



Incremento de 25% en ingresos netos del 2T98 alcanzando \$2.1 billones de pesos

- El margen bruto se incrementó 37%, alcanzando \$848 millones de pesos –
- La utilidad operativa llegó a \$255 millones de pesos, lo que representa un aumento del 24% –

EL EBITDA CRECIÓ 29 POR CIENTO ALCANZANDO \$342 MILLONES DE PESOS.

- El margen de EBITDA aumentó a 16% para el 2T98 contra el 15% del 2T97 –
- Apertura de 25 tiendas MegaElektra y de 13 tiendas Hecali, de acuerdo a las expectativas–
- Ventas mismas tiendas crecieron 4% –
- La utilidad bruta en mismas tiendas aumentó 23% –

BOLETIN DE PRENSA

MEXICO, D.F., Julio 27, 1998-- Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), La principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, reportó para el segundo trimestre de 1998 Ingreso neto y EBITDA de \$2.1 billones de pesos y \$342 millones de pesos respectivamente, con incrementos del 25 por ciento en ingresos netos y del 29% en EBITDA, comparados con el mismo periodo del año anterior.

Pedro Padilla, Director General de Elektra, dijo: "Elektra continua su crecimiento en ventas, sin embargo la clave del crecimiento radica en la singular posición competitiva y su liderazgo en el sector de tiendas especialistas. Creo que Elektra podrá conservar e incrementar sus márgenes en el futuro, y mantener un buen nivel de ventas."

"Elektra utiliza la estrategia adecuada para satisfacer las grandes necesidades de bienes básicos del hogar y servicios para las familias de niveles económicos bajos y medios en América Latina. A la vez creemos que las condiciones para la expansión económica a largo plazo para la América de habla hispana están dadas.", añadió el Sr. Padilla.

Resultados del Segundo Trimestre

Elektra reportó incremento del 25 por ciento en ingresos netos para alcanzar \$2.1 billones de pesos comparados con \$1.7 billones de pesos en el mismo periodo del año anterior.

Las ventas mismas tiendas aumentaron 4 por ciento, un fuerte incremento debido al consumo generado por el Día de las Madres y la Copa Mundial. Las ventas mismas tiendas de Elektra para el año en base acumulada han aumentado en 4.5 por ciento.

La utilidad bruta del segundo trimestre aumentó 37 por ciento para llegar a \$848 millones de pesos (US\$94 millones) comparables con los \$617 millones de pesos (US\$69 millones) del segundo trimestre del año anterior. El margen bruto aumentó del 36 por ciento al 39 por ciento, debido principalmente a la mejoría en los márgenes de la mercancía.

El ingreso operativo para el segundo trimestre se incrementó en 24 por ciento alcanzando \$255 millones de pesos, logrando un margen operativo del 12 por ciento.

El EBITDA se incrementó en 29 por ciento a \$342 millones de pesos de \$264 millones de pesos en el segundo trimestre de 1997, y en 30 por ciento para la primera mitad alcanzando \$653 millones de pesos sobre los \$502 millones de pesos de la primera mitad del año pasado. El margen de EBITDA logró el 16 por ciento contra el 15 por ciento del 2T97.

Pedro Padilla, Director General de Elektra, dijo: "La tendencia de ventas de Elektra se ha mantenido, reflejado por un aumento del 44 por ciento en el espacio de venta y un incremento en el consumo."

"En nuestra opinión, las expectativas a corto y largo plazo para Elektra son alentadoras," agregó el Sr. Padilla. "La posición de liderazgo de Elektra, sus economías de escala, tecnología y red de ventas le garantizarán un continuo aumento del margen y crecimiento en ventas a lo largo de 1998."

La utilidad neta para Elektra, que se vio afectada por la devaluación del peso contra el dólar, tuvo un decremento del 12 por ciento llegando a \$118 millones de pesos, o US\$0.11 por ADR, comparado con los \$134 millones de pesos o US\$0.12 por ADR en el segundo trimestre de 1997.

Por unidad de negocio:

Las ventas y el margen bruto desglosados por unidad de negocio son las siguientes:

- **Mercancía Elektra:** las ventas del 2T98 se incrementaron 20 por ciento alcanzando \$1.6 billones comparados con los \$1.3 billones para el segundo trimestre de 1997. Las tiendas que abrieron el año pasado han continuado madurando. Las ventas mismas tiendas en México aumentaron en un 4 por ciento comparadas con 1997, y la utilidad bruta de mismas tiendas, que sirve como medidor de rentabilidad, se incrementó 23 por ciento para el mismo período.
- El margen bruto de mercancía Elektra alcanzó un 28 por ciento, lo que marca un fuerte aumento comparado con el margen de 24 por ciento alcanzado en el mismo trimestre de 1997. La mejora significativa en el margen se debe en parte a la eliminación de promociones con descuento en el precio.
- **Crédito:** los ingresos de Crédito aumentaron 45 por ciento, trimestre a trimestre, alcanzando \$420 millones de pesos comparado con los \$291 millones de pesos del 2T97.

La utilidad bruta del Crédito alcanzó \$312 millones de pesos, un aumento del 44 por ciento comparado con los \$217 millones de pesos del 2T97. El margen bruto de Crédito se mantuvo en el 74 por ciento, mismo nivel obtenido en el 2T97.

- **Mercancía Hecali:** las ventas de Mercancía para el segundo trimestre aumentaron 53 por ciento, logrando \$101 millones de pesos contra los \$66 millones de pesos del 2T97, debido en gran parte al aumento del 87 por ciento en el espacio de venta, así como programas más agresivos de promoción y publicidad. Las ventas de crédito en Hecali aumentaron 77 por ciento, representando ahora el 21 por ciento del total de las ventas de la Mercancía Hecali, contra el 17 por ciento del segundo trimestre del año anterior. Las ventas mismas tiendas disminuyeron 10 por ciento, por la nueva mezcla de productos, donde se incluyó más ropa de mujeres y moda.

El margen bruto de Mercancía alcanzó el 30 por ciento contra el 31 por ciento del 2T97 y se mantuvo igual al margen del 1T98.

- **Transferencias de Dinero:** Los ingresos por transferencias de dinero para 1998 ascendieron a \$68 millones de pesos, mismo nivel del trimestre año anterior, debido en gran parte a mayor competencia en el mercado y a mayor número de promociones realizadas por Western Union. Sin embargo el volumen de transferencias de dinero entre México y Estados Unidos aumentó 13 por ciento comparado con el 2T97. Las transferencias dentro de México subieron un 24 por ciento comparado con el segundo trimestre de 1997; los ingresos de transferencias de dinero en el mercado doméstico aumentaron 26 por ciento contra el mismo trimestre año anterior.

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y montos por ADR

	<u>2T97</u>	<u>2T98</u>	<u>Incremento</u>
Ingresos Netos			
Pesos	Ps. 1,721.8	Ps. 2,149.3	
US \$	US\$ 191.5	US\$ 239.1	+25%
EBITDA			
Pesos	Ps. 264.1	Ps. 341.6	
US \$	US\$ 29.4	US\$ 37.9	+29%
Utilidad Neta			
Pesos	Ps. 133.5	Ps. 117.7	
US \$	US\$ 14.8	US\$ 13.1	-12%
Utilidad ADR³	por		
Pesos	Ps. 1.08	Ps. 0.99	
US \$	US\$ 0.12	US\$ 0.11	-0.08%

1. Pesos constantes a poder adquisitivo del 30 de junio de 1998.
2. Tipo de cambio al 30 de junio de 1998 de 8.99 pesos por dólar
3. Los cálculos asumen 119 millones de ADRs al 30 de junio de 1998.

Resultados Para El Semestre

- **Mercancía Elektra:** Las ventas se incrementaron 23 por ciento al llegar a \$2.8 billones de pesos contra \$2.3 billones de pesos del primer semestre de 1997. Las ventas mismas tiendas aumentaron 4.5 por ciento y el margen bruto alcanzó el 29 por ciento.
- **Crédito:** Los ingresos de Crédito para la primera mitad del año se incrementaron en 61 por ciento a \$802 millones de pesos comparados con los \$500 millones de pesos del año pasado. El margen bruto para el primer semestre alcanzó el 76 por ciento contra el 75 por ciento de la primera mitad de 1997.
- **Mercancía Hecali:** Los ingresos aumentaron 47 por ciento a \$174 millones de pesos de los \$118 millones de pesos del año pasado. El margen bruto se mantuvo en 30 por ciento comparado con el mismo semestre de 1997.

- **Transferencias del Dinero:** Los ingresos disminuyeron 2 por ciento a \$131 millones de pesos contra mismo período del año anterior, sin embargo el volumen de transferencias entre México y Estados Unidos, y el interno en México aumentaron de manera importante.

Luis J. Echarte - Director de Finanzas de Elektra, en referencia de los resultados del segundo trimestre y primer semestre del año, comentó: "Como lo hemos venido diciendo, Elektra continua obteniendo excelentes resultados trimestre a trimestre debido a nuestra estrategia de ventas – distribución a través de una red de tiendas con cobertura nacional, crédito para aumentar el poder adquisitivo de nuestros clientes, publicidad masiva por TV, tecnología de punta que nos permite operar eficientemente y responder rápidamente a las necesidades de nuestros clientes, y empleados muy bien capacitados y motivados. Algunos de nuestros competidores ofrecen ciertos de estos elementos. Sólo Elektra tiene los cinco para servir a sus clientes."

Elektra abrió 25 nuevas tiendas MegaElektra durante el 2T98, incluyendo 5 tiendas en Centro América. El número total de tiendas Elektra llega a 620, de las cuales 571 están en México y 49 en Centro América. Hecali inauguró 13 tiendas en este trimestre, llegando a 133 tiendas en 92 ciudades de México.

Los gastos operativos para el segundo trimestre ascendieron a 593 millones de pesos, un incremento del 44 por ciento comparado los \$411 millones de pesos del 2T97. El incremento se debe principalmente a los gastos por expansiones y conversiones de tiendas.

Por la misma causa, los gastos de operación como porcentaje de las ventas totales aumentaron a 28 por ciento del 24 por ciento del 2T97, sin embargo disminuyeron del 30 por ciento reportado en el 1T98. El ingreso operativo se incrementó en 24 por ciento a \$ 255 millones de pesos (US\$28 millones) con un margen operativo de 12 por ciento. Para la primera mitad del año la utilidad operativa aumentó en 32 por ciento a 484 millones de pesos de los \$367 millones de pesos del primer semestre de 1997.

Durante el 2T98 el costo integral de financiamiento se incrementó a \$115 millones de pesos contra \$46 millones de pesos del 2T97, debido en gran parte al fondeo adicional requerido para el programa de expansión de tiendas, inversiones en infraestructura y personal, pero sobretodo a la pérdida en cambios de \$66.2 millones de pesos lo cual no implica un desembolso de efectivo, provocada por la depreciación del peso contra el dólar durante este trimestre.

El Sr. Echarte dijo, "Elektra inició el 1T98 contabilizando su posición en TV Azteca al 80% por ciento del valor de mercado, libre de deuda, y reflejada sólo en el balance general. A pesar de la depreciación por \$2,072 millones de pesos, por su posición indirecta en TV Azteca, Elektra continua mostrando una fuerte solidez financiera. Los pasivos bancarios ascendieron a \$1.3 billones de pesos para el segundo trimestre de 1998 contra los \$503 millones de pesos del 2T97 debido al agresivo programa de crecimiento y expansión. La razón de liquidez o Activo Circulante/Pasivo Circulante, se desplazó de 2.5 en el 2T97 a 1.6 para el 2T98 por las mismas razones. El apalancamiento, o deuda total/capital, se incrementó a 1.1 en el 2T98 comparado con el 0.6 en el 2T97. El índice de cobertura de intereses disminuyó a 2.8."

Además agregó: "La calidad de nuestra cartera de cuentas por cobrar se mantiene sana, lo cual es confirmado por las calificaciones "AA" otorgada por Fitch Investors

Service y la "MAA" otorgada por Duff and Phelps, quienes auditan nuestra cartera mensualmente."

El Sr. Padilla concluyó: "Estamos muy satisfechos con nuestras estrategias de nuevos productos y con la ejecución que nos permite seguir distinguiéndonos en el mercado. Dinero Express, que es nuestra empresa de transferencias de dinero dentro de México, sigue creciendo. Milenia, nuestro programa de garantías extendidas, que cumple un año de operación el mes siguiente, ha tenido un desarrollo muy bueno, y ahora ya contribuye el 3 por ciento de las ventas totales. Por último Mi Guardadito, nuestro programa de ahorro ha alcanzado 225,000 cuentas activas.

Elektra seguirá mejorando su enfoque en el servicio al cliente, capacitando a sus gerentes y empleados, una expansión continua dentro y fuera de México, aunado a la introducción de nuevos productos y servicios con ligeros incrementos en costos, enfocados a satisfacer las necesidades de los mercados populares en América Latina; esta estrategia nos ha permitido obtener la lealtad de nuestros clientes así como mantener nuestros márgenes de rentabilidad.

Los resultados del segundo trimestre de 1998 se encuentran disponibles en nuestra página de Internet, <http://www.elektra.com.mx>