



Elektra Reporta Incrementos del 367% en la Utilidad Neta y 24% en el EBITDA para el tercer trimestre del 2000

- Quinceavo trimestre consecutivo registrando crecimiento en el EBITDA
- Record histórico para el tercer trimestre en ventas, utilidad operativa y EBITDA

México, D.F. a 23 de octubre del 2000. Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), La principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, reportó hoy sus resultados del tercer trimestre del 2000. Las ventas se incrementaron 17.6%, el equivalente a \$355 millones de dólares; el resultado de operación se incrementó a \$36 millones de dólares, lo que equivale a un incremento del 22.7% en términos reales con respecto al mismo periodo en 1999. El EBITDA se incrementó 23.8% a \$53 millones de dólares, equivalente a un margen del 14.8% con respecto a ventas. La utilidad neta para este trimestre fue del equivalente a \$34 millones de dólares, lo que representa un incremento del 367% con respecto al mismo trimestre en 1999.

“Elektra ha mantenido los altos niveles de crecimiento en ventas y rentabilidad registrados en la primera mitad del año. Nuestros productos y servicios de altos márgenes han registrado un crecimiento excepcional. Nuestras operaciones de ventas al menudeo registraron también un sólido comportamiento, apoyado por un fuerte consumo local. Nuestros excelentes resultados y las favorables perspectivas para el sector comercial y la economía mexicana en general, son factores claves en nuestra decisión de acelerar nuestros planes de expansión”, comentó Javier Sarro, Director General de Grupo Elektra.

Resultados Operativos

Millones de pesos(1) y dólares(2) excepto porcentajes y por montos de ADR's

	3T99	3T00	Incremento
Ventas Netas			
Pesos	2,855	3,357	18%
US \$	302	355	
EBITDA			
Pesos	402	498	24%
US \$	43	53	
Utilidad Neta			
Pesos	70	325	367%
US \$	7	34	
Ingresos por acción			
Pesos por CPO (3)	0.06	0.27	383%
US \$ por ADR (3)	0.06	0.24	

1. Pesos constantes al poder adquisitivo de Septiembre 30,2000

2. Al tipo de cambio del 30 de septiembre del 2000, Ps. 9.45 por US dollar

3. Cálculo basado en 1,206 millones CPO's (120.6 millones ADR's) al cierre de Septiembre 30, 2000, y 1,179.8 millones CPO's (118 millones ADR's) al cierre de Septiembre 30, 1999.

Cifras relevantes para el Tercer trimestre del 2000

- Quinceavo trimestre consecutivo registrando crecimiento en el EBITDA (medido año vs año); record histórico para el tercer trimestre en ventas, utilidad operativa y EBITDA;
- 44% de margen bruto, 160 puntos base de crecimiento año vs año;
- Crecimientos del 15.8% y 21.9% en la contribución a mismas tiendas y contribución bruta, respectivamente, respecto al tercer trimestre de 1999;
- Acuerdo para monetizar la inversión indirecta de Elektra en TV Azteca por un monto de \$316 millones de dólares;
- *Fairness opinion* independiente positivo otorgado por Bear Stearns acerca de la transacción con CASA; e
- Incremento a “MA+” por parte de la agencia calificadora Duff & Phelps en las obligaciones locales de deuda corporativa.

Las ventas netas y la utilidad operativa se incrementaron 17.6% y 22.7% para llegar a Ps. 3,357 millones y Ps. 336 millones respectivamente, comparados con los Ps. 2,855 millones y Ps.274 millones durante el 3T99. El EBITDA se incrementó 23.8% a Ps. 498 millones de los Ps. 402 millones en el mismo periodo el año pasado; así mismo, el margen EBITDA alcanzó un 14.8% comparado con el 14.1% durante el 3T99. La contribución bruta se incrementó 21.9% a Ps. 1,477 millones comparada con los Ps. 1,211 millones durante el 3T99.

Al mismo tiempo, la contribución a mismas tiendas, la cual considera la compañía que es la mejor forma de medir sus operaciones, se incrementó 15.8% respecto al mismo periodo del año anterior.

Los gastos de venta y administración como porcentaje de la contribución bruta representaron un 67.2% comparado con el 68.2% en el 3T99. Los gastos de ventas y administración se incrementaron 20.3% respecto al mismo periodo del año anterior como resultado de: (1) Las conversiones de Hecali a THE ONE; (2) incremento en el pago de rentas de las sucursales como resultado del incremento en las ventas de las mismas y, (3) pago del arrendamiento del equipo utilizado para el sistema ADN. Si excluimos este último punto, los gastos de venta y administración hubieran crecido 18.1% año vs año. La depreciación y amortización fueron de Ps. 147 millones, un incremento del 32.6% comparado con los Ps. 111 millones en el 3T99 y un 7.7% comparado con los Ps. 137 millones del 2T00. Esto refleja la política de la Compañía de una rápida depreciación en los activos fijos.

El Costo Integral de Financiamiento fue de Ps. 11 millones durante el 3T00, comparado con los Ps. 100 millones durante el mismo periodo en 1999. El pago de intereses neto disminuyó 31.6% a Ps. 115 millones en el 3T00 comparados con los Ps. 168 millones en el 3T99, y la apreciación del peso durante este periodo resultó en una ganancia en tipo de cambio de Ps. 92 millones comparados con los Ps. 7 millones registrados en el 3T99.

Durante este trimestre, la inversión de Elektra en CASA, indirectamente dueña de TV Azteca con un 18.3% de participación, registró una pérdida neta de amortización del crédito comercial de Ps. 4 millones, comparado con la pérdida de Ps. 62 millones durante el 3T99. Las pérdidas reflejan la combinación de utilidad neta reportada por TV Azteca y los pagos de intereses a nivel de Azteca Holdings.

La provisión para el pago de impuestos fue de Ps. 11 millones, comparados con los Ps. 31 millones del año anterior. La tasa efectiva de impuestos fue de 3.1%. El bajo nivel en el pago de impuestos es reflejo de las pérdidas fiscales generadas por la adquisición de Grupo Salinas y Rocha.

Como resultado de los factores anteriores, Elektra registró una utilidad neta para el 3T00 de Ps. 325 millones, o 9.7% respecto a ventas netas, comparada con la utilidad neta de Ps. 70 millones o 2.4% respecto a ventas netas durante el mismo periodo el año anterior.

CASA

El 27 de Julio de este año, el Consejo de Administración aprobó la transacción para vender la inversión indirecta de Elektra en TV Azteca a CASA, por un monto de \$316 millones de dólares. El precio esta basado en el precio promedio del ADR de TV Azteca durante los últimos 90 días (US\$ 11.60 /ADR), neto de deuda de Azteca Holdings. Bajo los términos del acuerdo, CASA tiene hasta Julio del 2001 para hacerse de recursos y ejercerlo. De lo contrario, se contempla una penalidad de \$15.8 millones de dólares o 5% del monto de la transacción. La venta de la participación indirecta en TV Azteca no afecta los contratos de publicidad acordados con esta televisora, los cuales tienen vigencia hasta el 2006.

FAIRNESS OPINION INDEPENDIENTE

Elektra ha obtenido un *fairness opinion* independiente por parte de Bear Stearns que concluyó que la transacción es justa para la Compañía desde un punto de vista financiero. La transacción procederá de acuerdo con lo planeado.

Nota: Para mayores detalles, remitirse al anexo “Análisis del Desempeño Operativo del Trimestre”

Las tablas financieras están disponibles en la página web de Elektra en www.grupoelektra.com.mx

Los montos en Pesos Mexicanos están presentados en US Dólares al tipo de cambio de \$9.45 pesos por US Dólar.

ELEKTRA “PROGRESO A TRAVES DE BIENES Y SERVICIOS ACCESIBLES”

Grupo Elektra, la cadena de tiendas especialista más importante de Latinoamérica, atiende al mercado popular, y es líder en los mercados de productos electrónicos, línea blanca, muebles, y enseres menores. La cadena de tiendas Elektra comprende actualmente más de 949 tiendas cubriendo 320 ciudades en la región, y en cinco países de América Latina. Las principales líneas de negocio son: Elektra, que ofrece electrónicos, muebles y artículos de línea blanca a gupos de ingreso medio y bajo; Salinas y Rocha, cadena especialista similar a Elektra con un enfoque en muebles que atiende a un segmento con ingresos ligeramente más altos; The One, cadena especializada en la venta de ropa casual para el mismo segmento de mercado que cubre Elektra; CrediFacil, que extiende crédito a clientes de Elektra; y Dinero en Minutos/Dinero Express, los servicios de transferencia de dinero. Grupo Elektra también tiene una participación indirecta en TV Azteca, uno de las dos cadenas de televisión en México. La publicidad masiva a través de TV Azteca es un elemento integral para la estrategia de Elektra.

Relaciones con Inversionistas

Esteban Galindez
Director de Relaciones con
Inversionistas
Grupo Elektra, S.A. de C.V.
Tel.,(52) 629 9333
Fax. (52) 5629 9234
egalindez@elektra.com.mx

Juan Carlos Creixell
Coordinación Relaciones con
Inversionistas
Grupo Elektra S.A de C.V,
(52) 629 93 33
Fax. (52) 5629 9234
jcreixell@elektra.com.mx

Anexo: Análisis del Desempeño Operativo del Trimestre

Tiendas de Marca

Las ventas de mercancía Elektra en México y Latinoamérica se incrementaron 17.4% a Ps. 2,124 millones comparados con los Ps. 1,809 millones en el 3T99. La contribución a mismas tiendas creció 17%. El margen bruto de mercancía Elektra alcanzó un 31% en el 3T00, un incremento de 90 puntos base comparado con el 3T99. Esto se debió principalmente al continuo mejoramiento de las operaciones de Latinoamérica y una fuerte demanda en el mercado mexicano.

Las ventas de mercancía Salinas y Rocha para el segundo trimestre fueron de Ps. 194 millones, un incremento del 23.3% comparado con los Ps. 157 millones en el 3T99. El margen bruto fue de 32.0% mientras que la contribución a mismas tiendas aumentó 10.5%.

Las ventas de mercancía THE ONE para el tercer trimestre del 2000 aumentaron 1.2% a Ps. 165 millones comparado con los Ps. 163 millones en el 3T99. La contribución a mismas tiendas se incrementó 5.3% mientras que el margen bruto alcanzó un 38.1%, comparado con el 34.1% reportado durante el 3T99. El cierre temporal de sucursales por las transformaciones a THE ONE afectó los ingresos aunque mayores márgenes brutos, resultado del nuevo formato, superaron por mucho la marginal baja en la línea de ingresos. La contribución bruta en el tercer trimestre del 2000 fue de Ps. 63 millones de pesos, un incremento del 12.9% comparados con los Ps. 56 millones de pesos registrados en el 3T99. Al cierre del segundo trimestre, 129 tiendas Hecali han sido transformadas al nuevo formato THE ONE, mientras que 12 se encuentran en proceso de transformación; de las 18 tiendas Hecali restantes, alrededor de 5 permanecerán con este formato hasta que el inventario sea vendido, y el resto de las tiendas serán cerradas, reubicadas o transformadas a otro formato de tienda ya que su localización, tamaño o cualquier otra circunstancia no es compatible con el plan de negocios de THE ONE.

Productos y Servicios de Marca

El programa de garantías extendidas de Elektra, **Milenia**, registró un incremento del 55% en ventas durante el tercer trimestre del 2000, alcanzando Ps. 40 millones, comparado con Ps. 26 millones durante el 3T99. La proporción del total de productos vendidos con garantías extendidas se incrementó como resultado de las campañas de publicidad, un mayor conocimiento del producto y la introducción del servicio en Salinas y Rocha.

Fotofacil abrió 27 minilabs más alcanzando su objetivo de 180 minilabs para este año. Durante este trimestre, Fotofacil reportó ingresos equivalentes a \$3.2 millones de dólares, con un margen de contribución bruta del 38.3%.

Unefon inició operaciones en Querétaro, Aguascalientes y Puebla después del 30 de junio, alcanzando además una cobertura del 70% en la Cd. de México. Actualmente, Unefon tiene servicio en 7 ciudades y cuenta con aproximadamente 65,000 suscriptores o más del doble del número reportado al final del segundo trimestre. Actualmente, Elektra registra ventas de 380 aparatos o 2.2 teléfonos por tienda por día en 172 tiendas. Elektra genera ingresos por la venta de aparatos y tarjetas pre-pagadas (15 millones de minutos de tiempo aire vendidos a la fecha, casi 10 millones de ellos vendidos durante el 3T00). Durante el 4T00, Unefon planea iniciar sus servicios en cinco ciudades más, incluyendo Guadalajara y Monterrey.

Comercio Electrónico

Las dos tiendas virtuales del Grupo: www.elektra.com.mx y www.theone.com.mx registraron en conjunto 11,000 visitas promedio durante el tercer trimestre.

Nuevos Productos y Servicios de Marca

En Julio de este año, Elektra inició un plan piloto para la venta de computadoras, acceso a Internet y paquetes de capacitación en un esfuerzo conjunto con Todito. A la fecha, operan 25 kioscos en tiendas Elektra y Salinas y Rocha y se han vendido aproximadamente 560 computadoras. Elektra espera tener en operación 150 kioscos interactivos Todito para el final del año.

Durante este trimestre, Elektra lanzó su nuevo programa de crédito hipotecario a través de **Credimax** en Toluca y Puebla. Elektra fungirá como investigador y verificador de las solicitudes de crédito y como agente recolector de los pagos para los créditos hipotecarios otorgados por el programa gubernamental FOVI. Este nuevo servicio se ofrece en colaboración con Banca Quadrum. Actualmente se tienen convenios con las desarrolladoras inmobiliarias Grupo SARE y Consorcio Hogar, y a la fecha se mantienen pláticas con más desarrolladores inmobiliarios locales.

Servicios Financieros

Los ingresos por crédito se incrementaron 14.2% a Ps. 693 millones de Ps. 606 millones reportados en el 3T99. El margen bruto de los ingresos por crédito fue de 76.1%, comparado con el 74.4% reportado en el 3T99. Al final del trimestre, Elektra tenía 1.7 millones de cuentas activas de crédito, un incremento del 8% con respecto al mismo periodo del año anterior. Las cuentas por cobrar brutas fueron Ps. 3.5 millardos comparado con los Ps. 3.1 millardos al final del 3T99. El plazo promedio de crédito al cierre del 3T00 fue de 35 semanas, a diferencia de las 38 semanas en promedio al final del 3T99, y las 33 semanas al cierre del 2T00.

Gonzalo García de Luca, Vicepresidente de Servicios Financieros de Elektra comentó: “En vista de nuestras perspectivas de un escenario económico positivo después de las elecciones del 2 de julio, Elektra está incrementando de nuevo su plazo promedio en las ventas a crédito, regresando a sus niveles normales de operación, sin descuidar sus criterios de otorgamiento.” Durante el tercer trimestre, nuestra mezcla de ventas fue 66% crédito y 34% contado. Nuestro plazo de recuperación se mantiene en rangos por encima del 97%.

Dinero en Minutos, la alianza estratégica de Elektra con Western Union para el envío de dinero registró un incremento del 63% en sus ingresos, para llegar a Ps. 110 millones, comparado con los Ps. 67 millones en el 3T99. El incremento fue resultado del 5% de incremento en el número de operaciones y el incremento en la participación en la comisión de Elektra.

Dinero Express, el servicio de transferencia de dinero dentro de la República Mexicana exclusivo de Elektra, registró un incremento del 21.8% en sus ventas debido a un 31% de incremento en el número de sus operaciones. Detrás de este crecimiento saludable en el número de operaciones están tres factores: (1) tiendas localizadas cerca del cliente; (2) el cliente sabe que puede tener acceso al dinero transferido casi de forma inmediata, de Lunes a Domingo, de 9:00 am a 9:00 pm; (3) el programa de lealtad “Cliente Amigo”, a través del cual los clientes de Dinero Express reciben beneficios adicionales.

Al cierre del 3T00, las cuentas de ahorro **Guardadito**, superaron el nivel de 1.4 millones de cuentas, un incremento del 85% respecto al nivel reportado en el 3T00. El monto promedio por cuenta es de Ps. 270.

Balance

El total de pasivos con costo al cierre del 30 de septiembre del 2000 fue equivalente a US\$ 402 millones, una reducción del 13.4% comparado con la cifra reportada el 30 de septiembre de 1999. La deuda neta al cierre del 3T00 fue equivalente a US\$ 326 millones, una reducción del 13.6% respecto el cierre del 3T99.

Durante este trimestre, Elektra lanzó un programa de Euro-Papel Comercial por \$150 millones de dólares con West LB, cuyo principal objetivo es sustituir líneas bancarias con alto costo y permitirle a la Compañía optimizar su capital de trabajo de corto plazo así como reducir su costo de financiamiento. Al día de hoy, Elektra ha utilizado 20 millones de dólares de dicho programa para la sustitución de deuda de corto plazo.

Los gastos de capital en el tercer trimestre fueron de 9 millones de dólares, debido principalmente a la remodelación de sucursales y sistemas. Hubo 4 aperturas netas durante el trimestre, llevando el total a 949 tiendas al cierre del 3T00.

La inversión indirecta de Elektra del 18.3% en TV Azteca valuada en \$ 52.7 millones de dólares es mostrada en el balance bajo el método de participación. Efectivo al 4T99, la compañía cambió su método de presentación para reflejar el resultado de su inversión, neto de la amortización del crédito mercantil, en el estado de resultados. Anteriormente, la inversión se registraba en el balance al 80% de su valor de mercado, neto de la deuda de Azteca Holdings y los cambios en el valor de mercado eran cargos directos al capital contable.