



Elektra Reporta una Utilidad Neta de US\$ 91 millones durante 1999, un crecimiento del 91% año vs. año

- EBITDA récord durante el cuarto trimestre de 1999 de US\$ 61 millones, un crecimiento del 19% año vs. año
- La contribución a mismas tiendas creció 6.4% año contra año

MEXICO, D.F., Febrero 15, 1999-- Grupo Elektra S.A. de C.V. (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), la principal cadena de tiendas especialistas de América Latina, reportó sus resultados de 1999. La utilidad neta se incrementó 91% en términos reales alcanzando el equivalente a US\$ 91 millones. El EBITDA generado durante el trimestre ascendió a US\$61 millones, incrementándose 19% respecto al mismo periodo en 1998.

“Elektra tuvo un excelente trimestre y año. El crecimiento y la rentabilidad de operación estuvieron en línea con lo esperado”, comentó Pedro Padilla, Presidente Ejecutivo de Elektra. “Esperamos que el año 2000 sea aún mejor. Con el continuo crecimiento de nuestro negocio principal y las utilidades de operación incrementales generadas por nuestros negocios de transferencias de dinero, foto revelado y garantías extendidas esperamos alcanzar un crecimiento del 25% en el EBITDA para este año. Así mismo, nuestras inversiones en Salinas y Rocha y THE ONE, combinadas con nuestra decisión de arrancar nuestro proyecto de comercio electrónico, son elementos clave para mantener este crecimiento en el mediano plazo “.

Los eventos relevantes para el cuarto trimestre de 1999 incluyen:

- Standard & Poors incrementó de B a B+ la calificación del crédito de Elektra;
- Récord en la generación de Ingresos y EBITDA;
- La contribución bruta y a mismas tiendas año vs año creció 15.8% y 6.4% respectivamente;
- El número de tiendas finalizó en 946, incluyendo 5 aperturas en el cuarto trimestre de 1999 y 127 en el año; y
- Revisión de los estatutos internos para continuar el proceso de cambios en Mejores Prácticas Corporativas.

Álvaro Rodríguez, Vicepresidente de Finanzas y Administración comentó, “Durante la segunda mitad de 1999, a propósito modificamos nuestro plazo de pago preferido para alcanzar un promedio de siete meses. Esto se traduce en menos capital de trabajo utilizado por la compañía y una recuperación más rápida de los créditos otorgados, lo que significa una reducción de capital de trabajo de aproximadamente US\$ 13 millones. Adicionalmente, recibimos un incremento de calificación en nuestros créditos corporativos de B a B+ por parte de Standard & Poor´s.”

Las ventas netas crecieron 17% para llegar Ps. 3,433 millones comparados con los Ps. 2,937 millones alcanzados durante el mismo periodo de 1998. El EBITDA se incrementó en un 19% para llegar a Ps. 575 millones comparados con los Ps. 485 millones logrados en el mismo periodo el año anterior, mientras que el margen de EBITDA llegó al 16.8% comparado con el 16.5% del mismo periodo en 1998. La contribución bruta se elevó en 16% para llegar a Ps. 1,345 millones

comparados con los Ps. 1,162 millones logrados en el 4T98. Al mismo tiempo, la contribución a mismas tiendas se incrementó 6.4% en el mismo periodo.

Los gastos de Administración y Ventas como porcentaje de la contribución bruta disminuyó 2.8 puntos porcentuales al pasar de 61.5% en el 4T98 al 58.7% en el 4T99. La Depreciación y la Amortización alcanzaron Ps. 120 millones, representando un decremento del 4% comparado a los Ps. 125 millones del 4T99.

El costo de financiamiento llegó a los Ps. 187 millones en el 4T99, comparado con una ganancia de Ps. 11 millones registrada en el mismo trimestre en 1998. Esto se debió principalmente a la depreciación que sufrió el peso durante los últimos tres meses de 1999, comparada con la ganancia en el tipo de cambio que se vivió en el 4T98.

Como resultado de lo anterior, el ingreso neto de Elektra en el 4T99 disminuyó a Ps. 235 millones comparados con los Ps. 285 millones registrados en el mismo período de 1998

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

	4Q98	4Q99	Incremento
Ingreso neto			
Pesos	2,937	3,433	17%
US \$	309	362	
EBITDA			
Pesos	485	575	19%
US \$	51	61	
Ingreso neto			
Pesos	285	235	(17)%
US \$	30	25	
Utilidad por acción³			
Pesos por acción	0.23	0.19	(17)%
US \$ por ADR	0.25	0.20	

1. Pesos al poder adquisitivo del 31 de Dic. de 1999
2. Tipo de cambio al cierre del 31 de Dic. de 1999, Ps. 9.49 por dólar americano
3. El cálculo asume 122.1 millones de ADR's al 31 de Dic. de 1999.
4. No incluye los ingresos o gastos relacionados con la participación de Elektra en TV Azteca

Resultados anuales 1999

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

	1998	1999	Variación
Ingreso neto			
Pesos	10,189	11,467	13%
US \$	1,074	1,208	
EBITDA			
Pesos	1,606	1,823	14%
US \$	169	192	
Ingreso neto			
Pesos	450	861	91%
US \$	47	91	
Utilidad por acción			
Pesos por acción	0.37	0.71	91%
US \$ por ADR	0.39	0.75	

1. Pesos al poder adquisitivo del 31 de Dic. de 1999
2. Tipo de cambio al cierre del 31 de Dic. de 1999, Ps. 9.49 por dólar americano
3. El cálculo asume 122.1 millones de ADR's al 31 de Dic. de 1999.
4. No incluye los ingresos o gastos relacionados con la participación de Elektra en TV Azteca

Las ventas netas se elevaron 13% a Ps. 11,467 millones durante 1999 comparadas con Ps. 10,189 millones en el año anterior. El EBITDA (excluyendo las ganancias y pérdidas por las operaciones de crédito) se incrementaron 14% para llegar a los Ps. 1,823 millones comparado con los Ps. 1,606 millones en 1998; el margen de EBITDA se elevó en 10 puntos base a 15.9% comparado con los 15.8% de 1998. La contribución bruta en 1999 se incrementó 13% a Ps. 4,684 millones, comparados con los Ps. 4,144 millones del año anterior; el margen bruto se elevó en 10 puntos base a 40.8% comparado con el 40.7% en 1998.

La utilidad de operación y el EBITDA se incrementaron en un 13% y 14% para alcanzar Ps. 1,254 millones y Ps. 1,823 millones, respectivamente. A pesar de la apertura de 41 tiendas nuevas y la consolidación de 86 tiendas adquiridas de Salinas y Rocha, el margen operativo reportado de 10.9% se mantuvo estable año contra año mientras que el margen de EBITDA de 15.9% aumentó 10 puntos base sobre el mismo periodo.

El Costo Integral de Financiamiento de Elektra disminuyó a Ps. 274 millones durante 1999 comparado con Ps. 532 millones del año anterior. La disminución se debe en gran parte al 4.4% de apreciación del Peso contra el Dólar de Ps. 9.93 a Ps. 9.49.

La utilidad neta de Elektra aumentó 91% a Ps. 861 millones de pesos, comparada con Ps. 450 millones del año anterior; el margen neto aumentó de 4.4% en 1998 a 7.5% en 1999. La utilidad neta alcanzó Ps. 0.73 pesos por CPO o US\$0.77 por ADR, respectivamente para 1999 comparada con Ps. 0.38 pesos por CPO o US\$0.40 por ADR EN 1998.

Estrategia por Unidad de Negocio

Tiendas de Marca.

Mercancía Elektra (México y América Latina): Una vez que Elektra alcanzó la masa crítica necesaria para así confirmar su liderazgo en la categoría de tiendas especializadas (con 598 tiendas), la Compañía tomará un crecimiento más conservador con este formato de tienda de ahora en adelante. Elektra esta cambiando a una estrategia de crecimiento cualitativa, incluyendo la conversión de todas sus tiendas tradicionales al formato Mega Elektra. En los otros cinco países de América Latina donde Elektra opera el día de hoy, hay 99 tiendas MegaElektra y 5 centros de distribución. La situación débil de la mayoría de sus competidores importantes en la región señala la tremenda oportunidad que ésta representa para Elektra. En el corto plazo, la visión es expandir la presencia de Elektra a la mayoría de los países de América Latina.

El número total de unidades vendidas aumentó más del 30% año contra año mientras que las ventas anuales aumentaron 5% alcanzando Ps. 7,545 millones comparados con los Ps. 7,161 millones de 1998. La contribución a mismas tiendas se incrementó 0.1% comparada en el mismo periodo del año anterior.

Las ventas del 4T99 se incrementaron 8% alcanzando Ps. 2,251 millones comparadas con Ps. 2,092 millones de pesos en el 4T98. La contribución a mismas tiendas creció 5.6%. El margen bruto de mercancía Elektra alcanzó un 29.2% para el 4T99, representando un decremento de 1.8 puntos porcentuales al compararlo con el margen del 31% del 4T98.

Salinas y Rocha: Salinas y Rocha es un polo de crecimiento importante para la Compañía. Esta es una de las marcas más conocidas en el comercio en México. Salinas y Rocha crecerá más rápido que Elektra en los próximos años. Este formato de tienda se enfoca a un segmento de

ingresos mas altos que el de Elektra, con una participación mas grande de muebles a ventas totales, lo que significa márgenes más altos para la Compañía.

Las ventas totales en los nueve meses bajo la administración de Elektra fueron Ps. 576 millones con la adquisición de 86 tiendas y la apertura de 4 tiendas nuevas. El margen acumulado fue de 33.9% al final del 4T99. Esta unidad de negocio contribuyó 5% al total de ventas al final del año.

Las ventas de mercancía para el 4T99 fueron de Ps. 237 millones contribuyeron en una 7% al total de las ventas para el trimestre, con un margen bruto que alcanzó el 34.6%, mucho más alto que el de Elektra.

Mercancía THE ONE: El mercado de ropa en México representa mas de US\$ 5 billones anuales, aproximadamente el doble del tamaño del mercado de electrónicos. A través de la adquisición de Hecali en 1995, la Compañía aprendió como extender crédito para compras mas pequeñas, no solamente para artículos mas grandes como en Elektra. THE ONE ofrece la oportunidad de desarrollar marcas privadas mientras provee a la Compañía con márgenes potenciales más altos

A finales de 1999, 76 tiendas de Hecali ya se habían convertido al formato THE ONE, con una conversión completa esperada para finales del primer semestre del 2000. Así como ha sido la experiencia con las pruebas piloto, estas tiendas que se han convertido han demostrado un crecimiento atractivo en términos de ventas y márgenes.

Las ventas para el año aumentaron un 4%, alcanzando Ps. 690 millones comparados con los Ps. 661 millones del año anterior a pesar de la conversión de 76 tiendas del formato Hecali an formato THE ONE durante la segunda mitad de 1999. El margen bruto de 1999 alcanzó un 34.1% comparado con el 30.4% del año anterior.

Las ventas de mercancía para el 4T99 disminuyeron un 7% a Ps. 244 millones comparados con los Ps. 261 millones de pesos del 4T98. La contribución a mismas tiendas aumentó 14.2% mientras que el margen bruto fue del 37.0% de los ingresos, un aumento significativo comparado con el 31.1% reportado durante el 4T98.

Productos y Servicios de Marca:

Milenia: El programa de garantías extendidas de Elektra está incrementando su participación a las ventas totales. A finales de 1999, Milenia representó el 1.0% del total de ventas de la mercancía. Sin embargo, la participación de este servicio no se refleja en su totalidad debido a que se reporta de una manera conservadora en ventas, devengándose a lo largo de la vida de la garantía. Por ello, en base a flujo de caja, su participación es mayor. Actualmente, este servicio rentable es ofrecido en un número limitado de productos en las tiendas Elektra. En un futuro cercano, la Compañía planea introducir las garantías extendidas en otras líneas de productos de Elektra y en Salinas y Rocha. Durante 1999, el programa de garantías extendidas de Milenia creció hasta 1,100,000 pólizas.

Fotofacil: Los kioscos de revelado de fotografía y de artículos pequeños y valiosos (Ej. cámaras, toca discos compactos, etc.) de Fotofacil se encuentran ahora en 130 tiendas. Elektra ha sido capaz de tomar una parte importante del mercado de este negocio rentable en menos de dos años. La Compañía espera agregar por los menos 50 minilabs durante el 2000 para alcanzar así 180 que actualmente es el número que tiene Farmacias Benavides, el competidor más importante en este mercado. A través de una red de tiendas nacional, Elektra puede llegar a ser el revelador de fotografía más eficiente en México.

Unefon: El 10 de febrero del 2000, Unefon empezó sus operaciones oficialmente en Toluca, y espera comenzar sus operaciones en Acapulco en los próximos días. A corto plazo, Unefon empezara a dar servicio en la parte este de la Ciudad de México. Al final del año, esta Compañía espera ofrecer sus servicios de telefonía en 20 ciudades.

Unefon contribuirá con ingresos adicionales para Elektra, sin ninguna inversión por parte de la Compañía y sin gastos adicionales importantes. El contrato de servicio entre Elektra y Unefon podría significar un flujo de caja adicional de mas de US\$400 millones en los próximos 10 años.

Servicios Financieros

Crédito: Al final del año, el balance total de cuentas por cobrar burzutilizado fue de aproximadamente US\$ 140 millones. El cuarto programa de burzutilización emitido a finales de 1998 de aproximadamente US\$ 20 millones recibió una mejora en la calificación de Duff & Phelps de "MAA" a "MAAA".

"La calidad de las cuentas por cobrar de Elektra se mantiene muy saludable", comentó Álvaro Rodríguez. "Las calificaciones que recibimos de las agencias demuestran la consistencia y la calidad de nuestro sistema de administración de crédito. Continuaremos manejando activamente nuestro portafolio de crédito con un balance entre la accesibilidad de los pagos a plazos, mantener las pérdidas de crédito por debajo del 3% histórico y administrar el riesgo a los movimientos de las tasas de intereses en México ajustando los diferenciales en las tasas de interés y la madurez promedio de nuestro portafolio de crédito."

Al final de 1999, Elektra tenia un total de 1.7 millones de cuentas de crédito activas en su programa de crédito. Las cuentas por cobrar brutas de clientes alcanzaron Ps. 3,561 millones comparadas con los Ps. 2,963 millones a finales de 1998. El promedio del plazo de pago al 4T99 fue de 34 semanas, un decremento de las 36 semanas a finales de 1998 y de las 38 semanas del 3T99.

Los ingresos de crédito para 1999 aumentaron 13%, alcanzando los Ps. 2,144 millones comparados con los Ps. 1,896 millones reportados en 1998. El margen bruto de crédito para el año se mantuvo en un 74.9% igual al reportado en 1998. Los ingresos de crédito para el 4T99 aumentaron un 28% para alcanzar Ps. 557 millones de los Ps. 436 millones registrados en el 4T98. El margen bruto de crédito disminuyó 1.3 puntos porcentuales para llegar a 72.4% del 73.7% registrado en el 4T98.

Transferencias de Dinero: *Dinero en Minutos*, nuestro acuerdo con Western Union continua siendo un éxito, confirmando así el liderazgo de Elektra en este mercado en México. En 1986, vendimos a Western Union un porcentaje de los flujos de Dinero en Minutos. El 14 de enero del 2000, nuestra comisión vuelve a los mismos niveles anteriores al acuerdo (aproximadamente 6% del actual 2.5%). Esto puede representar ingresos anuales de aproximadamente US\$ 50 millones, asumiendo que el volumen de transacciones no aumente de su nivel actual.

El número total de transacciones aumentó un 12% para *Dinero en Minutos* y un 46% para *Dinero Express*, el servicio de transferencias intra-México de Elektra. A nivel consolidado, el volumen de transacciones aumentó un 21% año contra año.

Cuentas de Ahorro: En servicios financieros, Elektra atiende a un mercado no plenamente servido. Por lo tanto la Compañía encuentra excelentes oportunidades para un crecimiento futuro en esta área. A través de *Guardadito*, Elektra ofrece un excelente vehículo de cuentas de ahorro con una tasa de interés atractiva para la gran mayoría de la población Mexicana. A finales del

4T99, las cuentas de ahorro de Guardadito pasaron la marca de un millón. En el futuro, Elektra tiene la posibilidad de expandir este servicio a otras de sus tiendas de marca.

Internet: Debido a los fuertes fundamentales de Elektra en el mundo real, los cuales pueden ser fácilmente transportados al mundo virtual, la Compañía está posicionada de manera única para entrar al negocio del Internet:

- Primero, el volumen y la masa crítica pueden obtener economías de escala inmediatamente.
- Segundo, las relaciones con los proveedores quienes pueden proporcionar a la Compañía con financiamiento para cualquier necesidad adicional de inventario.
- Tercero, los sistemas avanzados de logística, incluyendo lo que la Compañía llama la distribución de la "última milla" y
- Cuarto, el sistema de pago de Elektra, incluyendo su renombrado programa de crédito que mejora el poder adquisitivo de la población.

El negocio de Internet puede representar una fuente importante de crecimiento para Elektra. El mundo virtual es una extensión natural para las unidades existentes en el mundo real de la Compañía. Elektra tiene conocimiento que la penetración de Internet no es muy alto hoy en día, pero la Compañía espera un incremento dramático en el acceso y uso de Internet de su mercado tradicional en los próximos dos años, siendo Elektra un agente importante en este cambio.

El comercio electrónico de Elektra puede manejar las mismas líneas de productos que se encuentran en sus tiendas. Sin embargo, la tienda virtual proveerá una línea más extensa dentro de sus líneas de productos actuales.

Las operaciones del comercio electrónico de Elektra comenzarán con el lanzamiento de la tienda virtual de theone.com.mx. El lanzamiento de este sitio de Internet está programado para el 29 de febrero del 2000, seguido de la página de comercio electrónico de Elektra en el 2T00.

Inversión en Activos Fijos

Durante 1999, Elektra adquirió 86 tiendas de Salinas y Rocha y abrió 41 nuevas tiendas, incluyendo 17 tiendas MegaElektra en México, 16 tiendas MegaElektra en América Latina, 4 tiendas Salinas y Rocha y 4 tiendas THEONE. A la vez, se convirtieron 6 tiendas tradicionales al formato MegaElektra.

Durante el 4T99, se abrieron 4 tiendas MegaElektra en América Latina, 2 tiendas Salinas y Rocha y se cerró una tienda MegaElektra en México.

Balance

La inversión de Elektra del 18.6% en TV Azteca se muestra en el balance al 80% de su valor de mercado, neto de la deuda de Azteca Holdings. A consecuencia de la reciente recuperación en el valor de mercado de TV Azteca, al cierre del 10 de febrero del 2000, la posición indirecta de Elektra en TV Azteca valía US\$380 millones.

A su vez, dado que TV Azteca tiene el 50% de Uefon y de Todito.com, los inversionistas poseen indirectamente el 9.3% de estas compañías. La Compañía cree que estos activos intangibles, los cuales son adicionales a una comprobada operación, no están reflejados en la valuación actual de las acciones de Elektra.

Mejores Prácticas Corporativas

El 8 de febrero, Elektra tuvo su primera junta de Consejo de acuerdo al nuevo reglamento Corporativo y con los nuevos miembros del Consejo. En la reunión, los directores de los nuevos comités fueron seleccionados. El comité de Partes Relacionadas estará constituido por Dave Williams, Presidente de Alliance Capital Management Corporation, Roberto Servitje, Vicepresidente Ejecutivo de Grupo Industrial Bimbo S.A. de C.V. y Pedro Padilla, Presidente Ejecutivo de Elektra. En el comité de Inversiones estarán Robert Bowman, Presidente de Outpost.com, Carlos Fernández González, Vicepresidente y Director Ejecutivo de Grupo Modelo S.A de C.V. y Guillermo Salinas Pliego, Presidente de Dataflux. En el comité de Compensaciones estarán Roberto Servitje, Dave Williams y Pedro Padilla. Finalmente, en el comité de Auditoría estarán Carlos Fernández González, Robert Bowman y Guillermo Salinas Pliego. El auditor externo de la Compañía también será un miembro de este comité, aunque sin derecho a voto.

Con el nuevo Consejo instalado y los nuevos comités ya formados, Elektra se encuentra en una excelente posición para cumplir con sus compromisos con todos sus inversionistas y los mercados financieros en los términos de crear un sistema transparente y efectivo de Mejores Prácticas Corporativas que creará valor para todos los inversionistas de la Compañía. La Compañía cree que Elektra es la empresa líder en México en cuanto a Mejores Prácticas Corporativas.

***Los resultados del tercer trimestre de 1999 se encuentran disponibles en nuestra página de Internet,
<http://www.elektra.com.mx>***

***Los montos en Pesos Mexicanos están presentados en US Dólares al tipo de cambio de \$9.49 pesos
por US Dólar.***