



## **EL SOLIDO DESEMPEÑO DE LAS COMPAÑÍAS DE GRUPO SALINAS REFLEJA NUESTRA PASION POR AÑADIR VALOR A LA SOCIEDAD**

**—También Muestra Crecimiento en los Sectores Económicos  
en los que Participa Grupo Salinas—**

### **PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA**

**Ciudad de México, 3 de enero de 2006**—Grupo Salinas, un grupo de empresas dinámicas, de alto crecimiento, con tecnología de punta, y fuertemente comprometidas con la modernización de México, indicó el día de hoy que 2005 representó un año de crecimiento y rentabilidad para la mayor parte de los negocios que forman parte de la organización.

“A lo largo de 2005, hemos sido testigos de un sólido desempeño en muchos de nuestros negocios, incluyendo Banco Azteca, Iusacell, Unefon, Elektra, TV Azteca y Azteca America,” comentó Ricardo B. Salinas, Presidente y Fundador de Grupo Salinas. “Los sectores en los que participamos fueron dinámicos, y superamos el crecimiento de muchas de estas industrias debido a que nuestra dirección fue clara: maximizar la rentabilidad a través de agregar el máximo valor a la sociedad.”

“Tenemos una enorme pasión por lograr que nuestros negocios sean exitosos, y en el proceso beneficiamos a nuestros clientes con productos y servicios de alta calidad; por lo que un buen año para Grupo Salinas representa un buen año para México y para sus consumidores,” añadió el señor Salinas. “Y el tamaño y dinamismo de nuestro Grupo tiene un impacto positivo en el desempeño de la economía en su conjunto.”

Las ventas combinadas de las empresas de Grupo Salinas durante 2005 fueron superiores a US\$4 miles de millones, lo que equivale a 0.6% del producto interno bruto de México; y las compañías emplearon a 50,000 personas, lo que hizo que el Grupo se ubicara entre los principales empleadores privados del país.

Una tendencia importante del 2005 fue la continua popularidad de la televisión en español entre audiencias de habla hispana en los Estados Unidos. De hecho, Azteca America—subsidiaria de TV Azteca—obtuvo la categoría de cadena nacional en EUA, como la define Nielsen, con lo que se creó una plataforma de distribución que contribuirá a incrementar la participación de audiencia y el gasto publicitario. Azteca America tiene presencia en 43 mercados en los que se encuentra el 80% de los hispanos en los Estados Unidos. Un reciente acuerdo de afiliación con Comcast, así como planes de nuevas afiliaciones a lo largo de EUA, seguramente harán del 2006 otro año récord para Azteca America.

Desde el punto de vista financiero, TV Azteca continuó distribuyendo efectivo a sus accionistas, y en 2005 realizó desembolsos por US\$80 millones. Al añadir este monto a distribuciones anteriores hechas desde junio de 2003, los desembolsos totales bajo el plan de usos de efectivo de la compañía suman US\$405 millones, equivalentes a un retorno de 20% con base en precios actuales de mercado.

En el sector financiero, Banco Azteca celebró su tercer año de operaciones con incrementos superiores a 20% en portafolio crediticio y en depósitos, y sumó más de siete millones de cuentas de ahorros y cinco millones de cuentas de crédito. Los crecimientos del portafolio crediticio y de los depósitos se ubicaron muy por arriba del promedio nacional, posicionando al banco como uno de los diez mayores en México, y el segundo más grande en términos de su red de distribución.

La división financiera de Grupo Salinas continuó también con el fuerte apoyo a los segmentos tradicionalmente no bancarizados de la población mexicana. Cada semana Banco Azteca abrió 50,000 cuentas de ahorro, otorgó 60,000 créditos; y desarrolló el programa de crédito del Empresario Azteca, que se basa en microfinanciamiento que permite a pequeños empresarios formar un negocio, emplearse a sí mismos, y crear empleo para otros.

Trabajando con Banco Azteca para brindar servicios que hacen falta a una población poco bancarizada, Elektra, nuestra cadena de comercio especializado, sumó más de 1,000 tiendas en 2005. Campañas de ventas de casa en casa, y sucursales de Banco Azteca dentro de las tiendas, llevaron servicios a los clientes con necesidades de consumo y empresariales.

Adicionalmente, el negocio de transferencias de dinero manejó cerca del 10% de las transferencias de EUA a México, que en conjunto representan cerca de US\$20 miles de millones. Grupo Elektra tuvo presencia creciente en cinco países de América Latina y tiene planes de llegar a un mayor número este año.

Las compañías de telefonía celular Iusacell y Unefon también reportaron cifras sólidas durante 2005; en conjunto alcanzaron tres millones de suscriptores en México. Iusacell alcanzó crecimiento en EBITDA de dos dígitos, y ofreció modernas aplicaciones de 3G para personas y empresas, en tanto que Unefon continuó atrayendo una creciente base de usuarios, a través del servicio celular de prepago con el mejor precio en México.

“Estamos seguros que habrá grandes retos en 2006, y esperamos continuar con la estrategia de sólido crecimiento durante el año,” agregó el señor Salinas. “Con nuestros innovadores programas, tendremos un año más de desarrollo para nuestra organización, nuestros socios, nuestros clientes, y para México.”

#### **Perfil de Grupo Salinas**

Grupo Salinas es un grupo de empresas dinámicas, de fuerte crecimiento y tecnológicamente avanzadas, enfocadas en crear valor para el inversionista, contribuir a la construcción de la clase media en México, y mejorar a la sociedad a través de la excelencia. Creada por el empresario mexicano Ricardo B. Salinas, Grupo Salinas provee un foro para el intercambio de ideas y mejores prácticas administrativas entre los distintos equipos de dirección de las empresas que lo conforman. Estas empresas incluyen: TV Azteca, Azteca America, Grupo Elektra, Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca, Círculo de Crédito, Unefon, Iusacell, Movil@ccess, Todito.com y Telecosmo. Cada una de las compañías de Grupo Salinas opera en forma independiente, con su propia administración, consejo de administración y accionistas. Grupo Salinas no tiene participaciones en acciones. Sin embargo, las compañías que lo componen comparten una visión común, valores y estrategias para lograr un rápido crecimiento, resultados superiores y un desempeño de clase mundial.

**Información a Prensa:**

Tristán Canales  
Comunicación Corporativa  
Grupo Salinas  
(5255) 1720-1441  
tcanales@gruposalinas.com.mx

Daniel McCosh  
Comunicación Internacional  
Grupo Salinas  
(5255) 1720-0059  
dmccosh@gruposalinas.com.mx