



**El EBITDA creció 31.3 por ciento alcanzando \$302.8 millones**  
**la utilidad de operación se incrementó 42.2%**

*Cifras relevantes del 1T98*

**Abril 20, 1998**

- El EBITDA creció 31.3 por ciento alcanzando \$302.8 millones (US\$35.2 millones).
- La utilidad de Operación se incrementó 42.2 por ciento, alcanzando \$222.4 millones de pesos.
- Los ingresos netos aumentan 33.8 por ciento alcanzando \$1.8 billones de pesos.
- Incrementos en el margen bruto y en el margen operativo, alcanzando 42.5 y 12.7 por ciento respectivamente.
- Apertura de 25 tiendas MegaElektra y de 10 tiendas Hecali.
- Tercera bursatilización en un nuevo programa revolvente de cuentas por cobrar por \$973.0 millones de pesos.
- En respuesta a sugerencias de la comunidad financiera, y con el consentimiento de nuestros auditores, hemos cambiado la forma de registro contable de TV Azteca. Nuestra inversión en TV Azteca se encuentra sólo reflejada en el Balance General.

**"El crecimiento acelerado de las ventas de Elektra para el primer trimestre de 1998, así como un incremento del 40.8 por ciento en el área de ventas, reflejan la recuperación de la economía mexicana.**

**"En mi opinión, las expectativas para 1998 son alentadoras, la baja generalizada en los precios del petróleo no tendrá repercusiones económicas a largo plazo. La crisis asiática actual no ha impactado nuestra economía de manera importante."**

**"La exitosa estrategia de Elektra para afrontar la gran demanda de bienes básicos para el hogar por parte de la mayoría de la población tanto en México como en el resto de Latinoamérica, consiste en:**

- 1) proporcionar programas de crédito que permitan acrecentar el poder adquisitivo**
- 2) abrir tiendas ubicadas estratégicamente en las colonias y vecindarios para que nuestra clientela tenga fácil acceso, sin necesidad de usar automóvil**

- 3) crear un ambiente agradable y una experiencia de compra placentera
- 4) lanzar fuertes campañas publicitarias dirigidas a nuestros clientes."

-- Pedro Padilla Longoria, CEO

---

**MEXICO, D.F., Abril 20, 1998-- Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT)** , La principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, reportó para el primer trimestre de 1998 un crecimiento de 42.2 por ciento en la utilidad de operación, alcanzando \$222.4 millones de pesos (US\$25.86 millones). El margen operativo aumentó alcanzando 12.7 por ciento comparado con 11.9 por ciento en el primer trimestre de 1997, el EBITDA se incrementó 31.3 por ciento alcanzando \$302.8 millones de pesos contra \$230.7 millones del primer trimestre del año pasado.

Debido a la devaluación del peso, la utilidad neta disminuyó 28.5 por ciento alcanzando \$109.9 millones de pesos, o \$0.10 pesos por CPO, comparada contra \$153.8 millones de pesos o \$0.13 pesos por CPO del primer trimestre de 1997.

Los ingresos netos de Elektra para el primer trimestre de 1998 alcanzaron \$1,754.0 millones de pesos (US\$.204.0 millones), representando un incremento del 33.8 por ciento al compararlos con \$1,310.5 millones de pesos (US\$152.4 millones) en el primer trimestre de 1997. La utilidad bruta alcanzó \$747.9 millones de pesos (US\$87.0 millones) con una ganancia en el margen bruto al alcanzar 42.5 por ciento comparado con 38.8 por ciento del primer trimestre de 1997 y contra 39.5 por ciento del cuarto trimestre de 1997.

El crecimiento acelerado de las ventas de Elektra para el primer trimestre de 1998, el incremento en el área de ventas, así como otros factores, reflejan la recuperación de la economía mexicana.

### **RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 1998.**

#### **Unidades de Negocio**

**Mercancía Elektra:** Las ventas totales de mercancía se incrementaron 25.9 por ciento a \$1.3 billones de pesos comparados con \$993.4 millones de pesos del primer trimestre de 1997. Las tiendas que abrimos el año pasado están madurando, las ventas mismas tiendas crecieron 5.0 por ciento, comparado contra un crecimiento del 28.7 por ciento del primer trimestre de 1996, pero tomando en cuenta la inflación interna de Elektra, el crecimiento en mismas tiendas fue del 9.6 por ciento.

Nuestras tiendas en Centro América continúan mostrando un excelente desempeño, vendiendo 1.5 veces más en promedio que nuestras tiendas en México."

El margen bruto para mercancía en Elektra se incrementó a 30.1 por ciento en el primer trimestre de 1998 contra un robusto margen del 28.3 por ciento del primer trimestre de 1997. Este importante aumento en margen se deriva en gran parte a un mayor nivel de ventas y a la eliminación de promociones masivas de venta que ocurrieron durante el primero y segundo trimestres de 1997.

**Crédito:** Las ventas a crédito crecieron 83.0 por ciento alcanzando \$371.6 millones de pesos comparados contra \$201.3 millones de pesos en el primer trimestre de 1997, y contra \$360.1 millones de pesos del cuarto trimestre de 1997.

El margen bruto para la unidad de negocio de Crédito aumentó a 78.4 por ciento comparado contra 74.8 por ciento del primer trimestre de 1997, debido a una reducción del 32.1 por ciento en el costo de fondeo del portafolio de crédito.

**Mercancía Hecali:** Las ventas totales de mercancía se incrementaron 39.1 por ciento alcanzando \$70.9 millones de pesos, comparadas con \$51.0 millones de pesos del primer trimestre del año pasado, debido principalmente al aumento del 92.9 por ciento en el área de ventas y a un agresivo programa publicitario. Las ventas a crédito de Hecali se incrementaron 119.8 por ciento del total de ventas de mercancía Hecali en el primer trimestre de 1998 alcanzando 21.2 por ciento del total de las ventas con respecto a un 13.4 por ciento del primer trimestre de 1997. Las ventas mismas tiendas disminuyeron 22.5 por ciento, debido a que en el presente año, las ventas de Semana Santa, que son tradicionalmente altas, serán reflejadas en el segundo trimestre de 1998.

El margen bruto se incrementó a 29.8 por ciento en el primer trimestre de 1998 de 28.5 por ciento del primer trimestre de 1997.

**Transferencias de Dinero:** Los ingresos del primer trimestre de 1998 de esta unidad de negocio decrecieron 3.0 por ciento, de \$63.0 millones de pesos en el primer trimestre de 1997 a \$61.1 millones en el primer trimestre de 1998, debido en gran parte a una mayor competencia que causó que hubiera mayor número de promociones por parte de Western Union en los Estados Unidos. Sin embargo los ingresos por las transferencias nacionales se incrementaron 14.7 por ciento, adicionalmente de un incremento del 9.6 y del 13.6 por ciento en el número de transacciones de EEUU a México y de IntraMéxico respectivamente.

Comentando los resultados trimestrales, Luis J. Echarte, Director General de Finanzas y Administración de Grupo Elektra dijo: "Elektra continúa demostrando que puede seguir siendo consistente en el incremento de las ventas trimestre a trimestre, logrando utilidades de operación y aumentando los márgenes operativos. Hemos mantenido nuestra promesa a los accionistas."

Durante el primer trimestre de 1998 Elektra realizó la apertura de 25 nuevas tiendas MegaElektra y 10 nuevas tiendas Hecali, alcanzando un total de 595 tiendas incluyendo 551 en México y 44 en Centro América. El total de tiendas Hecali asciende a 120 localizadas en 82 ciudades mexicanas.

Los gastos de operación para el primer trimestre de 1998 se incrementaron 49.4 por ciento, alcanzando \$525.5 millones de pesos comparados con \$351.6 millones de pesos en el primer trimestre de 1997. Este incremento se debe principalmente al agresivo programa de expansión, a un incremento del 45 por ciento en el personal y a las operaciones de la compañía en 4 nuevos países. Elektra inició operaciones en Latinoamérica durante el segundo trimestre de 1997, por lo cual no existen antecedentes de gastos operativos en esta región para el primer trimestre de 1997.

Por la misma razón, los gastos de operación como porcentaje del total de los ingresos aumentaron a 29.9 por ciento de 26.8 por ciento del primer trimestre de 1997.

El EBITDA se incrementó 31.3 por ciento, alcanzando \$302.8 millones de pesos comparada con \$230.7 millones de pesos durante el primer trimestre de 1997. El margen de EBITDA para el primer trimestre del presente año se mantiene en un saludable nivel de 17.3 por ciento

El costo integral de financiamiento de Grupo Elektra aumentó a \$95.1 millones de pesos comparados con una ganancia de \$25.8 millones de pesos del primer trimestre de 1997. Esto se debió principalmente al incremento del fondeo de nuestro agresivo programa de expansión, a inversiones en infraestructura y personal y a una importante pérdida cambiaria relacionada con la devaluación del peso durante el trimestre.

Los créditos bancarios aumentaron a \$1.4 billones en el primer trimestre de 1998, partiendo de \$1.1 billones de pesos del primer trimestre de 1997, debido al agresivo programa de expansión. La razón de liquidez, o activo circulante/pasivo a corto plazo, bajó de 2.1 a 1.4 de un trimestre a otro por las razones antes mencionadas. El apalancamiento, pasivo total/capital contable, disminuyó a 0.5 en el primer trimestre de 1998 de 0.8 del primer trimestre el año anterior. La cobertura de intereses permanece en 2.9.

El Sr. Echarte dijo que la Compañía lanzó un nuevo programa de bursatilización de cartera en una línea revolvente a 4 años por \$973.0 millones de pesos, "lo cual substancialmente reduce el apalancamiento de la Compañía." La emisión recibió una calificación de "MAA" por Duff and Phelps y de "AA" por Fitch Investor Service, basados en la alta calidad de la cartera crediticia de Elektra y en las medidas de protección diseñadas para esta emisión. Las emisiones anteriores han recibido calificaciones de "AA" por las agencias calificadoras antes mencionadas. Elektra es la primera empresa mexicana en lanzar un programa de bursatilización revolvente de sus cuentas por cobrar como fuente de financiamiento.

Además añadió, esta operación mejora nuestros niveles de liquidez y apalancamiento, es una fuente permanente y extraordinaria de fondeo, con una sobretasa fija en el mediano plazo., debido a que la estructura revolvente nos permite vender cuentas por cobrar de acuerdo a nuestras necesidades de fondeo.

El Sr. Padilla comentó que Elektra continuará enfocándose a mejorar el servicio a sus clientes, a incrementar las habilidades de sus gerentes y empleados, a continuar con la expansión dentro y fuera de México, y a introducir nuevos productos y servicios enfocados a satisfacer las necesidades de los mercados masivos en Latino América.

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