

Relevantes del trimestre:

- *Las ventas netas registraron un incremento de 19.9%, debido principalmente a la adquisición de Canada Bread, un sólido desempeño en todas las regiones y el beneficio del tipo de cambio en las ventas de Estados Unidos*
- *La utilidad de operación creció 67.6%, mientras el margen se expandió 150 puntos base*
- *La UAFIDA incrementó 43%, observando un crecimiento en el margen de 140 puntos base*
- *La utilidad neta mayoritaria aumentó 111.0%, representando una expansión de 80 puntos base en el margen*
- *Se concretó la adquisición de Saputo Bakery Inc. en Canadá*

Relación con Inversionistas

Marcos Camacho
(5255) 5268 6704

marcos.camacho@grupobimbo.com

Estefanía Poucel
(5255) 5268 6830

estefania.poucel@grupobimbo.com

Diego Mondragón
(5255) 5268 6789

diego.mondragon@grupobimbo.com

GRUPO BIMBO REPORTA RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2015

México, D.F., a 23 de abril de 2015 – Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. (“Grupo Bimbo” o “la Compañía”) (BMV: BIMBO) reportó hoy sus resultados correspondientes al primer trimestre concluido el 31 de marzo de 2015.¹

Durante el primer trimestre de 2015, las ventas netas consolidadas crecieron 19.9% ascendiendo a \$49,843 millones. Lo anterior como resultado de las adquisiciones en Canadá y Ecuador, un fuerte crecimiento orgánico en México y Latinoamérica y el efecto del tipo de cambio por las ventas en Estados Unidos.

La utilidad antes de otros ingresos y gastos creció 38.5%, expandiendo el margen 80 puntos base, esto como resultado de la estabilidad en el margen bruto y de la disminución en los gastos generales como porcentaje de las ventas. Por su parte, la utilidad de operación creció 67.6%, debido fundamentalmente a menores gastos relacionados al proceso de reestructura en Estados Unidos.

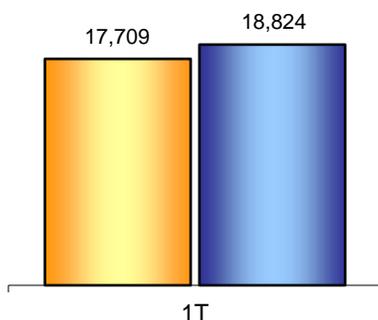
La utilidad neta mayoritaria fue de \$907 millones, 111% mayor al mismo periodo del año anterior, atribuible al buen desempeño a nivel operativo y a una menor tasa efectiva de impuestos. El margen neto se expandió 80 puntos base ubicándose en 1.8%.

A través de su subsidiaria Canada Bread Company, Limited, la Compañía concluyó la adquisición de Saputo Bakery Inc., líder en Canadá en la categoría de pastelitos. Esta operación fortalece la posición de Canada Bread en el país, complementando su portafolio de productos, red de distribución y huella de manufactura. La adquisición incluye una planta y marcas líderes como Vachon®, Jos Louis®, Ah Caramel®, Passion Flakie® y May West®, entre otras.

¹ Las cifras incluidas en este documento están preparadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS, por sus siglas en inglés).

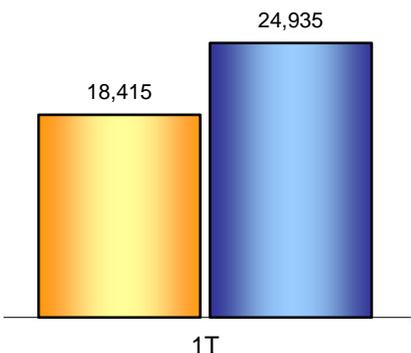
México

(millones de pesos mexicanos)



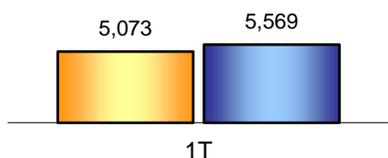
EUA y Canadá

(millones de pesos mexicanos)



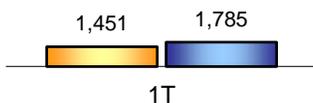
Latinoamérica

(millones de pesos mexicanos)



Europa

(millones de pesos mexicanos)



2014 2015

Ventas Netas

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
México	18,824	17,709	6.3
EUA y Canadá	24,935	18,415	35.4
Latinoamérica	5,569	5,073	9.8
Europa	1,785	1,451	23.0
Consolidado	49,843	41,558	19.9

Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

México

Durante el primer trimestre las ventas netas crecieron 6.3%, representando el mayor incremento en los últimos dos años. Todos los canales y categorías mostraron buenos resultados, principalmente pan, pasteles, tortillas y galletas; lo anterior fue impulsado por una mejor ejecución en el punto de venta, fuertes esfuerzos comerciales y de innovación, a lo que se sumó un entorno favorable en el consumo.

EUA y Canadá

En EUA y Canadá, las ventas ascendieron a \$24,935 millones, lo que se tradujo en un incremento de 35.4%. Esto se debe principalmente a la adquisición de Canada Bread, lo que contribuyó 21.5%, y al beneficio de un dólar americano más fuerte. Las categorías de pan dulce y desayuno continuaron creciendo, a pesar de la presión en volúmenes ocasionada por un entorno competitivo retador.

Latinoamérica

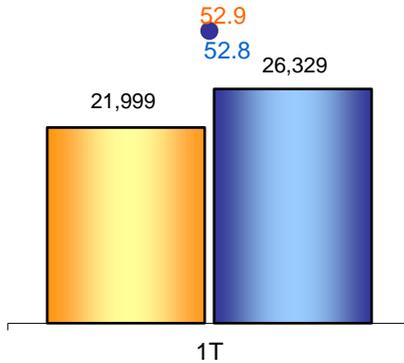
La mayoría de los países que integran la región observaron un crecimiento en moneda local, sobresaliendo Brasil, Colombia y Chile, así como el beneficio de la adquisición de Supan en Ecuador. Lo anterior es resultado de los esfuerzos para reforzar la penetración de mercado, principalmente en el canal tradicional y al desarrollo de nuevos productos.

Europa

Las ventas netas en Europa crecieron 23.0% resultado principalmente de la contribución de la operación en el Reino Unido como parte de la adquisición de Canada Bread. Las categorías de pan, bollos y pan tostado mostraron un buen desempeño en el trimestre y, simultáneamente, las iniciativas para intensificar la presencia en el mercado y compartir productos entre regiones contribuyeron a dicho crecimiento.

Utilidad Bruta

(millones de pesos mexicanos)



Utilidad Bruta

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
México	10,975	9,994	9.8
EUA y Canadá	12,371	9,345	32.4
Latinoamérica	2,497	2,208	13.1
Europa	755	591	27.7
Consolidado	26,329	21,999	19.7

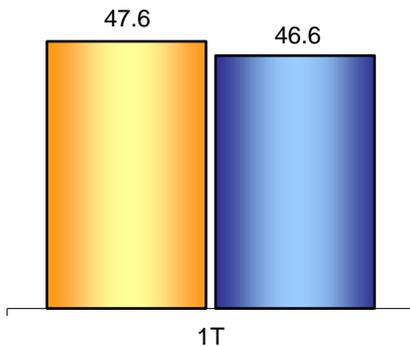
Margen Bruto (%)	1T15	1T14	Var. pp
México	58.3	56.4	1.9
EUA y Canadá	49.6	50.7	(1.1)
Latinoamérica	44.8	43.5	1.3
Europa	42.3	40.7	1.5
Consolidado	52.8	52.9	(0.1)

Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

Durante el primer trimestre, la utilidad bruta consolidada creció 19.7%, en tanto que el margen se mantuvo estable ubicándose en 52.8%, derivado de la continua disciplina que mantiene la Compañía con respecto al manejo de coberturas de insumos y tipos de cambio.

Gastos Generales

(% de las ventas netas)



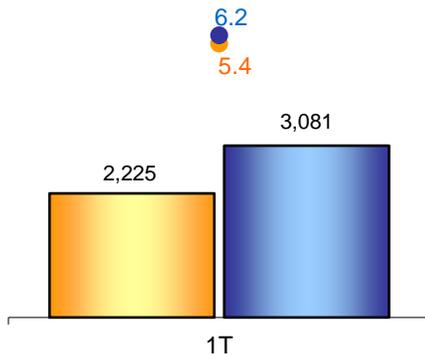
Gastos Generales

Los gastos generales como porcentaje de las ventas netas disminuyeron 90 puntos base durante el trimestre, situándose en 46.6%. Esta mejora es resultado de menores costos de distribución a lo largo de todas las regiones, así como de eficiencias y sinergias alcanzadas en EUA y Canadá.

millones de pesos mexicanos  2014  2015
% de ventas netas  

Utilidad antes de Otros Ingresos y Gastos

(millones de pesos mexicanos)



Utilidad antes de Otros Ingresos y Gastos

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
México	2,281	1,592	43.3
EUA y Canadá	794	689	15.2
Latinoamérica	(83)	(25)	>100
Europa	(20)	(58)	(65.7)
Consolidado	3,081	2,225	38.5

Margen de Utilidad antes de Otros Ingresos y Gastos (%)	1T15	1T14	Var. pp
México	12.1	9.0	3.1
EUA y Canadá	3.2	3.7	(0.6)
Latinoamérica	(1.5)	(0.5)	(1.0)
Europa	(1.1)	(4.0)	2.9
Consolidado	6.2	5.4	0.8

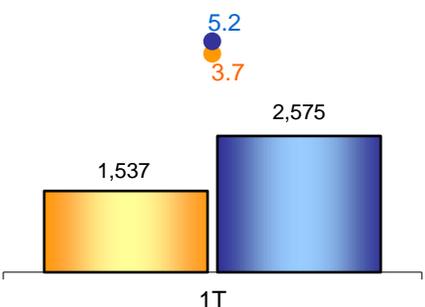
Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La utilidad antes de otros ingresos y gastos se ubicó en \$3,081 millones en el trimestre, mostrando un incremento de 38.5%. La expansión de 80 puntos base en el margen refleja la estabilidad en el margen bruto y la reducción de los gastos generales como porcentaje de las ventas.

Por otro lado, el resultado de Latinoamérica se vio afectado por mayores gastos generales, principalmente en sistemas, el efecto de un mayor tipo de cambio en Venezuela (de \$50 a \$192 Dlls/Bs) y dificultades operativas en Perú, las cuales ya han sido resueltas.

Utilidad de Operación

(millones de pesos mexicanos)



Utilidad de Operación

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
México	2,259	1,575	43.4
EUA y Canadá	342	94	>100
Latinoamérica	(118)	(65)	80.3
Europa	(44)	(74)	(40.9)
Consolidado	2,575	1,537	67.6

Margen de Operación (%)	1T15	1T14	Var. pp
México	12.0	8.9	3.1
EUA y Canadá	1.4	0.5	0.9
Latinoamérica	(2.1)	(1.3)	(0.8)
Europa	(2.4)	(5.1)	2.6
Consolidado	5.2	3.7	1.5

Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

millones de pesos mexicanos
% de ventas netas

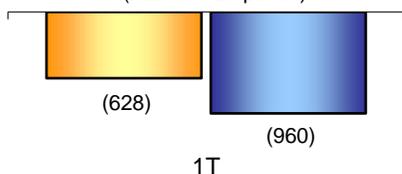
2014
2015

Durante el primer trimestre, la utilidad de operación ascendió a \$2,575 millones, lo que representa un incremento de 67.6% comparado con el mismo periodo del año anterior, mostrando una expansión en el margen de 150 puntos base. Esto se debe principalmente a menores gastos en EUA y Canadá relacionados a la estrategia de optimización de activos (\$439 millones en el primer trimestre de 2015 versus \$594 millones en el primer trimestre de 2014).

La caída en el margen de operación de Latinoamérica se debe principalmente a los efectos mencionados anteriormente en la utilidad antes de otros ingresos y gastos.

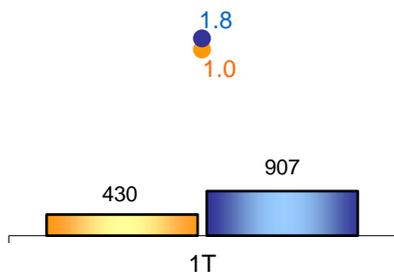
Resultado Integral de Financiamiento

(millones de pesos)



Utilidad Neta Mayoritaria

(millones de pesos mexicanos)



Resultado Integral de Financiamiento

En el primer trimestre se registró un costo de \$960 millones, comparado con \$628 millones en el mismo periodo del año anterior. Esta variación refleja principalmente el gasto por concepto de intereses relacionado con el financiamiento para la adquisición de Canada Bread en mayo de 2014. Asimismo, el fortalecimiento del dólar frente al peso incrementó el valor en pesos de los intereses.

Utilidad Neta Mayoritaria

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
Consolidado	907	430	>100

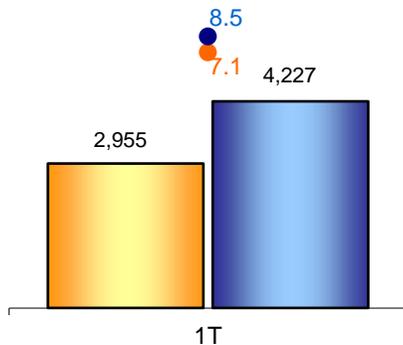
	1T15	1T14	Var. pp
Margen Neto Mayoritario (%)	1.8	1.0	0.8
Consolidado	1.8	1.0	0.8

Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

La Compañía registró un crecimiento de 111.0% en la utilidad neta mayoritaria ubicándola en \$907 millones con una expansión de 80 puntos base en el margen. Lo anterior debido al desempeño sobresaliente a nivel operativo y a una menor tasa efectiva de impuestos, la cual se situó en 35.5%, comparando favorablemente con la tasa de 40.7% registrada en el primer trimestre de 2014.

UAFIDA

(millones de pesos mexicanos)



Utilidad de Operación antes de Depreciación y Amortización (UAFIDA)

(millones de pesos mexicanos)

	1T15	1T14	% Cambio
México	2,731	2,072	31.8
EUA y Canadá	1,267	801	58.1
Latinoamérica	92	123	(25.1)
Europa	1	(47)	>100
Consolidado	4,227	2,955	43.0

Margen UAFIDA (%)	1T15	1T14	Var. pp
México	14.5	11.7	2.8
EUA y Canadá	5.1	4.4	0.7
Latinoamérica	1.7	2.4	(0.8)
Europa	0.1	(3.3)	3.3
Consolidado	8.5	7.1	1.4

Nota: En los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.

En el trimestre, la UAFIDA aumentó 43.0% para ubicarse en \$4,227 millones, expandiendo el margen en 140 puntos base.

Estructura Financiera

Al 31 de marzo de 2015, la posición de efectivo de la Compañía fue de \$2,254 millones, comparado con \$2,571 millones a la misma fecha de 2014.

La deuda total al 31 de marzo de 2015 ascendió a \$64,813 millones, mostrando un incremento de \$2,609 millones contra el mismo periodo del año anterior, originado principalmente por el financiamiento de la adquisición de Canada Bread y Saputo, así como un tipo de cambio mayor incrementando el valor de la deuda denominada en dólares.

La razón de deuda total a UAFIDA fue de 3.3 veces comparado con 3.4 veces al 31 de diciembre de 2014. Sobre una base pro-forma, considerando 2 meses de UAFIDA correspondiente a Canada Bread, la razón se ubicó en 3.2 veces. La razón deuda neta a UAFIDA se ubicó en 3.2 veces al cierre del periodo.

El vencimiento promedio de la deuda financiera de la Compañía es de 8.5 años y el costo promedio es de 4.3%. La deuda a largo plazo representa 95% del total. Asimismo, el 72% de la deuda total está denominada en dólares estadounidenses, 27% en dólares canadienses y 1% en pesos mexicanos.

Información sobre la conferencia telefónica

La conferencia telefónica sobre el primer trimestre de 2015 se llevará a cabo este viernes 24 de abril de 2015 a las 11:00 a.m. tiempo del este (10:00 a.m. tiempo del centro). Para participar en la conferencia, favor de llamar a los siguiente números telefónicos: desde Estados Unidos, al +1(877) 317-6776; desde otros países, al +1(412) 317-6776; el código de identificación es: GRUPO BIMBO. También puede acceder a la transmisión de esta conferencia en el sitio web de Grupo Bimbo en <http://www.grupobimbo.com/ir>.

La repetición de la conferencia estará disponible hasta el 6 de mayo de 2015. Para acceder a la repetición, favor de llamar a los siguientes números telefónicos: desde Estados Unidos, al +1(877) 344-7529; desde otros países, al +1(412) 317-0088; el código de identificación es: 10062870.

Acerca de Grupo Bimbo

Por sus volúmenes de producción y ventas, Grupo Bimbo es la empresa de panificación más grande del mundo. Cuenta con 167 plantas y aproximadamente 1,600 centros de venta estratégicamente localizados en 22 países de América, Europa y Asia. Sus principales líneas de productos incluyen pan de caja fresco y congelado, bollos, galletas, pastelitos, *muffins*, *bagels*, productos empacados, tortillas, botanas saladas y confitería, entre otros. Grupo Bimbo fabrica más de 10,000 y tiene una de las redes de distribución más extensas del mundo, con más de 2.4 millones de puntos de venta y más de 52,000 rutas, así como una plantilla laboral superior a los 128,000 colaboradores. Desde 1980, las acciones de Grupo Bimbo se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) bajo la clave de pizarra BIMBO.

Declaración sobre el futuro desempeño de las operaciones

La información contenida en este reporte contiene determinadas declaraciones con respecto al desempeño financiero y operativo esperado de Grupo Bimbo, S.A.B. 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 del Consejo de 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 las materias primas 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 de las modificaciones 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 reporte.

ESTADO DE RESULTADOS (MILLONES DE PESOS MEXICANOS)	2014						2015							
	1 TRIM	%	2 TRIM	%	3 TRIM	%	4 TRIM	%	ACUM	%	1 TRIM	%	ACUM	%
VENTAS NETAS	41,558	100.0	44,941	100.0	49,429	100.0	51,124	100.0	187,053	100.0	49,843	100.0	49,843	100.0
MEXICO	17,709	42.6	17,692	39.4	18,110	36.6	18,586	36.4	72,097	38.5	18,824	37.8	18,824	37.8
EUA Y CANADA	18,415	44.3	21,548	47.9	24,741	50.1	25,672	50.2	90,375	48.3	24,935	50.0	24,935	50.0
EUROPA	1,451	3.5	1,637	3.6	1,918	3.9	1,890	3.7	6,897	3.7	1,785	3.6	1,785	3.6
LATINOAMERICA	5,073	12.2	5,159	11.5	5,653	11.4	6,046	11.8	21,931	11.7	5,569	11.2	5,569	11.2
COSTO DE VENTAS	19,559	47.1	20,807	46.3	23,126	46.8	24,423	47.8	87,916	47.0	23,514	47.2	23,514	47.2
RESULTADO BRUTO	21,999	52.9	24,134	53.7	26,303	53.2	26,701	52.2	99,136	53.0	26,329	52.8	26,329	52.8
MEXICO	9,994	56.4	10,421	58.9	10,501	58.0	10,924	58.8	41,840	58.0	10,975	58.3	10,975	58.3
EUA Y CANADA	9,345	50.7	10,921	50.7	12,626	51.0	12,438	48.5	45,330	50.2	12,371	49.6	12,371	49.6
EUROPA	591	40.7	714	43.6	809	42.2	802	42.4	2,916	42.3	755	42.3	755	42.3
LATINOAMERICA	2,208	43.5	2,214	42.9	2,502	44.3	2,643	43.7	9,568	43.6	2,497	44.8	2,497	44.8
GASTOS GENERALES	19,774	47.6	20,188	44.9	21,828	44.2	21,845	42.7	83,635	44.7	23,249	46.6	23,249	46.6
UTILIDAD ANTES DE OTROS INGRESOS Y GASTOS NETOS	2,225	5.4	3,945	8.8	4,475	9.1	4,856	9.5	15,501	8.3	3,081	6.2	3,081	6.2
MEXICO	1,592	9.0	2,313	13.1	2,778	15.3	3,651	19.6	10,333	14.3	2,281	12.1	2,281	12.1
EUA Y CANADA	689	3.7	1,623	7.5	1,578	6.4	970	3.8	4,860	5.4	794	3.2	794	3.2
EUROPA	(58)	(4.0)	(2)	(0.1)	5	0.2	41	2.2	(14)	(0.2)	(20)	(1.1)	(20)	(1.1)
LATINOAMERICA	(25)	(0.5)	(20)	(0.4)	86	1.5	165	2.7	207	0.9	(83)	(1.5)	(83)	(1.5)
OTROS INGRESOS Y (GASTOS) NETOS	(688)	(1.7)	(668)	(1.5)	(537)	(1.1)	(3,297)	(6.5)	(5,190)	(2.8)	(505)	(1.0)	(505)	(1.0)
UTILIDAD (PERDIDA) DE OPERACIÓN	1,537	3.7	3,280	7.3	3,935	8.0	1,559	3.1	10,311	5.5	2,575	5.2	2,575	5.2
MEXICO	1,575	8.9	2,326	13.1	2,727	15.1	3,505	18.9	10,134	14.1	2,259	12.0	2,259	12.0
EUA Y CANADA	94	0.5	1,033	4.8	1,145	4.6	(1,881)	(7.3)	392	0.4	342	1.4	342	1.4
EUROPA	(74)	(5.1)	(39)	(2.4)	(28)	(1.4)	(67)	(3.6)	(208)	(3.0)	(44)	(2.4)	(44)	(2.4)
LATINOAMERICA	(65)	(1.3)	(66)	(1.3)	63	1.1	72	1.2	4	0.0	(118)	(2.1)	(118)	(2.1)
RESULTADO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO	(628)	(1.5)	(559)	(1.2)	(974)	(2.0)	(1,104)	(2.2)	(3,264)	(1.7)	(960)	(1.9)	(960)	(1.9)
INTERESES PAGADOS (NETO)	(675)	(1.6)	(716)	(1.6)	(988)	(2.0)	(1,042)	(2.0)	(3,420)	(1.8)	(1,006)	(2.0)	(1,006)	(2.0)
(PERDIDA) GANANCIA EN CAMBIOS	32	0.1	132	0.3	(2)	(0.0)	(72)	(0.1)	90	0.0	35	0.1	35	0.1
RESULTADO POR POSICION MONETARIA	15	0.0	25	0.1	16	0.0	10	0.0	66	0.0	11	0.0	11	0.0
PARTICIPACION EN ASOCIADAS	(10)	(0.0)	(13)	(0.0)	(10)	(0.0)	(29)	(0.1)	(61)	(0.0)	(8)	(0.0)	(8)	(0.0)
PARTIDAS NO ORDINARIAS	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	900	2.2	2,705	6.0	2,955	6.0	426	0.8	6,986	3.7	1,607	3.2	1,607	3.2
TOTAL DE IMPUESTOS	366	0.9	969	2.2	1,118	2.3	502	1.0	2,955	1.6	571	1.1	571	1.1
UTILIDAD ANTES DE OPERACIONES DISCONTINUAS	533	1.3	1,737	3.9	1,837	3.7	(76)	(0.1)	4,031	2.2	1,037	2.1	1,037	2.1
UTILIDAD NETA MINORITARIA	103	0.2	125	0.3	131	0.3	154	0.3	513	0.3	130	0.3	130	0.3
UTILIDAD NETA MAYORITARIA	430	1.0	1,612	3.6	1,706	3.5	(230)	(0.5)	3,518	1.9	907	1.8	907	1.8
UTILIDAD DE OPERACION MAS DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (UAFIDA)	2,955	7.1	4,654	10.4	5,475	11.1	5,334	10.4	18,418	9.8	4,227	8.5	4,227	8.5
MEXICO	2,072	11.7	2,782	15.7	3,188	17.6	4,007	21.6	12,049	16.7	2,731	14.5	2,731	14.5
EUA Y CANADA	801	4.4	1,727	8.0	1,977	8.0	1,082	4.2	5,588	6.2	1,267	5.1	1,267	5.1
EUROPA	(48)	(3.3)	(9)	(0.5)	11	0.6	(18)	(0.9)	(64)	(0.9)	1	0.1	1	0.1
LATINOAMERICA	123	2.4	127	2.5	270	4.8	333	5.5	854	3.9	92	1.7	92	1.7

Los resultados regionales no reflejan el impacto de regalías, mientras que en los resultados consolidados se han eliminado las operaciones entre las regiones.



BALANCE GENERAL	2014	2015	%
(MILLONES DE PESOS MEXICANOS)	DIC	MAR	
ACTIVO TOTAL	177,760	179,504	1.0
ACTIVO CIRCULANTE	27,865	27,891	0.1
Efectivo e Inversiones Temporales	2,571	2,254	(12.4)
Cuentas y Documentos por Cobrar a Clientes (neto)	19,028	19,717	3.6
Inventarios	4,978	4,501	(9.6)
Otros Activos Circulantes	1,287	1,420	10.3
Inmuebles, Planta y Equipo neto	52,474	52,366	(0.2)
Activos Intangibles y Cargos Diferidos (neto) e Inversiones en subsidiarias	85,950	86,482	0.6
Otros Activos	11,471	12,765	11.3
PASIVO TOTAL	124,159	127,469	2.7
PASIVO CIRCULANTE	32,240	33,071	2.6
Proveedores	12,656	10,677	(15.6)
Deuda a Corto Plazo	1,789	3,298	84.3
Otros Pasivos Circulantes	17,795	19,096	7.3
Deuda a Largo Plazo	60,415	61,516	1.8
Otros Pasivos Largo Plazo Sin Costo	31,504	32,882	4.4
CAPITAL CONTABLE	53,602	52,035	(2.9)
Capital Contable Minoritario	2,627	2,760	5.1
Capital Contable Mayoritario	50,974	49,275	(3.3)

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	2014	2015
METODO INDIRECTO	MAR	MAR
UTILIDAD (PERD) ANTES DE IMPUESTOS	900	1,607
+ (-) PARTIDAS SIN IMPACTO EN EL EFECTIVO	-	-
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE INVERSION	1,458	1,659
+ (-) PARTIDAS RELACIONADAS CON ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	576	960
FLUJO DERIVADO DEL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS A LA UTILIDAD	2,934	4,227
FLUJOS GENERADOS O UTILIZADOS EN LA OPERACIÓN	2,119	(3,009)
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	5,053	1,218
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSION	(1,023)	(2,836)
EFFECTIVO EXCEDENTE (REQUERIDO) PARA APLICAR EN ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	4,030	(1,618)
FLUJO NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	(3,084)	613
INCREMENTO (DISMINUCION) NETO DE EFECTIVO Y DEMAS EQUIVALENTES DE EFECTIVO	947	(1,005)
CAMBIOS EN EL VALOR DEL EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	25	688
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL PRINCIPIO DEL PERIODO	2,504	2,571
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	3,475	2,254