



TV AZTECA

TV AZTECA ANUNCIA CRECIMIENTO DE 52% EN EBITDA

—EBITDA de US\$54 millones, Equivalente a Margen de 39%—

—Crecimiento de 27% en Ventas Netas—

—Estrategia de Crecimiento hacia el Mercado Hispano
en EUA en Marcha—

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

(Ciudad de México, México; Octubre 19 2000) TV Azteca, S.A. de C.V. (NYSE:TZA; BMV:TVAZTCA), segundo productor de contenido de habla hispana en el mundo, reportó un incremento de 52% en EBITDA en el tercer trimestre del 2000 comparado con igual período de 1999. El margen de EBITDA de la Compañía en el trimestre fue 39%, 7 puntos porcentuales mayor que 32 % reportado en el tercer trimestre del año anterior.

“Durante el trimestre TV Azteca mostró enormes fortalezas en su operación y en la capacidad para generar sólidos niveles de rentabilidad,” comentó Ricardo B. Salinas, Presidente y Director General de TV Azteca. “La Compañía fue muy flexible para aprovechar las oportunidades del mercado, evidente al obtener una posición dominante en la transmisión de los juegos olímpicos. Ello, en conjunto con el desempeño favorable de nuestra programación normal, fue determinante en la generación del flujo de efectivo del trimestre.”

“La Compañía también avanzó en su estrategia de largo plazo, al concretar exitosamente su incursión en el enorme mercado de habla hispana en los Estados Unidos,” añadió el señor Salinas. “Azteca America permitirá aprovechar un amplio canal de distribución, sin costos adicionales, lo que agrega enorme valor para nuestros inversionistas.”

Fuerte Crecimiento de EBITDA

En el tercer trimestre las ventas netas fueron US\$140 millones, 27% mayores en comparación con US\$110 millones hace un año. El EBITDA fue US\$54 millones, 52% por arriba de US\$36 millones en el tercer trimestre de 1999. La utilidad neta fue US\$9

millones, comparada con una pérdida neta de US\$13 millones en igual trimestre del año previo.

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y montos por CPO.

	<u>3T 1999</u>	<u>3T 2000</u>	<u>Cambio</u>
Ventas Netas			
Pesos	Ps.1,040	Ps.1,323	
US\$	US\$110	US\$140	+27%
EBITDA			
Pesos	Ps.337	Ps.511	
US\$	US\$36	US\$54	+52%
(Pérdida) Utilidad Neta			
Pesos	Ps.(120)	Ps.83	
US\$	US\$(13)	US\$9	
(Pérdida) Utilidad por CPO ³			
Pesos	Ps.(0.04)	Ps.0.03	
US\$	US\$(0.004)	US\$0.003	

¹ Pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre de 2000.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 9.44 pesos por dólar al 30 de septiembre de 2000.

³ Los cálculos asumen un total de 3,000.1 millones de CPOs en circulación al 30 de septiembre de 2000.

Crecimiento de 27% en Ventas Netas

Las ventas netas crecieron 27% como consecuencia del incremento de aproximadamente 20% real en las tarifas de publicidad, anunciado con anterioridad, un crecimiento de 13% en participación de audiencia comercial en el día completo, un ligero crecimiento en participación en tiempo estelar, y un aumento promedio de 5% en la tasa de utilización del tiempo vendible, debido principalmente a la transmisión de los juegos olímpicos.

El crecimiento en ventas netas se vio fortalecido por US\$17 millones de venta de publicidad relacionada con los juegos olímpicos. TV Azteca también registró US\$1.9 millones de publicidad vendida a Unefon y US\$1.9 millones a Todito.com, así como ingresos por US\$2.5 millones por venta de contenido a Todito.

Durante el trimestre la Compañía no vendió programación a los Estados Unidos, como parte de su estrategia para formar parte de *Azteca America*, una nueva cadena de televisión abierta enfocada al creciente mercado hispano en Estados Unidos. Con ello, TV Azteca exportó a otros países US\$2 millones en el trimestre, en comparación con US\$5 millones de exportaciones totales en igual periodo de 1999.

Posición Dominante en Juegos Olímpicos

La participación de audiencia comercial de TV Azteca en el día completo fue 32.9%, superior en 13% comparado con 29.0% de participación hace un año. En tiempo estelar, la participación de audiencia comercial fue 34.5%, ligeramente superior a 34%

obtenida en tercer trimestre del año previo. El incremento en los niveles de audiencia se explica por programación más competitiva en el día completo, y por la exitosa cobertura de los juegos olímpicos por parte de la Compañía.

La participación de audiencia comercial de *Los Protagonistas*, programa de análisis deportivo que realizó la cobertura olímpica de TV Azteca, con dos horas diarias de duración en tiempo estelar, fue 18% entre el 15 de septiembre y el 1 de octubre, el doble de la audiencia obtenida por el programa equivalente de Televisa.

“Hemos convertido a los eventos deportivos en una de las mayores fortalezas de la Compañía,” comentó Mario San Román, Director de Canales de Distribución de TV Azteca. “Ello refleja el profesionalismo de nuestros comentaristas, el análisis profundo que hacemos en los eventos deportivos, la eficiencia de nuestro equipo de producción, y nuestra continua anticipación a lo que la audiencia desea ver.”

Mayor Popularidad de Eventos Deportivos Implica más Anunciantes

“La producción de deportes equivale casi a 20% de la producción total de TV Azteca y atrae grandes audiencias dentro y fuera de México, por lo que su éxito se traduce en un interés creciente de nuestros anunciantes por estar presentes en este género de programación,” comentó Gustavo Guzmán, Director General de Atención a Marcas de TV Azteca. “Los programas deportivos, en conjunto con nuestra competitiva programación cotidiana, han contribuido a incrementar sustancialmente nuestro número de clientes y la inversión publicitaria asignada a TV Azteca.”

TV Azteca cuenta con 469 anunciantes a nivel nacional, muy superior que 300 hace dos años. La mayor parte de los nuevos anunciantes son empresas de tamaño medio que promueven sus productos en la audiencia comercial, ante el incremento en el poder de compra de la clase media en México.

Durante el trimestre TV Azteca también incorporó a Bacardí y Compañía a su universo de anunciantes. El presupuesto asignado por Bacardí para lo que resta del 2000 lo posiciona como uno de los diez mayores clientes de TV Azteca.

Los Costos de Producción Crecieron 4%, Excluyendo Juegos Olímpicos, Debido a Incrementos en Producción Propia

Los costos de producción, programación y transmisión durante el trimestre fueron US\$65 millones, 20% por arriba de US\$54 millones en igual trimestre del año previo. Excluyendo los gastos asociados con los juegos olímpicos, los costos de producción, programación y transmisión fueron US\$56 millones, 4% por arriba de la cifra del año previo.

Ello es congruente con un incremento de 6% en las horas de programación producidas internamente. TV Azteca produjo un total de 2,501 horas en el trimestre, en comparación con 2,369 horas en igual período de 1999.

Los gastos de ventas y administración en el trimestre fueron US\$21 millones, misma cifra que en el tercer trimestre del año anterior, gracias a una plantilla de personal relativamente estable y remuneraciones reales con pocos cambios.

Resultado Neto

La utilidad neta fue US\$9 millones, comparada con una pérdida neta de US\$13 millones en igual trimestre del año previo. Contribuyeron a la utilidad US\$5 millones de ganancia cambiaria, resultado de una apreciación del peso frente al dólar de 1% en el trimestre. La Compañía también registró una ganancia por posición monetaria de US\$3 millones, como reflejo de 1.7% de inflación entre junio y septiembre.

TV Azteca registró otros gastos por US\$1 millón, que se integran por US\$4 millones de egresos, principalmente derivados de donaciones y de asesorías brindadas a la Compañía, US\$4.8 millones de pérdidas relacionadas con el 50% de participación de TV Azteca en Todito.com, e ingresos de US\$7.6 millones resultado de la participación de TV Azteca en Unefon. Ello, debido a adecuaciones en las políticas de amortización de costos operativos y financieros de Unefon, relacionados con instalación de equipo en ciudades en las que a la fecha no se tiene operación. En períodos anteriores, estos cargos se reflejaron en el estado de resultados de TV Azteca. A partir del tercer trimestre, Unefon capitalizó estos cargos, de acuerdo con principios de contabilidad mexicanos, con retroactividad al primero de enero del 2000, efecto que se refleja en los resultados financieros del tercer trimestre de TV Azteca.

La Compañía también registró durante el trimestre otros gastos financieros por US\$3 millones, principalmente relacionados con valuación a mercado de 2.5% del capital de El Sitio, propiedad de TV Azteca.

Sólida Estrategia de Crecimiento en el Mercado Hispano en EUA

En septiembre, TV Azteca y Pappas Telecasting Companies, la compañía privada de estaciones de televisión más grande en los Estados Unidos anunciaron la formación de *Azteca America Incorporated*, una nueva cadena de televisión abierta enfocada al creciente mercado hispano en Estados Unidos.

TV Azteca posee 20% de la nueva televisora y Pappas Telecasting es dueña de 80%. TV Azteca recibirá 10% de los ingresos anuales netos de *Azteca America* aumentando 1% por año hasta llegar a un máximo de 15%. A TV Azteca se le garantiza un mínimo de US\$15 millones por año, aumentando al ritmo de crecimiento del mercado publicitario hispano en los Estados Unidos después del quinto año.

Azteca America comenzará operaciones formales durante el segundo trimestre del 2001, con la conjunción de la popular programación en español de TV Azteca y una amplia cadena de estaciones de televisión, aportada por Pappas Telecasting, que cubrirá inicialmente más de 40% de los principales mercados hispanos en los Estados Unidos.

Unefon Duplica su Base de Suscriptores en el Trimestre

En el último trimestre, Unefon, la compañía de telefonía móvil con la mayor cantidad de espectro radioeléctrico en México, más que duplicó su número de suscriptores. Tiene actualmente 65,000 suscriptores, comparados con 30,000 en el trimestre anterior. Después del 30 de junio, Unefon comenzó a ofrecer servicios de telefonía en las ciudades de Querétaro, Aguascalientes y Puebla. Actualmente Unefon ofrece cobertura total en seis importantes áreas urbanas del país, así como en 70% de la Ciudad de México, lo que en conjunto representa una población aproximada de 17.5 millones de habitantes.

Durante el cuarto trimestre Unefon espera iniciar operaciones en 5 ciudades adicionales, dentro de las cuales se incluyen Monterrey y Guadalajara, asimismo espera lograr 100% de cobertura en la Ciudad de México. Con ello, Unefon planea cerrar el año operando en 12 ciudades y cubriendo una población estimada de 35 millones de habitantes, colocándose, durante su primer año de operaciones, como el operador móvil nuevo con mayor cobertura en el país.

Gracias a la amplia red de distribución formada por Elektra y otros distribuidores, así como a la publicidad masiva a través de TV Azteca, Unefon está creciendo a una tasa cercana a 3,500 usuarios por semana. Unefon estima que el incremento semanal de suscriptores será creciente en la medida en que cubra más áreas urbanas en México.

Sólido Crecimiento de Todito.com

Todito.com, portal de Internet líder para hispanohablantes en América del Norte, continúa su tendencia ascendente en el mercado de Internet en México. Obtuvo aproximadamente 2.4 millones de páginas vistas diarias en promedio en los últimos siete días de septiembre del 2000, 50% superior a 1.6 millones registrados en los últimos siete días del trimestre previo. El número de usuarios registrados en el tercer trimestre fue 355,000, 41% por arriba de 252,000 acumulados al segundo trimestre del 2000.

Todito también mejora sus resultados de manera continua. Durante el trimestre obtuvo ventas de US\$1.4 millones, 56% por arriba de US\$0.9 millones en el trimestre anterior. Los costos operativos fueron US\$5.5 millones, 9% menores que US\$6 millones en el segundo trimestre del 2000. Durante el trimestre, Todito registró costo integral de financiamiento de US\$5.4 millones.

La pérdida neta de Todito durante el trimestre fue de US\$9.6 millones. TV Azteca reconoció un cargo en sus resultados de US\$4.8 millones relacionados con esta pérdida.

No obstante, sólo US\$0.7 millones de los gastos de Todito fueron en efectivo, debido principalmente a que los acuerdos de publicidad y contenido con TV Azteca no implican salida de recursos. Debido a ello, Todito obtuvo US\$0.3 millones de flujo de efectivo de operación durante el trimestre.

Resultados de Nueve Meses

Durante los primeros nueve meses del 2000, las ventas netas y el EBITDA crecieron 22% y 44%, respectivamente, comparado con los primeros nueve meses de 1999. El margen de EBITDA fue 39%, 6 puntos porcentuales por arriba de 33% en los primeros nueve meses de 1999.

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y montos por CPO.

	<u>9 meses 1999</u>	<u>9 meses 2000</u>	<u>Cambio</u>
Ventas Netas			
Pesos	Ps.3,164	Ps.3,860	
US\$	US\$335	US\$409	+22%
EBITDA			
Pesos	Ps.1,051	Ps.1,515	
US\$	US\$111	US\$160	+44%
Utilidad (Pérdida) Neta			
Pesos	Ps.244	Ps.(226)	
US\$	US\$26	US\$(24)	
Utilidad (Pérdida) Por CPO ³			
Pesos	Ps0.08	Ps.(0.08)	
US\$	US\$0.009	US\$(0.008)	

¹ Pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000.

² Conversión a dólares según tipo de cambio de 9.44 pesos por dólar al 30 de septiembre de 2000.

³ Los cálculos asumen un total de 3000.1 millones de CPOs en circulación al 30 de septiembre 2000.

Perfil de la Compañía

TV Azteca es el segundo productor de contenido de habla hispana en el mundo y una de dos compañías de televisión abierta en México, operando dos canales nacionales de televisión, Azteca 13 y Azteca 7, a través de más de 250 estaciones locales propias y operadas en México. La Compañía también opera un canal nacional de televisión en El Salvador. TV Azteca es dueña del 50% de Unefon, compañía que posee el mayor espectro radioeléctrico en México, y del 50% de Todito.com, portal de Internet para hispanohablantes en América del Norte. TV Azteca poseerá 20% de Azteca America, una nueva cadena de televisión abierta enfocada al creciente mercado de hispanos en Estados Unidos.

Con excepción de la información histórica, los asuntos discutidos en este comunicado son conceptos sobre el futuro que involucran riesgos identificados con la U.S. Securities and Exchange Commission.

Relaciones con Inversionistas:

Bruno Rangel
Relaciones con Inversionistas
TV Azteca, S.A. de C.V.
525•420•9167

Daniel Wilson
Zemi Communications L.L.C.
New York
212•689•9560

Información a la Prensa:

Oscar M. Argüelles Dorantes
Director de Comunicación Corporativa
TV Azteca, S.A. de C.V.
525.420.1313, ext. 1585

(A continuación encontrará estados financieros)

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000)

	Millones de pesos		Millones de dólares**				Cambio	
	3 O	3 O	3 O	%	3 O	%	Dls	%
	99	2000	99		2000			
Ventas Netas	\$ 1.040	\$ 1.323	\$ 110	100%	\$ 140	100%	30	27%
Costos de prog., prod., exhib. y trans.	507	611	54	49%	65	46%	11	20%
Gastos de venta y administración	196	200	21	19%	21	15%	0	2%
Utilidad de Operación antes de depreciación y amort.	337	511	36	32%	54	39%	18	52%
Depreciación y amortización	206	141	22		15		(7)	
Utilidad de operación	131	371	14	13%	39	28%	25	184%
Otros gastos -Neto	(162)	(10)	(17)		(1)		16	
Costo integral de financiamiento:								
Intereses pagados	(172)	(172)	(18)		(18)		0	
Otros gastos financieros	-	(28)	-		(3)		(3)	
Intereses ganados	69	35	7		4		(4)	
Utilidad cambiaria -Neta	1	45	0		5		5	
Ganancia por posición monetaria	59	31	6		3		(3)	
Costo neto de financiamiento	(43)	(88)	(5)		(9)		(5)	
(Pérdida) utilidad antes de la sig. provisión y partida extraordinaria	(75)	273	(8)	-7%	29	21%	37	-462%
Provisión para impuesto sobre la renta	(48)	(184)	(5)		(20)		(14)	
(Pérdida) utilidad antes de part. Ext	(123)	88	(13)		9		22	
Partida extraordinaria-Gastos relacionados al pago a NBC	-	(6)	-		(1)		(1)	
(Pérdida) utilidad neta	\$ (123)	\$ 83	\$ (13)	-12%	\$ 9	6%	22	-167%
Pérdida de los accionistas minoritarios	\$ (4)	\$ (0)	\$ (0)		\$ (0)		0	
(Pérdida) utilidad de los accionistas mayoritarios	\$ (120)	\$ 83	\$ (13)		\$ 9		21	
Tipo de cambio al fin del período**	\$ 9,37	\$ 9,44						

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre del 2000, expresados en pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.44 por U.S. dólar.

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000)

	Millones de pesos		Millones de dólares**				Cambio	
	Del 1 de enero al 30 de septiembre de		Del 1 de enero al 30 de septiembre de				Dls	%
	1999	2000	1999	%	2000	%		
Ventas Netas	\$ 3.164	\$ 3.860	\$ 335	100%	\$ 409	100%	74	22%
Costos de prog., prod., exhib. y trans.	1.544	1.737	164	49%	184	45%	20	12%
Gastos de venta y administración	570	608	60	18%	64	16%	4	7%
Utilidad de Operación antes de depreciación y amortización	1.051	1.515	111	33%	160	39%	49	44%
Depreciación y amortización	673	424	71		45		(26)	
Utilidad de operación	377	1.091	40	12%	116	28%	76	189%
Otros gastos -Neto	(292)	(239)	(31)		(25)		6	
Costo integral de financiamiento:								
Intereses pagados	(516)	-546	(55)		(58)		(3)	
Otros gastos financieros	(28)	-93	(3)		(10)		(7)	
Intereses ganados	135	104	14		11		(3)	
Utilidad (pérdida) cambiaria -Neta	369	(34)	39		(4)		(43)	
Ganancia por posición monetaria	267	77	28		8		(20)	
Ingreso (costo) neto de financiamiento	225	(492)	24		(52)		(76)	
Utilidad antes de la siguiente provisión y partida extraordinaria	310	360	33	10%	38	9%	5	16%
Provisión para impuesto sobre la renta	(80)	(293)	(8)		(31)		(23)	
Utilidad antes de partida extraordinaria	230	66	24		7		(17)	
Partida extraordinaria-Pago a NBC	-	(297)	-		(31)		(31)	
Utilidad (pérdida) neta	\$ 230	\$ (230)	\$ 24	7%	\$ (24)	-6%	(49)	-200%
Pérdida de los accionistas minoritarios	\$ (14)	\$ (5)	\$ (1)		\$ (1)		1	
Utilidad (pérdida) de los accionistas mayoritarios	\$ 244	\$ (226)	\$ 26		\$ (24)		(50)	
Tipo de cambio al fin del período**	\$ 9,37	\$ 9,44						

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre del 2000, expresados en pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.44 por U.S. dólar.

TV AZTECA, S.A. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS
BALANCE GENERAL CONSOLIDADO*
(Millones de pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000)

	Millones de pesos		Millones de Dólares**		Cambio	
	30 de Septiembre de:		30 de Septiembre de:		Dls	%
	1999	2000	1999	2000		
Activo Circulante:						
Efectivo y equivalentes de efvo.	\$ 868	\$ 672	\$ 92	\$ 71	(21)	
Cuentas por cobrar	2.968	2.168	314	230	(85)	
Otros activos circulantes	2.169	1.401	230	148	(81)	
Total activo circulante	6.005	4.241	636	449	(187)	-29%
Cuentas por cobrar a largo plazo a Unefon	-	1.891	-	200	200	
Inmuebles, maq. y equipo -Neto	2.862	2.427	303	257	(46)	
Concesiones de televisión -Neto	3.405	3.447	361	365	4	
Inversión en Unefon	-	1.879	-	199	199	
Inversión en Todito	-	444	-	47	47	
Derechos de exhibición	539	603	57	64	7	
Otros activos	535	482	57	51	(6)	
Credito mercantil -Neto	220	641	23	68	45	
Total activo a largo plazo	7.562	11.814	801	1.251	450	56%
Total Activo	\$ 13.567	\$ 16.055	\$ 1.437	\$ 1.701	264	18%
Pasivo circulante:						
Deuda a corto plazo	\$ 1.212	\$ 369	\$ 128	\$ 39	(89)	
Otros pasivos circulantes	1.080	1.317	114	140	25	
Total pasivo circulante	2.292	1.687	243	179	(64)	-26%
Pasivo a largo plazo:						
Pagarés quirografarios	4.332	4.012	459	425	(34)	
Préstamos bancarios	906	1.590	96	168	73	
Anticipos de anunciantes	1.915	1.898	203	201	(2)	
Anticipos de anunciantes de Unefon	-	2.032	-	215	215	
Anticipos de Todito	-	847	-	90	90	
Otros pasivos a largo plazo	271	42	29	4	(24)	
Impuestos diferidos		517		55	55	
Total pasivo a largo plazo	7.424	10.938	786	1.159	372	47%
Total pasivo	9.716	12.624	1.029	1.337	308	30%
Total inversión de los accionistas	3.851	3.431	408	363	(45)	-11%
Total pasivo e inversión de los accionistas	\$ 13.567	\$ 16.055	\$ 1.437	\$ 1.701	264	18%
Tipo de cambio al fin del período**	\$ 9,37	\$ 9,44				

* Con base en los principios de contabilidad mexicana.

** Las cifras en U.S. dólares representan montos en pesos mexicanos al 30 de septiembre del 2000, expresados en pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000, traducidos al tipo de cambio de Ps. 9.44 por U.S. dólar.

TV AZTECA, S. A. DE C. V. y SUBSIDIARIAS
ESTADO CONSOLIDADO DE CAMBIOS EN LA SITUACIÓN FINANCIERA

(Miles de pesos de poder adquisitivo del 30 de septiembre del 2000)

Operación:	Periodo de nueve meses que terminó el 30 de septiembre de	
	1999	2000
Utilidad antes de partida extraordinaria	\$ 230	\$ 66
Cargos a resultados que no requirieron la utilización de recursos:		
Amortización de concesiones de televisión y credito mercantil	298	104
Depreciación	376	320
Variación neta en cuentas por cobrar, inventarios, derechos de exhibición, partes relacionadas y cuentas por pagar y gastos acumulados	(227)	352
Impuestos diferidos		293
Ganancia en venta de subsidiaria	(37)	(16)
Participación en las pérdidas de las subsidiarias		149
Anticipo de Todito		847
Anticipo de anunciantes	(828)	(1.347)
Recursos (utilizados en) generados por la operación antes de partida extraordinaria	(188)	769
Pago a NBC	-	(297)
Recursos (utilizados en) generados por la operación	(188)	473
Inversión:		
Adquisición de inmuebles maquinaria y equipo-Neto	(97)	(124)
Inversión en Todito		(516)
Inversión en acciones	(103)	(6)
Interés minoritario	(13)	(16)
Recursos utilizados en actividades de inversión	(213)	(662)
Financiamiento:		
Pagarés quirografarios	(688)	(273)
Préstamos bancarios -Neto	429	14
Opciones de acciones ejercidas	22	23
Dividendos preferentes pagados	(34)	(40)
Recompra de acciones	(50)	(147)
Prima en emisión de acciones	297	236
Incremento de capital social	38	16
Pago de prima por opción de compra de acciones propias	(90)	-
Recursos utilizados en actividades de financiamiento	(76)	(171)
Disminución en efectivo y equivalentes de efectivo	(477)	(360)
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del periodo	1.345	1.033
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	\$ 868	\$ 672