continúan mostrando las operaciones en México y de las reducciones registradas en Estados Unidos y Latinoamérica. Vale la pena recordar que los ingresos en Estados Unidos siguen siendo afectados por los descuentos otorgados a los operadores independientes (OIs) en el área de Texas y que la contracción en Latinoamérica continúa siendo el resultado de la difícil situación económica que atraviesan la mayoría de los países en la región.

Por su parte, el margen de operación se situó en 5.6%, sólo 0.7 puntos porcentuales por debajo del registrado en el mismo periodo de 2002. Esto indica que los efectos negativos ocasionados por los proyectos de transformación comercial y tecnológica de la Compañía comienzan a moderarse y algunos de sus beneficios se empiezan a reflejar.

Finalmente, la utilidad neta del trimestre registró un importante incremento del 76.0% al compararse con el mismo periodo del año anterior, resultando un margen del 2.0%, 0.9 puntos porcentuales superior al registrado en el mismo trimestre de 2002. Lo anterior es consecuencia, principalmente, de un menor costo integral de financiamiento.

* 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 30 de junio de 2003.

Ventas Netas

2T02	2T03	% Cambio		1S02	1S03	% Cambio
6,994	7,303	4.4	México	13,979	14,673	5.0
3,164	3,000	(5.2)	Estados Unidos	5,246	5,953	13.5
718	661	(8.0)	Latinoamérica	1,443	1,303	(9.7)
10,759	10,717	(0.4)	CONSOLIDADO	20,452	21,569	5.5

Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

México

Al compararse con el año anterior, las ventas en México continúan mostrando un desempeño sólido. Los incrementos en el trimestre y de forma acumulada fueron de 4.4% y 5.0%, respectivamente, provenientes de la combinación de mayores volúmenes de venta y, en menor medida, de los incrementos de precios realizados en el segundo semestre de 2002.

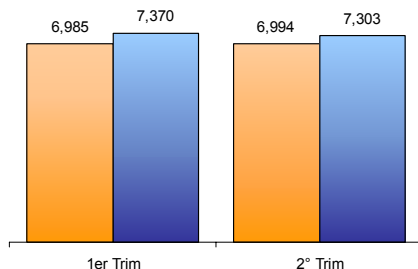
Por lo que respecta a los volúmenes, es importante mencionar que la Compañía continúa enfocada hacia la satisfacción de las preferencias del mercado, con lanzamientos de nuevos productos y campañas de promoción y publicidad para respaldar a productos ya existentes, incluyendo aquellos con un alto reconocimiento de marca. Asimismo, las iniciativas encaminadas a hacer más eficiente la distribución de nuestros productos han contribuido a un mejor desplazamiento de los volúmenes. En este sentido, sobresale el desempeño de las divisiones de panificación y botana salada, mientras que la división de confitería continúa experimentado condiciones adversas, con una participación de mercado estable.

Estados Unidos

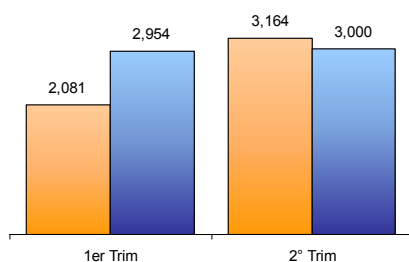
Las ventas registraron una caída de 5.2% en relación con el segundo trimestre del año anterior, como resultado de la reducción aparente en los ingresos proveniente de los descuentos otorgados a los OIs en el área de Texas. Es importante resaltar que, a pesar de que el mercado de panificación se mantiene deprimido, las ventas en la región crecieron 1.6%, al compararse con el periodo inmediato anterior, como consecuencia de un mejor desempeño de los volúmenes y de incrementos selectivos de precios en nuestros productos.

De forma acumulada, las ventas crecieron 13.5% debido a la incorporación de las operaciones adquiridas en Estados Unidos en marzo de 2002. Vale la pena mencionar que la Compañía continúa siendo muy activa en el lanzamiento de nuevos productos, así como en el apoyo a las importaciones de productos con marcas mexicanas para fortalecer nuestra presencia dentro de la población hispana en este territorio. En lo que va del año, estas últimas han acumulado crecimientos superiores al 20%.

México (millones de pesos)

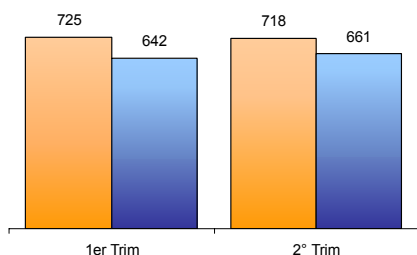


Estados Unidos (millones de pesos)



■ 2002 ■ 2003

Latinoamérica (millones de pesos)



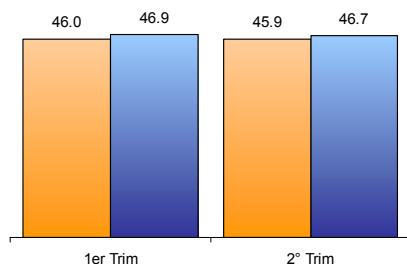
Latinoamérica

Las ventas del trimestre experimentaron una reducción del 8.0% en comparación con el año anterior, mientras que en el acumulado, la reducción fue de 9.7%. La principal causa de este comportamiento continúa siendo el adverso entorno económico, que ha impactado el consumo en la mayoría de los países de la región. Sin embargo, es importante resaltar que el segundo trimestre muestra una ligera recuperación respecto de los primeros tres meses del año.

Durante el trimestre, las operaciones más afectadas fueron las de Venezuela y Brasil. En el caso de Venezuela, la principal razón del deterioro continúa siendo la difícil situación económica, política y social por la que atraviesa el país, mientras que, en el caso de Brasil, se han tomado ciertas medidas para contrarrestar los efectos del entorno económico, tales como el cierre de algunas agencias de distribución y la depuración de la cartera de clientes, entre otras.

Con respecto a Argentina, es importante mencionar que en el trimestre se experimentó una ligera recuperación, principalmente como resultado de la introducción y relanzamiento de algunos productos, campañas más agresivas de promoción y publicidad y la exportación de productos a otras regiones de la Compañía.

Costo de Ventas (% de ventas)



Costo de Ventas

En el segundo trimestre, este rubro representó 46.7% de las ventas, 0.8 puntos porcentuales superior al registrado en el mismo periodo del año anterior. Asimismo, de forma acumulada, el incremento fue de 0.9 puntos porcentuales. Lo anterior continúa reflejando mayores precios de algunas materias primas, que si bien han experimentado una reducción con respecto al primer trimestre del año, siguen comparándose en forma desfavorable contra 2002. En el trimestre resaltan los incrementos en los precios de la cocoa, las mermeladas y las envolturas.

Por otro lado, a partir de la tercerización de las rutas en Texas, la proporción del costo de ventas en Estados Unidos continúa reflejando un incremento, producto de la reducción aparente de los ingresos. Excluyendo este efecto, el incremento en el costo de ventas en dicha región se atribuye, al igual que en México y Latinoamérica, al comportamiento de los precios internacionales de la mayoría de las materias primas utilizadas por la Compañía.

Con respecto a Latinoamérica, este rubro presentó alzas generalizadas en la mayoría de los países de la región. La más afectada fue la operación de Venezuela que, adicionalmente al alza en los precios de las materias primas, presentó problemas de escasez de algunos insumos y costos de liquidación de personal del área de producción.

2002 2003

Gastos de Operación

La moderación de los gastos relacionados con los proyectos de transformación comercial y tecnológica en los que la Compañía ha estado involucrada desde hace ya tres años, hizo posible una reducción de los gastos operativos de 0.1 puntos porcentuales, al pasar de 47.9% en el segundo trimestre del año anterior a 47.8% de las ventas en este periodo. Esta situación es especialmente importante, toda vez que este rubro ha sido el más afectado por los proyectos anteriormente mencionados y, consecuentemente, la principal causa del deterioro de los márgenes operativos de la Compañía.

Este comportamiento se compone de un incremento en los gastos de distribución y venta, que fue compensado por una disminución en los gastos de administración.

El incremento en los gastos de distribución y venta es el resultado de mayores erogaciones relacionadas con la segmentación y especialización de la red de distribución, lo que fue parcialmente compensado con el esquema de tercerización de rutas —tendientes a eficientar y optimizar este rubro— en algunas de nuestras operaciones en el extranjero. Sin embargo, cabe la pena mencionar que en el caso de Estados Unidos, aún no se han logrado capitalizar los beneficios de este esquema debido a retrasos sufridos en la implantación.

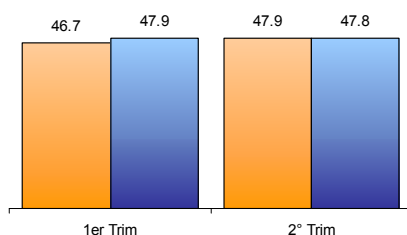
Por otro lado, el gasto de administración muestra una reducción, como consecuencia, principalmente, de una disminución en el personal de aproximadamente 1,300 colaboradores. Lo anterior es el resultado tanto de los esfuerzos por reducir los gastos, como de la etapa en la que ya se encuentran los proyectos de transformación. Esta reducción alcanzó a contrarrestar una reclasificación relacionada con el proyecto PEARL y la integración de las operaciones en Estados Unidos, que previamente se venía registrando en el rubro de otros egresos.

De forma acumulada, los gastos de operación presentaron un incremento de 0.5 puntos porcentuales, principalmente como reflejo de las inversiones realizadas en los proyectos de transformación comercial y tecnológica de la Compañía. En lo que va del año, los esfuerzos en el área comercial han significado la apertura de más de 1,200 rutas y la incorporación de más de 140,000 clientes. En el área tecnológica, 67 operaciones ya han sido incorporadas a la plataforma del ERP (91% de avance) y se han instalado el total de las *hand helds* originalmente planeadas (22,033 unidades).

Utilidad de Operación

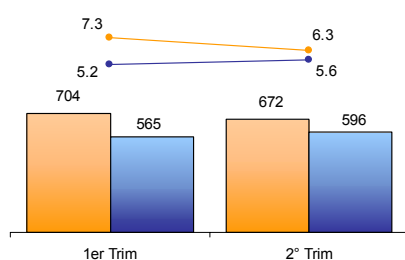
El buen comportamiento de las ventas y el control de los gastos de operación ayudaron a que, a pesar del incremento en el costo de ventas, la utilidad de operación del segundo trimestre se situara en \$596 millones. De esta forma, el margen de operación fue de 5.6%, 0.7 puntos porcentuales menor al registrado en el mismo periodo del año anterior.

Gastos de Operación
(% de ventas)



■ 2002 ■ 2003

Utilidad de Operación



En términos acumulados, la utilidad de operación ascendió a \$1,161 millones, lo que representa un margen de 5.4%, 1.3 puntos porcentuales por debajo de lo reportado en el primer semestre de 2002. Lo anterior es principalmente el resultado de los incrementos registrados tanto en el costo de ventas como en los gastos de operación que han afectado a todas nuestras operaciones.

Es importante mencionar que las operaciones que más han sufrido las repercusiones de los incrementos mencionados anteriormente son las de Estados Unidos, que adicionalmente a los proyectos globales en los que la Compañía decidió involucrarse, han tenido que enfrentar condiciones adversas del mercado, la reestructura del área de distribución e incrementos en el costo laboral.

2T02	2T03	% Cambio		1S02	1S03	% Cambio
651	738	13.3	México	1,515	1,442	(4.8)
76	(90)	N.A.	Estados Unidos	65	(171)	N.A.
(81)	(52)	35.8	Latinoamérica	(135)	(109)	19.3
672	596	(11.3)	TOTAL	1,376	1,161	(15.6)

Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Cabe la pena resaltar que, si bien los resultados del trimestre y acumulados continúan siendo inferiores a los registrados en los mismos periodos del año anterior, las etapas finales en las que ya se encuentran los procesos de transformación que inició la Compañía hace ya tres años, se han traducido en una ligera mejora a nivel operativo al compararse con el primer trimestre de este año.

Costo Integral de Financiamiento

En el segundo trimestre de 2003, el costo integral de financiamiento ascendió a \$167 millones, es decir, 43.9% inferior al registrado en el mismo periodo del año 2002. Lo anterior se explica principalmente por una variación en la ganancia cambiaria, que obedece fundamentalmente a la apreciación del peso con respecto al dólar registrada en el trimestre.

A nivel acumulado, el costo integral de financiamiento fue de \$424 millones, comparado con los \$273 millones reportados en el primer semestre del año anterior. Este incremento se debe, principalmente, a un mayor pago de intereses, ya que la deuda relacionada con la adquisición en Estados Unidos fue incorporada en marzo de 2002.

Otros Ingresos y Gastos

En el trimestre, la Compañía registró un gasto neto de \$52 millones por concepto de la amortización del crédito mercantil correspondiente a las marcas adquiridas en Brasil y Estados Unidos, el cual fue parcialmente contrarrestado por la reclasificación a gastos de operación relacionada con erogaciones del proyecto PEARL y la integración de las operaciones en Estados Unidos mencionada anteriormente.



De forma acumulada, se registró un gasto neto de \$152 millones, que corresponde en su mayoría a la amortización mencionada en el párrafo anterior y que al compararlo con el año 2002, muestra una reducción de 39.1% ya que en marzo de ese año se creó la reserva para la integración de las operaciones en Estados Unidos.

Utilidad Neta Mayoritaria

En el trimestre, la utilidad neta mayoritaria ascendió a \$213 millones, es decir, 76.0% superior a la registrada en el mismo periodo de 2002, logrando así un margen neto de 2.0%. Lo anterior se explica por las reducciones en el costo integral de financiamiento y en otros egresos, que, en conjunto, fueron más que suficientes para compensar la disminución en la utilidad de operación.

Con respecto a los seis primeros meses del año, la utilidad neta mayoritaria fue de \$312 millones, 27.5% menor a la registrada en el 2002. Asimismo, el margen neto del primer semestre fue de 1.4%, 0.7 puntos porcentuales inferior al registrado en el año anterior, principalmente debido a la contracción en la utilidad de operación.

Utilidad de Operación más Depreciación y Amortización (UAFIDA)

A pesar de la fuerte demanda de recursos por parte de los proyectos en los que la Compañía ha estado inmersa, el flujo de efectivo continúa mostrando un sólido nivel. En el segundo trimestre del año, la UAFIDA fue de \$969 millones, lo que representa un margen de 9.0%. De forma acumulada, ésta ascendió a \$1,887 millones, es decir, representó el 8.7% de las ventas.

2T02	2T03	% Cambio		1S02	1S03	% Cambio
891	1,000	12.2	México	2,000	1,944	(2.8)
136	(14)	N.A	Estados Unidos	169	(17)	N.A.
(76)	(17)	77.6	Latinoamérica	(68)	(40)	41.2
977	969	(0.8)	TOTAL	2,034	1,887	(7.2)

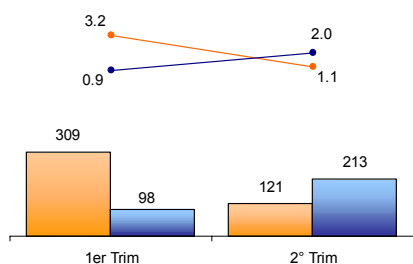
Nota: Las cifras están expresadas en millones de pesos. En el cálculo de las cifras consolidadas se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Estructura Financiera

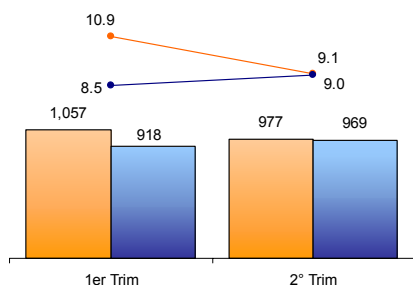
Producto del diseño escalonado de la deuda de largo plazo y la continua fortaleza de la Compañía para generar flujo de efectivo, la estructura financiera de Grupo Bimbo continúa siendo sólida.

Al segundo trimestre del presente año, la Compañía observa una razón de Deuda Neta a Capital Contable de 0.65 veces, ligeramente inferior a la reportada el trimestre anterior.

Utilidad Neta Mayoritaria



UAFIDA



millones de pesos 2002 2003
% de ventas netas

Eventos Recientes

- El 22 de julio de 2003, Grupo Bimbo informó su participación como socio minoritario en un consorcio encabezado por el empresario mexicano Fernando Chico Pardo.

Dicha entidad adquirió ciertos derechos de propiedad y deuda de la Compañía de Alimentos Fargo, S.A. de la República de Argentina y procurará su reestructura financiera y operativa. La participación de Grupo Bimbo es del 30% del capital social de este consorcio.

- El 5 de junio de 2003, Grupo Bimbo anunció que, como parte de su estrategia de concentración en sus negocios básicos, llevó a cabo —en conjunto con su socio Grupo Arteva, S. de R.L.— la venta de la empresa Novacel, S.A. de C.V., dedicada a la fabricación de empaques flexibles, por un monto de \$90 millones de dólares, a Pechiney Plastic Packaging, una subsidiaria de la empresa francesa Pechiney, que es líder mundial en ese mercado. Previamente a esta venta, la Compañía mantenía una participación de 41.8% en el capital social, mientras que su socio era el propietario del resto.

Esa desinversión, sujeta a la autorización de las autoridades correspondientes, obedeció a la necesidad de enfocar los recursos del Grupo en sus principales negocios, orientados al consumidor final. Novacel continuará abasteciendo una parte importante de las envolturas flexibles que Grupo Bimbo utiliza, razón por la cual se suscribió un contrato de suministro en términos y condiciones comerciales acordes con las prácticas generales de la industria.

Descripción de la Compañía

Grupo Bimbo es una de las empresas de panificación más grandes del mundo por sus volúmenes de producción y ventas. 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 fabrica arriba de 3,600 productos y tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con una flotilla de más de 29,000 vehículos y una plantilla laboral superior a 72,000 colaboradores.

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

Las declaraciones sobre el desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A. de C.V. que contiene este reporte 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 acontecimientos futuros. Los resultados de la Compañía pueden variar con respecto a los expuestos en dichas declaraciones por diversos factores fuera del alcance de la Compañía, tales como: ajustes en los niveles de precios, variaciones en los costos de sus insumos y cambios en las leyes y regulaciones, o bien por condiciones económicas y políticas no previstas en los países en los que opera. Consecuentemente, la Compañía no se hace responsable por dichas variaciones en la información y sugiere a los lectores tomar las declaraciones con reserva. Asimismo, la Compañía no se obliga a publicar modificación alguna derivada de las variaciones que pudieran tener dichos factores después de la fecha de publicación de este documento.



ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE JUNIO DE 2003)	2002						2003									
	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%	1 TRIM	%	2 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	9,693	100.0	10,759	100.0	10,753	100	11,197	100	42,403	100.0	10,852	100.0	10,717	100.0	21,569	100.0
MEXICO	6,985	72.1	6,994	65.0	7,191	67	7,729	69	28,900	68.2	7,370	67.9	7,303	68.1	14,674	68.0
ESTADOS UNIDOS	2,081	21.5	3,164	29.4	3,022	28	2,892	26	11,160	26.3	2,954	27.2	3,000	28.0	5,953	27.6
LATINOAMERICA	725	7.5	718	6.7	731	7	726	6	2,901	6.8	642	5.9	661	6.2	1,303	6.0
COSTO DE VENTAS	4,460	46.0	4,936	45.9	4,928	46	5,425	48	19,749	46.6	5,093	46.9	5,003	46.7	10,096	46.8
UTILIDAD BRUTA	5,233	54.0	5,824	54.1	5,825	54	5,772	52	22,654	53.4	5,759	53.1	5,714	53.3	11,473	53.2
GASTOS DE OPERACION	4,529	46.7	5,151	47.9	4,904	46	5,123	46	19,707	46.5	5,194	47.9	5,118	47.8	10,312	47.8
UTILIDAD DE OPERACION	704	7.3	672	6.3	921	9	650	6	2,947	6.9	565	5.2	596	5.6	1,161	5.4
MEXICO	863	8.9	651	6.1	1,003	9	736	7	3,252	7.7	704	6.5	738	6.9	1,442	6.7
ESTADOS UNIDOS	(11)	(0.1)	76	0.7	27	0	(61)	(1)	31	0.1	(82)	(0.8)	(90)	(0.8)	(171)	(0.8)
LATINOAMERICA	(54)	(0.6)	(81)	(0.7)	(84)	(1)	(78)	(1)	(297)	(0.7)	(57)	(0.5)	(52)	(0.5)	(109)	(0.5)
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(24)	(0.2)	298	2.8	321	3	111	1	705	1.7	257	2.4	167	1.6	424	2.0
INTERESES PAGADOS (NETO)	59	0.6	328	3.0	265	2	32	0	684	1.6	255	2.4	252	2.3	507	2.4
PERDIDA (GANANCIA) CAMBIARIA	23	0.2	(21)	(0.2)	121	1	217	2	341	0.8	99	0.9	(75)	(0.7)	25	0.1
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	(106)	(1.1)	(10)	(0.1)	(66)	(1)	(138)	(1)	(319)	(0.8)	(98)	(0.9)	(10)	(0.1)	(108)	(0.5)
OTROS GASTOS E (INGRESOS) (NETO)	175	1.8	74	0.7	124	1	102	1	475	1.1	100	0.9	52	0.5	154	0.7
PROVISION PARA IMPUESTOS Y P.T.U.	252	2.6	192	1.8	172	2	209	2	826	1.9	101	0.9	178	1.7	279	1.3
PARTICIPACIÓN EN LOS RESULTADOS DE SUBSIDIARIAS Y ASOCIADAS NO CONSOLIDADAS	(10)	(0.1)	(15)	(0.1)	(22)	(0)	(7)	(0)	(54)	(0.1)	2	0.0	(18)	(0.2)	(16)	(0.1)
PARTICIPACION MINORITARIA	1	0.0	3	0.0	14	0	12	0	30	0.1	8	0.1	4	0.0	11	0.1
		0.0		0.0		0		0		0.0		0.0		0.0		0.0
UTILIDAD NETA MAYORITARIO	309	3.2	121	1.1	313	3	221	2	964	2.3	98	0.9	213	2.0	311	1.4
UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	1,057	10.9	977	9.1	1,320	12	1,005	9	4,360	10.3	918	8.5	969	9.0	1,887	8.7
MEXICO	1,109	11.4	891	8.3	1,246	12	1,025	9	4,271	10.1	944	8.7	1,000	9.3	1,944	9.0
ESTADOS UNIDOS	33	0.3	136	1.3	155	1	(41)	(0)	284	0.7	(3)	(0.0)	(14)	(0.1)	(16)	(0.1)
LATINOAMERICA	8	0.1	(76)	(0.7)	(56)	(1)	(31)	(0)	(155)	(0.4)	(23)	(0.2)	(17)	(0.2)	(41)	(0.2)



BALANCE GENERAL	2002	2003	%
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE JUNIO DE 2003)			CAMBIO
ACTIVO TOTAL	31,724	30,865	(2.7)
MEXICO	17,099	16,334	(4.5)
ESTADOS UNIDOS	11,946	12,040	0.8
LATINOAMERICA	2,678	2,491	(7.0)
ACTIVO CIRCULANTE	6,646	6,198	(6.7)
INMUEBLES PLANTA Y EQUIPO (NETO)	16,104	15,749	(2.2)
PASIVO TOTAL	17,964	16,643	(7.4)
CREDITOS BANCARIOS A CORTO PLAZO	3,583	476	(86.7)
CREDITOS BANCARIOS A LARGO PLAZO	8,658	10,547	21.8
CAPITAL CONTABLE	13,760	14,222	3.4

ESTADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA	2002	2003
(MILLONES DE PESOS CONSTANTES AL 30 DE JUNIO DE 2003)		
RESULTADO NETO	435	323
+ (-) PARTIDAS APLICADAS A RESULTADOS QUE NO REQUIEREN UTILIZACIÓN DE RECURSOS	606	762
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	1,041	1,086
FLUJO DERIVADO DE CAMBIOS EN EL CAPITAL DE TRABAJO	(1,393)	(196)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) POR LA OPERACIÓN	(352)	889
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO AJENO	6,862	(752)
FLUJO DERIVADO DE FINANCIAMIENTO PROPIO	(310)	(247)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) MEDIANTE FINANCIAMIENTO	6,551	(999)
RECURSOS GENERADOS (UTILIZADOS) EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	(5,593)	(512)
INCREMENTO (DECREMENTO) EN EFECTIVO POR INVERSIONES TEMPORALES	266	(622)
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL INICIO DEL PERÍODO	831	2,345
EFECTIVO E INVERSIONES TEMPORALES AL FINAL DEL PERÍODO	1,096	1,723