



Resultados del 2T99

Salinas y Rocha: mejorando más rápido de lo esperado

Fusión traerá beneficios en impuestos por US\$105 millones

durante los siguientes tres años

Ventas anuales superan US\$1 billón

Utilidad Neta aumenta 60% a US\$23 millones

Número total de tiendas llegó a 931, un incremento de 178 en el año

México, D.F., 26 de julio de 1999, Grupo Elektra, S.A. de C.V., (BMV: ELEKTRA, NYSE: EKT), la principal cadena de tiendas especializadas de América Latina, anunció hoy sus resultados del segundo trimestre de 1999. Una recuperación más rápida de lo esperado en el margen bruto de Salinas y Rocha, su reciente adquisición, contribuyó a que el EBITDA generado llegara a US\$45 millones.

Las ventas de Elektra superaron la barrera del billón de dólares de manera acumulada durante los últimos 12 meses al alcanzar US\$1.077 billones.

En el segundo trimestre de 1999, Elektra completó la adquisición de Grupo Salinas y Rocha con sus 86 tiendas tradicionales y finalizó la venta de 10 tiendas departamentales que no formaban parte de la estrategia comercial de Elektra. El precio neto de la adquisición fue de US\$58 millones. Además, la consolidación resultará en una reducción de impuestos estimada en US\$105 millones durante los siguientes tres años. La compañía está remodelando las 86 tiendas tradicionales, cuyos resultados están siendo consolidados a partir de este trimestre. GSyR contribuyó positivamente al EBITDA consolidado del 2T99; sin embargo la contribución fue menor comparada con la de las otras unidades de negocios.

"Esperábamos una dilución moderada a raíz de nuestra consolidación de los resultados de Salinas y Rocha. Sin embargo fuimos capaces de aumentar los márgenes de este negocio de una manera más rápida de lo que habíamos esperado, por lo tanto pudimos aumentar nuestro EBITDA consolidado," comentó Pedro Padilla, Director General de Elektra.

Eventos Relevantes del Segundo Trimestre

- Se culminó la compra de Grupo Salinas y Rocha a un precio neto de US\$58 millones.
- Una mejora más rápida de lo esperado en el margen bruto de Salinas y Rocha, llegando a 33.3% durante el trimestre.
- Un aumento de 6.3% en el EBITDA a US\$45 millones, a pesar de la consolidación de las 86 tiendas tradicionales de Salinas y Rocha.

- El número total de tiendas llegó a 931 unidades representando un incremento de 178 comparado con el mismo periodo del año pasado.
- 14 tiendas nuevas que incluyen 7 MegaElektra y 1 Hekali en México y 6 tiendas MegaElektra en América Latina.
- Reducción de nuestros gastos operativos promedio por tienda, excluyendo depreciación, en 7% año contra año.
- La utilidad neta se incrementó 60% a US\$23 millones.

Resultados del Segundo Trimestre y la Primera Mitad de 1999

Millones de pesos¹ y dólares² excepto porcentajes y datos por acción

	2T98	2T99	Incremento	1S98	1S99	Incremento
Ventas Netas						
Ps.	2,523	2,777		4,643	5,100	
			10.1%			9.8%
US \$	268	295		493	541	
EBITDA						
Ps.	401	426		767	829	
			6.3%			8.0%
US \$	43	45		81	88	
Utilidad Neta						
Ps.	138	220		271	479	
			59.5%			76.9%
US \$	15	23		29	51	
Utilidad por acción³						
Ps. por acción	0.12	0.19		0.24	0.43	
			59.5%			76.9%
US \$ por ADR	0.13	0.19		0.24	0.43	

1. Pesos constantes al 30 de Jun. 1999.

2. Conversión al tipo de cambio de Jun. 30, 1999 de 9.42 pesos por US dolar

3. Cálculos asumen 118.17 millones de ADR's a Jun. 30, 1999

4. Las cifras no incluyen ingresos o gastos asociados con la inversión de Elektra en Comunicaciones Avanzadas.

Las ventas netas subieron 10% a Ps. 2,777 millones comparadas con Ps. 2,523 millones en el segundo trimestre del año pasado. También la utilidad bruta se incrementó 12% a Ps. 1,114 millones comparados con Ps. 995 millones del 2T98. Nuestro margen bruto llegó a 40.1% en este trimestre, 70 puntos base por encima del nivel del 2T98 y 220 puntos base por debajo del 1T99. La contribución a mismas tiendas, medida que Elektra considera una mejor manera de calificar nuestro desempeño operativo, bajó 7.4%.

Luis J. Echarte, Vicepresidente de Finanzas de Elektra observó, "En este trimestre, las ventas y la contribución a mismas tiendas se vieron afectadas por dos factores: nuestras intencionalmente altas tasas en las ventas a crédito y una comparación difícil contra el mismo período del año pasado que incluyó ventas extraordinariamente altas en productos de muy alto margen debidas al Mundial de fútbol de 1998. Redujimos nuestra tasa de interés en nuestro programa de crédito a partir del primero de julio para reflejar un ambiente económico más estable en México y hemos podido observar una respuesta positiva de nuestros clientes durante la primera mitad del mes."

Los gastos de venta y administrativos, netos de depreciación, subieron un 14.7% comparados con el mismo periodo del 2T98 a Ps. 702 millones. Estos gastos, excluyendo depreciación, fueron 25.3% de nuestros ingresos, 100 puntos base por encima del mismo periodo del año pasado. No obstante, los gastos operativos promedio por tienda, excluyendo depreciación y amortización, llegaron a reflejar una baja de 7% año contra año.

La depreciación y amortización alcanzó un nivel de Ps. 126 millones, un incremento de 50% comparado con Ps. 84 millones del 2T98. Este incremento refleja la expansión en tiendas, las inversiones en nuestros sistemas de informática y la política conservadora de depreciación a cinco años. Los gastos operativos totales, como consecuencia de un mayor nivel de depreciación y amortización y la consolidación de Salinas y Rocha, subió 19% del 2T98.

El EBITDA aumentó 6.3% a Ps. 426 millones de pesos comparados con los Ps. 401 millones del segundo trimestre de 1998. El margen del EBITDA del 2T99 alcanzó un nivel de 15.3%, únicamente 60 puntos base por abajo del margen del segundo trimestre del año pasado.

El costo integral de financiamiento llegó a Ps. 37 millones en el segundo trimestre de 1999, comparado con 135 millones en el 2T98. Esta mejora fue resultado de la apreciación del peso en el segundo trimestre y ganancias monetarias.

La utilidad neta se incrementó 60% a Ps. 220 millones comparados con Ps. 138 millones en el mismo periodo del año anterior; el margen neto subió a 8% del 6% en el 2T98.

Resultados Por Unidad de Negocios

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

Mercancía Elektra: Los ingresos para el segundo trimestre fueron de Ps. 1,818 millones, similares a los Ps. 1,825 millones del mismo periodo del año pasado. La contribución a mismas tiendas cayó 9.9% año contra año debido a las tasas altas en las ventas a crédito y una base de comparación alta debida a la Copa Mundial de Soccer como mencionamos anteriormente.

El margen bruto llegó a 28.8% en el 2T99, un aumento de 70 puntos base del 2T98 y 160 puntos base abajo del margen alcanzado en el 1T99.

Crédito: Los ingresos de crédito para el 2T99 se incrementaron 7% a Ps. 526 millones. El margen bruto del crédito llegó a 73.9%, 30 puntos base por abajo del 74.2% registrado en el 2T98. En el segundo trimestre las tasas de interés fueron mantenidas a niveles altos como una protección contra la volatilidad en las tasas de interés locales.

Mercancía Hecali: Las ventas de mercancía para el 2T99 se incrementaron 26% a Ps. 149 millones de Ps. 118 millones en el segundo trimestre del año pasado. La contribución a mismas tiendas aumentó 28.6%. El margen bruto para este trimestre fue 32.5% de los ingresos, comparados con un 29.4% en el 2T98 y 30.5% en 1T99.

Actualmente, Hecali tiene un programa piloto de la tienda "The One" en Puerta Vallarta y la Ciudad de México, con un excelente nivel de éxito en los últimos tres meses. Este nuevo concepto, se enfoca a una moda básica con menos artículos pero con un estilo e imagen mas integrados. Continuaremos probando este nuevo concepto.

Mercancía Salinas y Rocha: En su primer trimestre bajo el manejo de Elektra, las ventas de mercancía de Salinas y Rocha alcanzaron Ps. 182 millones con un margen bruto del 33.3%. Esto representa una mejora más rápida de lo esperado en nuestro plan original que contempla una mejora total en un período de doce meses.

Transferencias de dinero: En el segundo trimestre del año los ingresos alcanzaron Ps. 84 millones, un incremento de 6% comparado con el 2T98. El número total de transacciones aumentó 24.2% año contra año.

Nuevos Productos: Los nuevos productos continúan con su contribución positiva a los ingresos de Elektra. *Milenia*, el programa de garantías extendidas, llegó a 784,393 cuentas en este trimestre. *Guardadito*, las cuentas de ahorro, alcanzaron 642,037 y *Fotofácil*, los kioscos de fotografía serán instalados en 50 tiendas adicionales para alcanzar 130 unidades al cierre del año.

Inversiones en Activos Fijos

En el segundo trimestre de 1999, Elektra abrió 14 tiendas nuevas, incluyendo 7 tiendas MegaElektra en México y 6 tiendas MegaElektra en América Latina y una tienda Hecali.

Nuestro programa de expansión para el resto del año incluye: 6 tiendas MegaElektra en México, 5 tiendas MegaElektra en América Latina, 18 tiendas Hecali y 14 tiendas nuevas de Salinas y Rocha para cerrar el año con 100 unidades bajo este formato.

Calidad de la Cartera de Crédito

El desempeño acumulado de nuestra cartera de crédito continúa excediendo niveles de 97% de recuperación. Las cancelaciones del portafolio de crédito durante el trimestre fueron del 6% comparadas con 7% en el mismo periodo del año anterior. Elektra reserva el 5% de todas las ventas al crédito para cuentas incobrables, además que cancela cada trimestre todos los montos atrasados por más de 90 días.

Al cierre del 2T99, Elektra tenía 1.5 millones de clientes activos. Las cuentas por cobrar a clientes alcanzaron Ps. 2,685 millones comparados con Ps. 2,843 millones en el 2T98, reflejando la disminución de las ventas a crédito en el primer semestre de 1999.

Al final del 2T99, el saldo bursatilizado ascendió aproximadamente a US\$100 millones. Los programas de bursatilización mensualmente están recibiendo la calificación de AA por Fitch y de MAA por Duff and Phelps.

El plazo promedio de la cartera de crédito para el 2T99 bajó a 37 semanas comparadas con 39 semanas del 2T98. El saldo promedio por cliente para este trimestre fue de Ps. 1,747, una reducción contra los Ps. 2,344 del mismo periodo del año pasado.

Otros Productos (Unefon)

Como se ha mencionado con anterioridad, Elektra negoció contratos de servicio con Unefon durante el año pasado para distribuir los teléfonos de dicha compañía y proveerle de algunos otros servicios. Durante el 2T99, Unefon terminó de pagar las frecuencias adquiridas del gobierno, y se espera que comience sus operaciones comerciales en el 1T00. Dos estudios conducidos por dos firmas internacionalmente reconocidas confirmaron las expectativas de éxito de la compañía. Estas mostraron que: 1) el 77% de nuestros clientes de crédito activos estarían interesados en adquirir los servicios de telefonía de Unefon a los precios sugeridos y 2) en un hogar típico mexicano de cinco miembros, existe un gasto promedio de US\$35 mensuales en telefonía pública.

Elektra cree que los contratos de servicio con Unefon le proveerán con una nueva fuente de ingresos con altos márgenes. Elektra distribuirá de manera exclusiva los teléfonos inalámbricos durante su primera etapa.

Elektra recibirá los siguientes beneficios de Unefon, algunos de los cuales serán pagados en un plazo diferido:

- 3% de las ventas netas de Unefon
- 2% de los pagos hechos por los suscriptores
- US\$ 3 por cada nuevo suscriptor
- US\$ 3 por cada investigación de usuario
- US\$ 3 por reposición de equipo
- US\$ 3,000/año por sitio de antena

Elektra estima que la suma de todas estas partes pueden contribuir con mas de US\$400 millones en ganancias para la compañía durante los próximos diez años. Además, existen algunos beneficios indirectos para Elektra como es mas tráfico en nuestras tiendas, aumento en el apalancamiento de nuestro piso de ventas y publicidad indirecta sin costo. Finalmente, queremos hacer hincapié que Unefon no representa ningún costo para Elektra y que los pagos de comisiones diferidos no representan ningún desembolso. Al contrario, el diferimiento genera ingresos por intereses adicionales para Elektra.

Deuda Neta

La deuda neta al cierre del 2T99 fue de Ps. 3,193 millones, un aumento del 14% comparado con los niveles en el mismo periodo del año pasado y un incremento del 15% sobre el 1T99.

El Sr. Echarte comentó, "excluyendo nuestra inversión en Grupo Salinas y Rocha, lo cual representa un CAPEX de mas US\$60 millones, nuestro objetivo es mantener un nivel de deuda neta estable al cierre del año comparado con el cierre de 1998. Es importante subrayar que nuestra expansión mas moderada en el futuro cercano, junto con nuestras estimaciones de flujo libre de efectivo nos podrían permitir pagar toda

nuestra deuda con costo en un plazo de cinco años. En un futuro cercano, solamente incrementaremos nuestra deuda si una transacción oportunista llega."

La participación indirecta en TV Azteca es presentada en el balance al 80% de su valor de mercado, excluyendo la deuda de Azteca Holdings. A consecuencia de la caída en el valor de mercado de las acciones de TVA durante el trimestre, el balance muestra una caída del 29% en el valor de esta inversión.

Sistemas: Problema del año 2000 y otros

Elektra esperar terminar su programa del año 2000 (Y2K) en septiembre. Los sistemas principales de Elektra, como ADN y SAP están certificados y probados para el Y2K. Desde 1998, Elektra ha instalado estos dos sistemas de informática para reemplazar y actualizar nuestros programas de cómputo. En consecuencia, muchos de los gastos al respecto han estado relacionados con la instalación de estos dos sistemas en lugar de la evaluación y reemplazo de sus predecesores.

ADN está instalado y en uso en las 86 tiendas de GSyR y 100 tiendas Elektra en México. Esperamos finalizar la migración de estas dos unidades de negocios en Octubre de este año. Hecali y Elektra Latinoamérica tendrán estos sistemas a partir del año 2000 pero los sistemas actuales de estas dos unidades de negocios estarán certificadas para cumplir con el Y2K en septiembre.

La primera etapa de SAP ya está instalado en varias áreas de la empresa como en Tesorería, Recursos Humanos, Contabilidad y Compras.

La compañía ha llevado a cabo pruebas con sus proveedores, y estamos pidiendo cartas de certificación a los bancos con los que trabajamos y a nuestros proveedores más importantes. Además, tenemos planes de contingencia ya establecidos.

Los gastos relacionados a la solución del Y2K, incluyendo el remplazo de *hardware* y *software*, consultoría, la instalación y gastos de implementación ha excedido los US\$10 millones en los últimos dos años. Esto no incluye el tiempo del personal interno.

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