



Elektra Reporta Ventas y EBITDA record para el cuarto trimestre y el año 2000

- **Las Ventas y el EBITDA se incrementaron 18% en el 2000**
 - **En el 4T00 las Ventas y EBITDA crecieron 22% y 9%**

México, D.F. a 14 de febrero del 2001. Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), la principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, reportó hoy resultados record para el cuarto trimestre y el año 2000. Esto marca el decimosexto trimestre en forma consecutiva con cifras record en EBITDA.

En el cuarto trimestre, las ventas se incrementaron 22.1%, el equivalente a \$476 millones de dólares comparado con los \$390 millones de dólares en el mismo periodo el año pasado. El resultado de operación se incrementó a \$51 millones de dólares comparado con los \$50 millones de dólares en el mismo periodo en 1999. El EBITDA para el cuarto trimestre se incrementó 9% a \$71 millones de dólares, comparado con los \$ 65 millones de dólares en el cuarto trimestre de 1999.

Durante el 2000 las ventas fueron de \$ 1.5 billones de dólares, un incremento del 17.9% respecto a los \$ 1.3 billones de dólares en 1999. El EBITDA creció a \$ 244 millones de dólares, un incremento del 17.9% respecto a los \$ 207 millones de dólares en 1999. El resultado de operación fue de \$ 173 millones de dólares, un incremento del 21.2% respecto a los \$ 142 millones de dólares reportados al cierre de 1999.

Javier Sarro, Director General de Elektra, comentó: "Durante el año 2000, las ventas de Grupo Elektra crecieron a través de una red de cerca de 1,000 tiendas en 6 países y 4 diferentes formatos de tienda, cada uno de ellos diseñado para atender a un segmento de mercado específico. Nuestro éxito fue alcanzado a través de una estrategia de promoción y enfoque en las marcas de nuestros productos y servicios de alta contribución. Esto fue en respuesta al creciente nivel de sofisticación y educación de nuestros clientes, quienes hoy en día están muy conscientes de las marcas, su valor y su calidad y demandan más productos y servicios de valor agregado."

"En anticipo a una posible desaceleración en la economía, se han establecido programas de control de gastos, al mismo tiempo que incrementamos la eficiencia y mejoramos la calidad de las operaciones de Elektra en todos los niveles. Al anticiparnos, hemos posicionado a la compañía para ser redituable y continuar creciendo durante el 2001. Estamos convencidos que el 2001 será otro excelente año para Elektra. Tenemos la experiencia y las herramientas, siendo las más importantes la calidad en el otorgamiento y recolección de nuestro programa de crédito, para sobrepasar cualquier período de incertidumbre económica, como quedó demostrado en la desaceleración de los años 1995 y 1998," agregó el Sr. Sarro.

Resultados Operativos

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

	4T99	4T00	Incremento
Ventas Netas			
Pesos	3,741	4,569	22%
US \$	390	476	
EBITDA			
Pesos	627	684	9%
US \$	65	71	
Utilidad Neta			
Pesos	151	484	220%
US \$	16	50	
Ingresos por acción			
Pesos por CPO (3)	0.12	0.40	233%
US \$ por ADR (3)	0.13	0.41	

1. Pesos constantes al poder adquisitivo de diciembre 31,2000

2. Al tipo de cambio del 31 de diciembre del 2000, Ps. 9.60 por US dollar

3. Cálculo basado en 1,207.6 millones CPO's (120.8 millones ADR's) al cierre de diciembre 31, 2000, y 1,220.6 millones CPO's (122.1 millones ADR's) al cierre de diciembre 31, 1999.

Resultados anuales 2000

Millones de pesos y dólares excepto porcentaje y cantidades de ADR's

	1999	2000	Variación
Ingreso neto			
Pesos	12,495	14,725	18%
US \$	1,302	1,534	
EBITDA			
Pesos	1,986	2,342	18%
US \$	207	244	
Ingreso neto			
Pesos	850	1,122	32%
US \$	89	117	
Utilidad por acción			
Pesos por acción	0.70	0.93	33%
US \$ por ADR	0.72	0.97	

1. Pesos al poder adquisitivo del 31 de Dic. Del 2000

2. Tipo de cambio al cierre del 31 de Dic. de 2000, Ps. 9.60 por dólar americano

3. Cálculo basado en 1,207.6 millones CPO's (120.8 millones ADR's) al cierre de diciembre 31, 2000, y 1,220.6 millones CPO's (122.1 millones ADR's) al cierre de diciembre 31, 1999

Cifras relevantes para el cuarto trimestre del 2000

- Decimosexto trimestre consecutivo con EBITDA record (medido año vs año)
- Record en ventas, utilidad operativa y EBITDA;
- 39.9% de margen bruto, 70 puntos base de crecimiento año vs año;
- Crecimientos del 15.1% y 24.4% en la contribución a mismas tiendas y contribución bruta, respectivamente, respecto al cuarto trimestre de 1999.

Los gastos de ventas y administración se incrementaron 35.4% respecto al mismo período del año anterior. Como porcentaje de ventas, los gastos de venta y administración se incrementaron a 25.5% comparado con el 23.0% en el mismo periodo el año anterior. Los incrementos más importantes están relacionados con las siguientes áreas:

Personal:

- Incremento salarial a los altos ejecutivos, quienes no recibieron ningún incremento durante 1999.
- Nuestra nueva estrategia regional de operación, la cual requirió de personal adicional para las nuevas oficinas locales.
- La creación de dos nuevas Vicepresidencias, Mercadotecnia y Distribución y Logística. Adicionalmente, se creó una división de comercio electrónico.
- Se intensificó el enfoque de reclutamiento de personal con talento y se continuó con el entrenamiento de nuestro personal de base.

Transporte de Mercancia

- Incrementos del 38% y del 26% (año vs año) para el 4T00 y el 2000 en el número de unidades vendidas, debido principalmente a la deflación en electrónica y línea blanca.
- Gastos adicionales para asegurar los tiempos de entrega y la disponibilidad de la mercancía en las tiendas durante la temporada navideña. Esto significa que la compañía tuvo que entregar un número adicional de mercancía para obtener las mismas ventas que las registradas en el 4T99 y en 1999.

Operaciones

- Gastos adicionales de consultoría para los proyectos de logística y distribución y la introducción de sistemas de control (SAP) y de seguridad informática.
- Incremento al mantenimiento de todas nuestras tiendas. Nuestras política contables conservadoras registran inmediatamente este rubro como gasto, a diferencia de la práctica común de capitalizarlo a través del tiempo.

Es importante remarcar que, en un largo contexto, el incremento en el nivel de gastos fueron actualmente inversiones para asegurar un servicio de calidad a largo plazo (ej: consultorías, mantenimiento a tiendas y la implementación de las oficinas regionales)

La depreciación y amortización fueron Ps. 170 millones, representando un incremento año vs año y trimestre vs trimestre del 30.8 y 12.6 respectivamente comparados con los Ps.130 millones y Ps. 159 millones registrados en el 4T99 y 3T00, respectivamente. Esto refleja, en gran medida, la adquisición del equipo ADN.

El Costo Integral de Financiamiento fue de Ps. 66 millones durante el 4T00, comparado con los Ps. 204 millones durante el mismo periodo en 1999. El pago de intereses neto disminuyó a Ps. 56 millones en el 4T00 comparados con los Ps. 150 millones en el 4T99, y la depreciación del peso durante este periodo resultó en una pérdida cambiaria de Ps. 59 millones, casi completamente anulada por los \$ 49 millones de ganancia en posición monetaria.

Durante este trimestre, la inversión de Elektra en CASA, indirectamente dueña de TV Azteca con un 18.3% de participación, registró una ganancia neta de amortización del crédito comercial de Ps. 97 millones, comparado con la pérdida de Ps. 104 millones durante el 4T99.

La provisión para el pago de impuestos durante el cuarto trimestre fue de Ps. 41 millones, comparados con los Ps. 20 millones del mismo periodo en el año anterior. Para el año 2000, la provisión fue de Ps. 69 millones (tasa efectiva de impuestos del 5.6%) comparado con la provisión de Ps. 105 millones (tasa efectiva de impuestos del 9.9%). El bajo nivel en el pago de impuestos es reflejo de las pérdidas fiscales generadas por la adquisición de Grupo Salinas y Rocha.

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 \$9.60 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 950 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 grupos 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 Año y del Cuarto Trimestre

Tiendas de Marca

Mercancía Elektra en México y Latinoamérica: Durante el 2000, el número de unidades vendidas se incrementó en más de 22.1% mientras que las ventas año vs año se incrementaron 15.2% a Ps. 9,568 millones contra los Ps. 8,305 millones de 1999. La contribución a mismas tiendas y ventas mismas tiendas se incrementaron 16.6% y 13.9% respectivamente respecto al año anterior

Durante el cuarto trimestre del 2000, las ventas se incrementaron 27.4% a Ps. 3,165 millones comparados con los Ps. 2,485 millones en el 4T99. La contribución a mismas tiendas y las ventas mismas tiendas crecieron 27.3% y 24.7% respectivamente. El margen bruto de mercancía Elektra alcanzó un 31.9% en el 4T00, un incremento de 270 puntos base comparado con el 4T99. Esto se debió principalmente al continuo mejoramiento de las operaciones de Latinoamérica y una fuerte demanda en el mercado mexicano.

Mercancía Salinas y Rocha: Durante el 2000, las ventas alcanzaron Ps. 938 millones, 49.5% de incremento respecto a 1999. La contribución a mismas tiendas y las ventas mismas tiendas se incrementaron 30.4% y 38.4% respectivamente, respecto a 1999. El margen acumulado fue de 32.2% al final del 4T00. Esta unidad de negocio contribuyó en un 5.4% a la contribución total del Grupo al cierre del 2000.

Para el cuarto trimestre, las ventas fueron de Ps. 310 millones, un incremento del 20.1% comparado con los Ps. 258 millones en el 4T99. El margen bruto fue de 31.3%, mientras que la contribución a mismas tiendas y disminuyó 1.2% y las ventas mismas tiendas aumentaron 18.7% respectivamente.

Mercancía THE ONE Durante el 2000, las ventas disminuyeron 6.3% a Ps. 705 millones de los Ps. 752 millones registrados al cierre de 1999, mientras que la contribución a mismas tiendas y las ventas mismas tiendas disminuyeron 9.0% y 9.4% respectivamente. El margen bruto para el 2000 subió a 40% comparado con el 34.1% en 1999.

Para el cuarto trimestre del 2000, las ventas disminuyeron 11.6% a Ps. 235 millones comparadas con los Ps. 266 millones en el 4T99 debido al cierre temporal de tiendas Hecali para su conversión al formato THE ONE. Sin embargo, el margen bruto alcanzó 44.6% en el 4T00 comparado con el 37.0 en el 4T99. Los altos márgenes brutos superaron esta situación y la contribución bruta en el cuarto trimestre del 2000 fue de Ps. 105 millones de pesos, un incremento del 6.6% comparados con los Ps. 98 millones de pesos registrados en el 4T99 La contribución a mismas tiendas y las ventas mismas tiendas disminuyeron 24.7% y 18.8% respectivamente, con respecto al mismo período del año anterior. Este es el resultado del impacto negativo de las tiendas que estuvieron operando bajo el formato de Hecali en los últimos doce meses y cuyo inventario estaba siendo liquidado.

Al cierre del cuarto trimestre, 4 tiendas Hecali fueron transformadas al nuevo formato THE ONE y hubo una apertura, llevando el total de tiendas a 134. Actualmente, 8 tiendas se encuentran en proceso de conversión; de las tiendas Hecali restantes, alrededor de 7 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.

Contribución mismas tiendas y Ventas mismas tiendas

En respuesta a la demanda de la comunidad financiera hacia la compañía para la publicación de ventas mismas tiendas, Hemos reintroducido en sus reportes esta información junto con las cifras de contribución a mismas tiendas. Las siguientes tablas muestran un histórico de estas cifras por formato de tienda y de manera consolidada.

Tabla 1: Contribución a mismas tiendas (1999-2000)

CONTRIBUCION MISMAS TIENDAS										
	1T99	2T99	3T99	4T99	1999	1T00	2T00	3T00	4T00	2000
Elektra	0.2%	-9.8%	4.1%	5.6%	0.1%	4.0%	14.4%	17.0%	27.3%	16.6%
SyR	N/A	N/A	21.1%	62.1%	8.5%	96.8%	77.0%	10.5%	-1.2%	30.4%
The One/Hecali	43.5%	28.6%	-21.1%	14.2%	10.4%	-4.5%	10.3%	5.3%	-24.7%	-9.0%
Total	2.4%	-7.4%	1.5%	6.4%	0.9%	3.5%	18.0%	15.8%	19.8%	15.1%

Tabla 2: Ventas mismas tiendas (1999-2000)

VENTAS MISMAS TIENDAS										
	1T99	2T99	3T99	4T99	1999	1T00	2T00	3T00	4T00	2000
Elektra	-0.1%	-8.8%	1.1%	8.8%	-1.0%	0.3%	9.9%	17.3%	24.7%	13.9%
SyR	N/A	N/A	N/A	14.0%	-12.1%	77.4%	67.7%	20.5%	18.7%	38.4%
The One/Hecali	12.2%	2.0%	-19.7%	-7.3%	-5.3%	-9.0%	3.2%	-1.0%	-18.8%	-9.4%
Total	-0.2%	-8.2%	-0.6%	3.5%	-1.3%	-0.2%	13.1%	16.8%	21.2%	13.7%

Como se observa en las tablas anteriores, existen periodos en los que la contribución mismas tiendas y las ventas mismas tiendas pueden divergir. Esto es porque, durante periodos económicos de incertidumbre, el incremento de nuestras tasas de interés y el decremento en el plazo promedio creamos una baja artificial en las ventas y su consecuencia en el indicador de ventas mismas tiendas. Sin embargo y debido a la interrelación entre nuestros negocios de crédito y contado, esta medida también genera un incremento en la contribución de nuestras ventas a crédito que, además de superar la baja en las ventas de mercancía nos permite por consecuencia, incrementar la contribución mismas tiendas. Es por ello que la administración de la Compañía

considera la contribución a mismas tiendas como una medida más adecuada para evaluar el desempeño de la compañía. Tomando esto en consideración y en respuesta a su demanda, estamos comprometidos en publicar también las ventas mismas tiendas.

Productos y Servicios de Marca

El programa de garantías extendidas de Elektra, **Milenia**, registró un incremento del 49.2% en ventas durante el cuarto trimestre del 2000, alcanzando Ps. 46 millones, comparado con Ps. 31 millones durante el 4T99. Para el año 2000, las ventas se incrementaron 64.9% para llegar a Ps.156 millones, comparados con los Ps. 95 millones registrados en 1999. La número total de productos vendidos con garantías extendidas se incrementó en un 42.5% respecto a 1999, como resultado de las campañas de publicidad, un mayor conocimiento del producto y la introducción del servicio en Salinas y Rocha.

Fotofacil continuó operando con 180 minilabs que fue el objetivo anual alcanzado durante el 3T00. Para el año 2000, Fotofacil registro ingresos equivalentes a \$13 millones de dólares, lo que representa un 95% de incremento respecto a 1999 y con un margen de contribución bruto del 38%. Durante este trimestre, Fotofacil reportó ingresos equivalentes a \$ 4.2 millones de dólares, un incremento del 90.9% respecto al 4T99, con un margen de contribución bruto del 48.6%.

Unefon (BMV: UNEFONA) inició operaciones en Guadalajara, Monterrey, Morelia, Torreón y San Luis Potosí después del 30 de septiembre, alcanzando además una cobertura del 100% en la Cd. de México. Actualmente, Unefon tiene servicio en 12 ciudades. Durante el 1T01, Unefon planea iniciar operaciones en 2 ciudades más.

A la fecha, Elektra ha vendido más de 156,000 aparatos o 3 teléfonos por tienda por día en 320 tiendas. Elektra genera ingresos por la venta de aparatos y tarjetas pre-pagadas (22.5 millones de minutos de tiempo aire vendidos durante el 4T00).

Comercio Electrónico

Las dos tiendas virtuales del Grupo: www.elektra.com.mx y www.theone.com.mx registraron un incremento en ventas de cerca del 30% durante la temporada navideña. La nueva página de transferencias de dinero intra-Mexico www.dineroexpress.com.mx fue exitosamente lanzada durante los primeros días del 2001

Nuevos Productos y Servicios de Marca

A finales del 2000, la nueva línea de computadoras estaba disponible en 150 kioscos en tiendas Elektra y Salinas y Rocha. A la fecha se han vendido aproximadamente 900 computadoras y más de 1,800 periféricos. Elektra espera tener kioscos en operación en todas sus tiendas Elektra y Salinas y Rocha para el final del 2001.

El nuevo programa de crédito hipotecario a través de **Credimax** continúa en la fase final de su prueba piloto en Toluca y Puebla. A la fecha se han colocado 13 créditos hipotecarios. 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.

Servicios Financieros

Durante el 2000, los ingresos por crédito se incrementaron a Ps. 2,785 millones, lo que representa un 19.2% de incremento respecto a los Ps. 2,336 millones reportados en 1999. El margen bruto del crédito en el 2000 fue de 73.7%, comparado con el 74.9% reportado en 1999.

Los ingresos por crédito se incrementaron 10.9% a Ps. 673 millones de Ps. 607 millones reportados en el 4T99. El margen bruto de los ingresos por crédito fue de 65.9%, comparado con el 72.4% reportado en el 4T99. Al final del trimestre, Elektra tenía 1.9 millones de cuentas activas de crédito, un incremento del 13.6% con respecto al mismo periodo del año anterior. Las cuentas por cobrar brutas fueron Ps. 4.6 millardos comparado con los Ps. 3.4 millardos al final del 4T99. El plazo promedio de crédito al cierre del 4T00 fue de 44 semanas, a diferencia de las 34 semanas en promedio al final del 4T99, y las 35 semanas al cierre del 3T00.

Gonzalo García de Luca, Vicepresidente de Servicios Financieros de Elektra comentó: “En vista de la incierta, aunque aún positiva, perspectiva económica para este año, Elektra está regresando a su estrategia conservadora en las ventas a crédito, tal y como sucedió en la primera mitad del 2000 al reducir el plazo promedio de nuestra cartera.” Durante el cuarto trimestre, nuestra mezcla de ventas fue 63% crédito y 37% contado y nuestro plazo promedio aumentó a 44 semanas debido a la promoción del plazo de 53 semanas durante el 4T00. Nuestra tasa 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. Durante el año registro un incremento del 64.4% en sus ingresos para llegar a Ps. 447 millones comparado con los Ps. 272 millones reportados en 1999. Para el 4T00 registró un incremento del 59.9% en sus ingresos, para llegar a Ps. 106 millones, comparado con los Ps. 66 millones en el 4T99. Esto fue resultado del 6.3% 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, registro un incremento anual del 22.4% en sus ingresos. Durante el 4T00 registró un incremento del 26.8% en sus ventas debido a un 29% 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 Frecuente”, a través del cual los clientes de Dinero Express reciben beneficios adicionales.

Al cierre del 4T00, las cuentas de ahorro **Guardadito**, superaron el nivel de 1.5 millones de cuentas, un incremento del 85% respecto al nivel reportado en el 4T00. El monto promedio por cuenta permaneció en aproximadamente Ps. 270.

Balance

El total de pasivos con costo al cierre del 31 de diciembre del 2000 fue equivalente a US\$ 451 millones, un incremento del 10.5% comparado con la cifra reportada el 31 de diciembre de 1999. La deuda neta al cierre del 2000 fue equivalente a \$ 377 millones de dólares, un incremento del 18.6% respecto el cierre de 1999. Esto se debió principalmente a un decremento en el efectivo de \$ 16 millones de dólares (año vs año) debido al incremento en el plazo promedio de nuestra cartera y un incremento en la deuda para financiar la compra del inventario de la temporada navideña del 2000. Durante el trimestre, Elektra utilizó \$ 45 millones de dólares adicionales del programa de \$ 150 millones de dólares de Euro Papel Comercial establecido en el 3T00, para la sustitución de otra deuda de corto plazo.

Los gastos de capital en el cuarto trimestre fueron de \$ 36 millones de dólares, debido principalmente a la remodelación de sucursales y sistemas. El CAPEX total para el año 2000 fue de \$ 46 millones de dólares.

Durante el 2000 hubo 8 aperturas de tienda (4 Elektra, 3 THE ONE y 1 Bodega de Remates), 56 Hecali fueron convertidas a THE ONE y hubo 4 cierres (2 Elektra, 1 THE ONE y 1 Salinas y Rocha). Adicionalmente, 5 tiendas Elektra fueron remodeladas y 4 fueron reubicadas. En términos generales hubo 4 aperturas netas durante el año y 1 durante el 4T00 llevando a un total de 950 tiendas al cierre del 2000.

La inversión indirecta de Elektra del 18.3% en TV Azteca valuada en \$ 151.4 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.