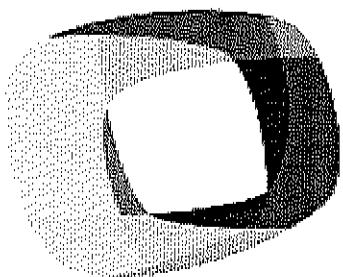


terra



**RESULTADOS 1er. Trimestre 2000**

**12 de Mayo, 2000**

### **Nota a los Comentarios Contenidos en este Informe**

*La información referente al ejercicio 1999, contenida y utilizada en este informe a efectos comparativos con el primer trimestre del año 2000, corresponde a datos proforma, es decir, incluye desde el 1 de enero de 1999 a aquellas compañías que a 31 de diciembre de 1999 componían el Grupo Terra, con independencia de su fecha de adquisición.*

### **CAMBIOS EN LA PRESENTACION DE LA INFORMACION RESPECTO A DICIEMBRE 1999**

- 1. A diciembre de 1999 en el epígrafe de "Servicios Corporativos" incluíamos por un lado los ingresos generados por los negocios de Insofel Financiero y Lince en México, que a marzo de 2000 están incluidos en "Otros Ingresos". Por otro lado, también se incluían en "Servicios Corporativos" los ingresos generados por la prestación de servicios de acceso a empresas que ahora incluimos en "Acceso y SVA Corporativo".*
- 2. Se han excluido los costes de "Desarrollo y Adquisición de Contenidos" del coste de ventas, para ser ahora incluidos como parte de los "Gastos Operativos.*

## PRINCIPALES MAGNITUDES

### Datos Operativos

	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99	% crecim. anual
Suscriptores (miles)	1.992	1.317	861	485	320	523%
	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99	% crecim. anual
Páginas Vistas - mes (millones)	705	434	290	251	218	223%
Visitas - mes (millones)	63	38	22	16	14	346%

### Datos Financieros

(millones de Euros)	1T - 00	4T - 99	1T - 99	% crecim. trimestral	% crecim. anual
Ingresos	36,8	27,6	16,6	33%	121%
EBITDA	(60,9)	(46,9)	(1,7)	30%	3551%

## DATOS OPERATIVOS

### Suscriptores

(miles)	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
<b>España</b>					
Pago	156	158	102	91	72
Gratis	782	501	257	95	-
<b>Total</b>	<b>938</b>	<b>659</b>	<b>359</b>	<b>186</b>	<b>72</b>
<b>Brasil</b>					
Pago	407	346	267	194	167
Gratis	151	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>558</b>	<b>346</b>	<b>267</b>	<b>194</b>	<b>167</b>
<b>México</b>					
Pago	115	82	49	45	42
Gratis	100	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>215</b>	<b>82</b>	<b>49</b>	<b>45</b>	<b>42</b>
<b>Otros Países (1)</b>					
Pago	200	172	146	33	23
Gratis	80	58	40	27	16
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>230</b>	<b>186</b>	<b>60</b>	<b>39</b>
<b>Total Suscriptores</b>	<b>1.992</b>	<b>1.317</b>	<b>861</b>	<b>485</b>	<b>320</b>
Pago	879	758	564	363	304
Gratis	1.113	559	297	122	16

(1) Incluye Chile, Perú, Estados Unidos y Centroamérica

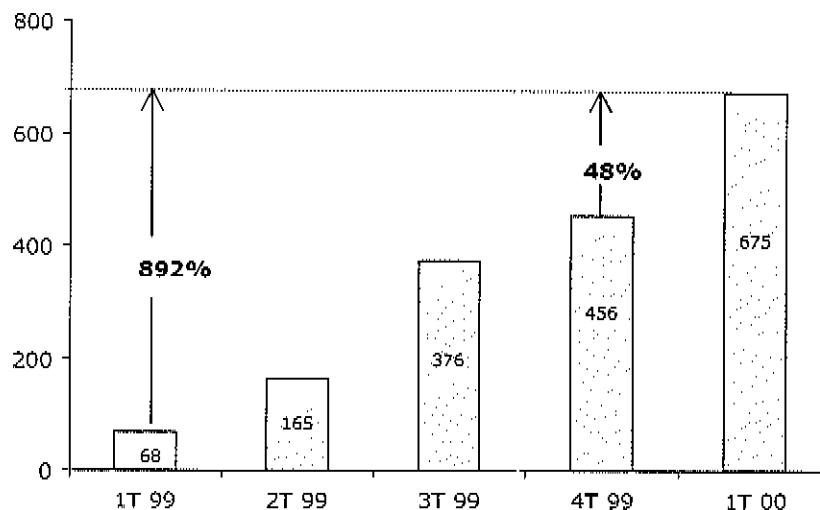
Terra concluye el primer trimestre de 2000 con 675.000 suscriptores adicionales a los que ya tenía a finales de 1999, es decir, un 50% más que los contabilizados a dicha fecha. Esta cifra supone un crecimiento medio mensual de en torno a los 225.000 suscriptores.

En términos interanuales, el crecimiento en número de suscriptores ha sido del 523%, es decir, se han captado 1.670.000 suscriptores desde marzo de 1999.

Terra ha aumentado su cartera de clientes en tan sólo tres meses (enero-marzo de 2000) en una cifra superior al total acumulado de suscriptores a marzo de 1999.

Haciendo la comparación para períodos iguales, tal como se aprecia en el gráfico siguiente, se observa una

tendencia ascendente en el incremento del número de suscriptores por trimestre, siendo dicho aumento en el primer trimestre del año 2000, 10 veces superior al experimentado en el mismo periodo del año anterior.



En cuanto a la distribución geográfica de los suscriptores, debemos destacar el fuerte crecimiento experimentado por España, Brasil y México, principales mercados de Terra. España presenta un crecimiento del 42%, Brasil un 61% y México por su parte se destaca con un crecimiento del 163%.

Un acontecimiento significativo del primer trimestre ha sido el lanzamiento del acceso gratuito en Brasil (5 de febrero), México (6 de marzo) y Chile (2 de marzo). El producto, que se comercializa con el nombre de Terra Libre (Terra Livre en Brasil), responde a una marcada tendencia en Latinoamérica hacia la gratuidad del servicio de acceso, así como a la estrategia de Terra de consolidar su posición localmente y contribuir a un mayor y más rápido crecimiento del mercado. Este producto, especialmente diseñado para nuevos internautas, junto con el desarrollo del producto de pago "Terra Premium" y los accesos de banda ancha (en España y Brasil), configuran una completa oferta de productos de acuerdo a las diferentes características de nuestros clientes y su grado de sofisticación.

En marzo de 2000 Terra contaba con 1.113.000 suscriptores de acceso gratuito. A esta misma fecha los suscriptores de acceso gratuito crecieron casi un 100% respecto a diciembre de 1999, alcanzando la cifra de 554,000 nuevos suscriptores, lo que supone un 56% de

la cartera total. Es importante destacar que, si bien los suscriptores de acceso gratuito han aumentado considerablemente en los últimos tres meses, los clientes de pago se han incrementado en un 16%, esto es, en 121.000 en el mismo periodo de tiempo. Esto demuestra que la estrategia de segmentación de clientes y de productos de valor añadido ha funcionado adecuadamente llevando al consecuente crecimiento tanto de suscriptores de pago como gratuitos.

## Páginas Vistas

El número de páginas vistas del Grupo Terra en el mes de marzo de 2000 creció un 62% respecto al mes de diciembre de 1999 alcanzando un total de 705 millones de páginas. El crecimiento interanual del 233% pone de manifiesto la muy positiva evolución del tráfico de nuestros portales.

(millones)	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
España	115	89	40	34	29
Brasil	389	267	216	186	170
México	116	67	27	28	18
Otros Países (1)	85	11	7	3	1
<b>Total Páginas Vistas</b>	<b>705</b>	<b>434</b>	<b>290</b>	<b>251</b>	<b>218</b>

(1) Incluye Chile, Perú, Argentina, Centroamérica y Estados Unidos

Las principales causas de este destacado crecimiento podemos encontrarlas en el exitoso lanzamiento del portal en Estados Unidos a finales de enero, que sólo en dos meses alcanzó los 55 millones de páginas vistas, superando ampliamente nuestras propias estimaciones.

## Visitas

(millones)	mar-00	dic-99	sep-99	jun-99	mar-99
España	23	17	8	7	6
Brasil	18	12	10	8	7
México	12	7	3	2	2
Otros Países (1)	9	3	2	-	-
<b>Total Visitas</b>	<b>63</b>	<b>38</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>14</b>

(1) Incluye Chile, Perú y Argentina

El número de visitas en el mes de marzo ascendió a 63 millones, mostrando asimismo una línea marcadamente ascendente en relación a meses anteriores. El número de visitas en marzo de 2000 fue 25 millones superior al de diciembre de 1999, representando un 66% más que en esta última fecha.

## DATOS FINANCIEROS

### **Ingresos**

Los ingresos de Terra en el período enero-marzo de 2000 son un 33% superiores a los producidos en el período septiembre-diciembre de 1999. La evolución de los ingresos, al igual que la evolución de los datos operativos, presenta una tendencia ascendente, especialmente en el último mes del trimestre. Los ingresos totales de la compañía alcanzaron los 37 millones de Euros en el conjunto del trimestre, esto es, experimentaron un incremento interanual del 121%.

	<i>(millones de Euros)</i>	<b>1T - 00</b>	<b>4T - 00</b>	<b>1T - 99</b>
Ingresos	36,8	27,6	16,6	

### **Ingresos por Países**

<i>(millones de €)</i>	<b>Mar. 00</b>	<b>% total</b>	<b>Mar. 99</b>	<b>% total</b>	<b>% crec. anual</b>
España	7,2	19%	2,4	14%	199%
Brasil	12,3	33%	3,9	23%	214%
México	9,6	26%	7,2	41%	34%
Otros (1)	7,6	21%	3,8	22%	101%
<b>Total Ingresos</b>	<b>36,8</b>	<b>100%</b>	<b>17,3</b>	<b>100%</b>	<b>112%</b>

Durante el primer trimestre de 2000, Terra amplía su ámbito geográfico de negocio a Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Venezuela y Estados Unidos, países que se unen a aquellos en que Terra ya estaba presente con anterioridad: España, Brasil, México, Chile, Perú, Argentina y Guatemala.

A comienzos del período de enero a marzo del 2000, los portales de España, Brasil y México eran ya plenamente operativos. En cuanto a las campañas de marketing de lanzamiento del resto de portales, éstas se han ido llevando a cabo durante el mencionado trimestre: la del portal de Estados Unidos a finales de enero, la del portal de Perú a finales de febrero y la del de Argentina

a mediados de marzo, quedando aún por realizar la campaña del portal de Chile, así como las correspondientes a los portales de Centroamérica.

España, Brasil y México siguen siendo los principales mercados geográficos del Grupo, manteniendo un peso respecto al total de ingresos del 79%, cifra muy similar a la de diciembre de 1999.

En lo que a México se refiere, su contribución al Grupo Terra disminuye del 37% de diciembre pasado al 26% de marzo del presente ejercicio, mientras en el caso de Brasil nos encontramos con un pequeño incremento desde el 30% de diciembre de 1999 al 33% de marzo de 2000.

## **Ingresos por negocio**

Los ingresos de Terra, derivados de su presencia en toda la cadena de valor del negocio de Internet, provienen de dos áreas fundamentales: ISP y Portal.

(millones de €)	Mar. 00	% total	Mar. 99	% total	% crec. anual
<b>ISP</b>	<b>24,9</b>	<b>68%</b>	<b>12,6</b>	<b>75%</b>	<b>98%</b>
Acceso y SVA(1) Residencial	19,5	53%	9,0	54%	117%
Acceso y SVA(1) Corporativo	1,4	4%	3,5	21%	-59%
Tráfico Inducido	3,9	11%	0,0	0%	n.a.
<b>Portal</b>	<b>7,4</b>	<b>20%</b>	<b>0,9</b>	<b>5%</b>	<b>746%</b>
Publicidad	6,0	16%	0,6	4%	843%
e-commerce	0,8	2%	0,2	1%	241%
Otros Ingresos Portal	0,6	2%	0,0	0%	n.a.
<b>Otros Ingresos</b>	<b>4,5</b>	<b>12%</b>	<b>3,2</b>	<b>19%</b>	<b>39%</b>
<b>Total Ingresos</b>	<b>36,8</b>	<b>100%</b>	<b>16,6</b>	<b>100%</b>	<b>121%</b>

(1) Servicios de Valor Añadido

## **Ingresos ISP**

Los ingresos de ISP incluyen, a su vez, los ingresos por la provisión de servicios de acceso y servicios de valor añadido a clientes residenciales y corporativos y los ingresos por tráfico inducido.

Los ingresos por **acceso** a clientes **residenciales** provienen de los 878.000 clientes de pago que Terra tenía a finales del mes de marzo de 2000, representando dichos ingresos el 53% del total de

ingresos del Grupo, por un lado, y el 73% del total de ingresos de ISP, por otro.

Los ingresos de **tráfico inducido** provienen de España, y Chile, aunque el origen de dichos ingresos sea diferente de uno a otro país. De esta forma, en España, existe un acuerdo firmado con Telefónica Data, compañía del Grupo Telefónica propietaria de la red que alquila a Terra, que entró en vigor en octubre de 1999. En base a este acuerdo, Terra obtiene ingresos en función del número de minutos mensuales de uso de dicha red por parte de sus usuarios, multiplicado por un factor, que en marzo ascendía a 0,6 pesetas.

	<b>Millones de minutos</b>	<b>Pesetas/minuto</b>
Octubre	123	0,5
Noviembre	167	0,5
Diciembre	195	0,5
Enero	234	0,6
Febrero	273	0,6
Marzo	303	0,6

En el caso de Chile, por último, se incluye como ingreso de tráfico inducido el porcentaje que Terra cobra al usuario de la llamada telefónica local que aquél efectúa para acceder a Internet. El coste de la llamada a Internet realizada a través de CTC está regulada por el gobierno chileno, de tal manera que el coste para el usuario de Internet asciende únicamente al 43% del coste de la llamada local ordinaria. Adicionalmente, Terra, a través de CTC, cobra a sus usuarios de "Terra Libre" el 57% restante de una llamada local, cobrando a sus usuarios de "Terra Premium", además del cargo fijo mensual, un 29% adicional de la llamada, si ésta se efectúa en horario reducido, y un 11% adicional de la llamada, cuando ésta se efectúa en horario normal.

El total de los ingresos de Terra por tráfico inducido en los dos países ascendió en marzo de 2000 a 3.9 millones de Euros, lo que viene a suponer un 11% de los ingresos totales del Grupo, mientras que representa un 16% respecto de los ingresos por ISP.

## **Ingresos Portal**

Los ingresos de portal provienen fundamentalmente de la publicidad y del comercio electrónico, si bien se incluyen igualmente bajo este epígrafe otros ingresos relacionados con el portal como son los ingresos procedentes del pago único efectuado por Telefónica Móviles a Terra, en concepto de desarrollo de "Oleada", portal WAP propiedad de Telefónica Móviles. En relación a dicho portal, Terra espera percibir ingresos futuros únicamente en concepto de mantenimiento del portal.

### **Publicidad**

La cifra de ingresos por publicidad, que alcanza los 6 millones de Euros durante el primer trimestre de 2000, ha crecido más de un 840% en el último año. Comparando estos ingresos con los alcanzados en el último trimestre de 1999, se observa un crecimiento del 117%, especialmente significativo si consideramos que el último trimestre del año se caracteriza normalmente por mayores inversiones en publicidad por parte de los anunciantes.

Es importante destacar que se produce una aceleración de los ingresos a lo largo del trimestre, de modo que sólo en el mes de marzo se obtuvo el 60% de la facturación del conjunto del trimestre y que ascendió a 3.8 millones de euros.

Del análisis geográfico de los ingresos de publicidad se deriva que el 94% se concentra en España, Brasil y México, siendo destacable el hecho de que, durante el primer trimestre de 2000, México muestre una cifra de ingresos por publicidad superior a la de todo el año 1999.

### **Comercio Electrónico**

Los ingresos por comercio electrónico suponen el 2,3% de los ingresos totales del Grupo.

En este área de negocio de la compañía se continúa con la misma estrategia de desarrollo de portales, tanto verticales como horizontales. En lo que a portales verticales se refiere, se ha trabajado activamente en el desarrollo de portales en algunas de las principales categorías de e-commerce, como son finanzas (Uno-e), viajes (Rumbo, la JV con Amadeus) y subastas (De Remate).

Asimismo, Terra trabaja actualmente en el desarrollo de otros muchos acuerdos alcanzados en estos meses (Logista, BBVA y Bertelsmann, Telepizza, etc.), con el objeto de comenzar a hacerlos operativos en fechas próximas.

Finalmente, resulta interesante destacar la estrategia activa de búsqueda de socios (globales y/o locales) que la compañía desarrolla en estos momentos, tanto para canales verticales como para canales horizontales.

## **Otros Ingresos**

En la línea correspondiente a "Otros Ingresos" se incluyen los ingresos que provienen de "InfoSel Financiero" y "Lince", ambos en México, consistiendo el primero de estos productos en un sistema de información de bolsa competidor de Bloomberg y Reuters y líder en el mercado mexicano, cuyo peso sobre el total de ingresos del grupo ha pasado del 18.5% en diciembre de 1999 al 12% en el primer trimestre del año 2000.

## **Coste de Ventas**

El coste de ventas para el Grupo Terra está compuesto por tres grandes partidas correspondiente a los costes de: comunicaciones, atención técnica y compras.

**Los costes de comunicaciones**, que suponen el 61% de los costes de ventas totales, incluyen los pagos que se llevan a cabo por el alquiler de a red.

En cuanto a los costes de **atención técnica o call centers**, estos incluyen los gastos derivados del servicio que se presta a los suscriptores del servicio de acceso, con el objeto de resolver las diferentes cuestiones que pudieran surgir (funcionamiento, problemas técnicos...). Esta línea incluye, por tanto, los gastos del personal asignado a esta función, así como los gastos de la externalización del servicio. Es importante destacar a este respecto que, siguiendo la política de externalización de este área, el personal directo del mismo se ha visto reducido en 240 personas durante el primer trimestre del año 2000.

En la partida correspondiente a **compras** se incluyen aquellos aprovisionamientos en que se incurre para su

posterior venta o distribución y que incluyen elementos tales como kits de conexión, CDs, modems, software...

## **Marketing**

Los gastos de marketing correspondientes al primer trimestre del año 2000 han ascendido a 33,7 millones de Euros. Durante dicho período se han activado gastos de marketing por importe de 22,4 millones de Euros, que corresponden a las campañas de lanzamiento de los portales de Estados Unidos y Argentina.

## **Gastos de Personal**

Los gastos de personal, por su parte, incluyen todos los gastos asociados a los empleados del Grupo Terra en sus diferentes países y áreas, con excepción hecha de los diferentes Call Centers, cuyo coste se incluye bajo el epígrafe de atención técnica del Coste de Ventas.

## **Otros Gastos Operativos**

El 80% de los Gastos operativos corresponden a gastos de estructura, dentro de los cuales se cuentan arrendamientos, seguros, servicios generales, etc. Se incluyen también dentro de este epígrafe los gastos de adquisición y desarrollo de contenidos.

## HECHOS RELEVANTES

### Acuerdos Destacables del Trimestre

- **BBVA y Terra Networks** formalizaron el pasado 4 de enero una alianza estratégica, por la que BBVA daba entrada a Terra en el capital de **Uno-e** con una participación del 20% mientras BBVA adquiría un 3% del capital de Terra por 81.000 millones de pesetas.
- El 18 de enero pasado se procedió al lanzamiento del nuevo **portal** de Terra para la comunidad hispana de **Estados Unidos** ([www.terra.com](http://www.terra.com)).
- Con fecha 20 de enero Terra Networks **Brasil** lanzó al mercado su servicio de acceso gratuito a Internet bajo el nombre de "**Terra Livre**".
- **Terra Networks y Telefónica Móviles** firmaron con fecha 24 de enero un acuerdo para el desarrollo de servicios y aplicaciones para la convergencia del mundo móvil e Internet. Nace, así, el portal **OLEADA**.
- **Terra Networks y Agencia Estado** firmaron el 1 de febrero una alianza estratégica por la que Terra Brasil contará en exclusiva con los contenidos de los medios de comunicación propiedad de Grupo Estado.
- Con fecha 5 de febrero **Terra Networks y DeRemate.com** firmaron una alianza estratégica, por la que Terra adquiere el 30% de DeRemate, posicionándose como uno de los líderes en subastas en América Latina.
- El 23 de febrero **Terra Networks y CASER** alcanzaron un acuerdo para la creación en Internet del primer mercado virtual de seguros de habla hispana.
- Terra Networks **Chile** anuncia el 2 de marzo el lanzamiento de su servicio gratuito de acceso a Internet en el país bajo el nombre de "**Terra Libre**".
- Terra Networks **México**, por su parte, anunció el pasado 6 de marzo el lanzamiento del servicio gratuito de acceso a Internet bajo el nombre "**Terra Libre**".

- El 6 de marzo Uno-e y First-e anuncian la creación conjunta de **UnoFirst Group**, primer grupo bancario online de carácter global.
- Con fecha 10 de marzo Terra Networks anuncia la adquisición del **portal venezolano Chévere**, uno de los sitios web más importantes en Venezuela.
- Terra Networks y Alcatel lanzan el pasado 13 de marzo el denominado **“Web touch phone”**, primer teléfono fijo con acceso a Internet en el mercado español.
- **Terra Networks Chile y COPESA** firmaron con fecha 22 de marzo una alianza estratégica por la que Terra Chile contará en exclusiva con los contenidos de los medios de comunicación de COPESA.
- El 28 de marzo **Terra Networks y Coca Cola España** firman un acuerdo de colaboración en Internet, en virtud del cual Terra suministrará contenidos a la página web de Coca Cola ([www.cocacola.es](http://www.cocacola.es)) ya disponible en la red.
- El 23 de marzo **Terra Networks y Logista** sellaron una alianza estratégica para la constitución de una compañía que prestará servicios logísticos (e-fulfillment). Días después, el 31 de marzo, **BBVA y Grupo Bertelsmann**, a través de su filial Todisa, se adhirieron a dicha alianza.

### **Otros Acuerdos Posteriores al Cierre del Trimestre**

- **Motorpress-Ibérica (MPIB) y Terra Networks** suscribieron el 10 de abril una alianza internacional para la creación de un canal vertical del motor.
- Terra Networks **Brasil** presentó el 12 de abril el primer **portal WAP** de América Latina, con contenidos específicos accesibles desde teléfonos móviles.
- El 13 de abril **Terra Networks** anunció la firma de un acuerdo con **Real Networks** para la inclusión de dos canales Terra en su RealPlayer G7.

## **Cambios/Adiciones en el Equipo de Gestión**

- El día 4 de febrero Don Abel Linares Palacios fue propuesto como nuevo Consejero Delegado. Su nombramiento fue aprobado por el Consejo de Administración el día 22 de febrero.
- En el mes de abril, Don Julián de Cabo Moreno se incorpora como Country Manager de España.
- En el mes de mayo Don Antonio García Urgeles se incorpora como Chief Operating Officer.

## CUENTA DE RESULTADOS CONSOLIDADA

31 de Marzo de 2000

(millones de €)

	1T - 2000	1T - 1999	Cambio %
ISP	24,9	12,6	98,2%
Portal	7,4	0,9	745,7%
Otros Ingresos	4,5	3,2	39,2%
<b>Total Ingresos</b>	<b>36,8</b>	<b>16,6</b>	<b>121,1%</b>
<b>Coste de Ventas</b>	<b>(19,3)</b>	<b>(6,6)</b>	<b>194,0%</b>
Comunicaciones	(11,7)	(3,1)	281,8%
Atención Técnica	(6,0)	(2,3)	163,2%
Compras	(1,5)	(1,2)	28,1%
<b>Margen Bruto</b>	<b>17,5</b>	<b>10,1</b>	<b>73,7%</b>
<b>Margen Bruto %</b>	<b>48%</b>	<b>61%</b>	
Marketing	(33,3)	(1,2)	2786,2%
Personal	(11,2)	(3,8)	197,2%
Otros Gastos Operativos	(33,4)	(6,8)	390,5%
<b>EBITDA</b>	<b>(60,9)</b>	<b>(1,7)</b>	<b>3548,2%</b>
<b>Margen EBITDA %</b>	<b>-165%</b>	<b>-10%</b>	
Amortizaciones	(11,6)	(0,6)	1854,6%
<b>Margen Explotación</b>	<b>(72,5)</b>	<b>(2,3)</b>	<b>3104,3%</b>
<b>Margen EBIT %</b>	<b>-197%</b>	<b>-14%</b>	
Financ. y Extraordinarios	3,1	(0,4)	-853,7%
<b>Resultado antes de Impuestos y Fdo Comercio</b>	<b>(69,3)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>2486,9%</b>
Impuesto de sociedades	25,2	0,9	2593,3%
<b>Resultado después de Impuestos y antes Fdo Comercio</b>	<b>(44,1)</b>	<b>(1,7)</b>	<b>2430,0%</b>
Amort. Fondo de Comercio	(27,1)	(24,8)	n.a.
<b>Resultado Neto</b>	<b>(71,3)</b>	<b>(26,5)</b>	<b>168,7%</b>
Socios externos	1,3	0,0	3117,4%
<b>Resultado Sociedad Dominante</b>	<b>(70,0)</b>	<b>(26,5)</b>	<b>164,4%</b>

**BALANCE CONSOLIDADO****31 de Marzo de 2000***(millones de €)*

<b>ACTIVO</b>	
<b>Inmovilizado</b>	<b>869</b>
Material	48
Inmaterial	184
Financiero	119
Fondo de Comercio	518
<b>Circulante</b>	<b>524</b>
Tesorería e Inv. Temporales	418
Otros activo circulante	106
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.393</b>
<b>PASIVO</b>	
<b>Fondos Propios</b>	<b>1.168</b>
<b>Otro Pasivo</b>	<b>225</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.393</b>