



## **La tienda virtual [www.theone.com.mx](http://www.theone.com.mx) ofrecerá ropa y un estilo de vida.**

**La primera tienda de moda mexicana en entrar al campo del comercio electrónico Otros sitios de comercio electrónico de Elektra serán lanzados durante el 2000**

**México D.F., Febrero 29, 2000 – Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT)**, La principal cadena de tiendas especializadas de América Latina, anunció que su cadena subsidiaria de tiendas de moda, THE ONE, lanzó hoy su sitio de ventas por Internet, [www.theone.com.mx](http://www.theone.com.mx).

[www.theone.com.mx](http://www.theone.com.mx) ofrecerá una gran variedad de prendas de la marca THE ONE para damas, caballeros, adolescentes, niños y niñas. La tienda virtual también ofrecerá otros servicios de interés para su joven y activa clientela. Entre ellos se encuentran productos en fase de prueba de mercado, una revista de moda, información relevante de las películas y espectáculos más recientes, un igualador de estilos y horóscopos.

Inicialmente, THE ONE aceptará pagos a través de tarjeta de crédito y depósitos bancarios. THE ONE estima expandir sus posibilidades de pago en los próximos meses, para incluir ventas a crédito a través de su sistema de crédito propio, con lo cual espera hacer este tipo de compras más atractivas para el consumidor. La página electrónica será promovida a través de una publicidad masiva en TV Azteca y Todito.com.

“Al iniciar [www.theone.com.mx](http://www.theone.com.mx), estaremos incrementando nuestra capacidad para atraer y aumentar nuestra participación en los mercados de altos ingresos en México, que actualmente son los usuarios más activos del Internet,” comentó César Nieves, Director de [grupoelektra.com.mx](http://grupoelektra.com.mx)

Actualmente THE ONE opera 159 tiendas en México, algunas de ellas aún en etapa de conversión a este nuevo formato. Durante 1999, THE ONE participó con US\$ 73 millones (6%) del total de ingresos de Grupo Elektra, y sus ventas han crecido a una tasa compuesta anual del 50% desde que Elektra entró en el mercado de ropa en 1995.

Pedro Padilla, Director General de Grupo Elektra, apuntó que “[www.theone.com.mx](http://www.theone.com.mx) es una iniciativa clave de Elektra en el mundo del comercio electrónico. Estamos posicionados mejor que nadie en América Latina para iniciar operaciones en el mercado del comercio electrónico. El mundo virtual es una extensión natural de nuestro negocio del mundo real y nos proveerá de un importante canal complementario para alcanzar a nuestros consumidores”.

Aunque la penetración de Internet no es muy alta hoy en día, la Compañía espera un importante incremento en el uso del Internet por parte de su mercado objetivo en el siguiente par de años. Elektra será un importante vehículo para lograr este fin, a través de sus tiendas virtuales y la venta de accesorios para acceso a Internet a bajo costo, la cual espera que comience más tarde durante este año.

La estrategia de Internet de Grupo Elektra está basada en eficientizar el uso de factores fundamentales que tiene en el mundo real a través de su utilización en el comercio electrónico. Estos factores incluyen:

- El volumen y la masa crítica para obtener economías de escala de inmediato;
- Excelentes relaciones con proveedores clave;
- Publicidad masiva por televisión a través de TV Azteca;
- Avanzados sistemas de logística, incluyendo la distribución "última milla"
- Servicio de atención al cliente y devoluciones a través de la cadena nacional de tiendas; y
- El sistema de pagos de Elektra, incluyendo el programa de crédito el cual incrementa el poder de compra de la población

"Durante el segundo trimestre del 2000, planeamos iniciar operaciones de elektra.com.mx, nuestra tienda virtual con lo más novedoso y la más amplia variedad de artículos de electrónica y para el hogar. Continuaremos con el establecimiento de sitios de venta por Internet para otras unidades de negocio. Adicionalmente, como en el caso de THE ONE, ofreceremos servicios complementarios para apoyar a los productos ofrecidos; además, nuestras tiendas virtuales serán una importante adición a los canales de distribución de nuestras tiendas del mundo real. Esta estrategia nos permitirá servir a nuestros clientes donde quieran y como quieran comprar," concluyó el Sr. Padilla.