# GS • Retail Trimestral

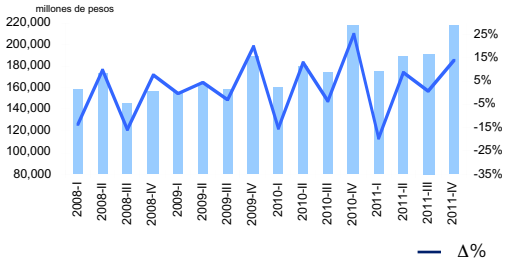
4T 2011

Elena Arceo / Bruno Rangel

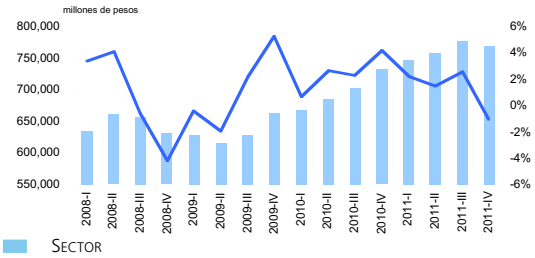
## ANTAD Crecimientos en ventas por tipo de tienda y mercancía

| Enero 2012 | T. Totales | T. Iguales |
|---|---|---|
| **Por formato de tienda** | | |
| Autoservicio | 10.5% | 3.6% |
| Departamentales | 5.5% | 1.4% |
| Especializadas | 13.8% | 5.5% |
| **Por tipo de mercancía** | | |
| Supermercados | 11.3% | 3.6% |
| Ropa | 11.1% | 5.8% |
| Mercancías Generales | 8.4% | 2.8% |
| **TOTAL ANTAD** | **10.2%** | **3.5%** |

Ventas Trimestrales de la Industria vs. Incrementos anuales




Ventas 12M de la Industria vs. Crecimientos Trimestrales




La información de la industria está compuesta por el agregado de las siguientes empresas: Coppel, Elektra, Famsa, Comercial Mexicana, Soriana, Wal-Mart, Palacio de Hierro, Liverpool, Farmacias Benavides, Fragua, Alsea y CMR.

## División Comercial Grupo Elektra (Resultados Trimestrales)

| en millones de P$ constantes | 2009-IV | 2010-I | 2010-II | 2010-III | 2010-IV | 2011-I | 2011-II | 2011-III | 2011-IV | Δ%T/T | Δ%A/A | TACC (1) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ingresos Comerciales | 6,225 | 5,365 | 5,834 | 5,653 | 6,823 | 5,950 | 6,188 | 6,035 | 7,663 | 27.0% | 12.3% | 8.2% |
| Costo Comercial | 4,378 | 3,609 | 4,063 | 3,913 | 4,523 | 4,018 | 4,286 | 4,288 | 5,341 | 24.6% | 18.1% | -4.0% |
| Utilidad Bruta Comercial | 1,847 | 1,756 | 1,770 | 1,740 | 2,300 | 1,932 | 1,901 | 1,747 | 2,322 | 32.9% | 1.0% | 14.0% |

(1) TACC calculada a partir e 1995-II

## Número de puntos de venta y superficie de exhibición por tipo

| # de puntos de venta | 2010-IV | 2011-IV | Δ % A/A |
|---|---|---|---|
| Elektra México | 923 | 945 | 2.4% |
| Elektra Latam | 180 | 228 | 26.7% |
| Bodega de Remates | 45 | 47 | 4.4% |
| Salinas & Rocha | 55 | 55 | 0.0% |
| **Total** | **1,203** | **1,275** | **6.0%** |

| Sup. Exhibición* | 2010-IV | 2011-IV | Δ % A/A |
|---|---|---|---|
| Elektra México | 814,459 | 820,958 | 0.8% |
| Elektra Latam | 145,480 | 162,882 | 12.0% |
| Bodega de Remates | 26,042 | 28,246 | 8.5% |
| Salinas & Rocha | 59,614 | 58,995 | -1.0% |
| **Total** | **1,045,595** | **1,071,081** | **2.4%** |

* Unidades: Metros cuadrados

## Febrero 2012

| | Último | Δ % 3M | Δ % 12 M | σ (2) |
|---|---|---|---|---|
| **Índice GS** | **3,591.0** | **-15.92%** | **100.54%** | **15.93%** |
| Índice GS Retail México | 28,066.32 | -3.33% | 36.15% | 13.41% |
| Índice GS Retail EE.UU. | 764.85 | 2.10% | 13.02% | 12.60% |
| ELEKTRA* | 1,120.10 | -16.6% | 121.86% | 38.78% |

(2) **σ**, o sigma representa la volatilidad, una medida de riesgo calculada sobre una muestra mensual de datos diarios, anualizada.

## Índice


| | |
|---|---|
| Noticias | 2 |
| G. Elektra: Resumen de Mercados | 6 |
| Comparativo Industria | 7 |
| Comentario Internacional | 11 |
| Directorio y Contactos | 13 |


## Comentario

- En 2011 los ingresos consolidados de Grupo Elektra alcanzaron P$52,019, crecieron +19% a/a. Los resultados se explican a través del crecimiento de las ventas del segmento comercial de +13% a/a y de los ingresos financieros de +26% a/a.
- La cartera crediticia alcanzó los P$39.9 millardos (+53% a/a); avance saludable debido a que el índice de morosidad fue de 4.6%, sin cambios respecto a 2010.
- La Utilidad de Operación creció +38% a/a; lo que condujo a un avance del EBITDA de +22% a/a y a un Margen de 16%.
- El rendimiento de ELEKTRA* de los últimos 12 meses fue un impresionante +121.86%; cerró el mes en P$1,120.10.
- En el mercado nacional, creció +19.2% a/a el crédito que otorgaron las instituciones bancarias al sector privado en enero de 2012.
- La confianza de los consumidores mexicanos fue mejor que la del año pasado; sin embargo, se mantiene rezagada respecto a los niveles pre-crisis.
- El sector Comercial estadounidense se ha recuperado en los últimos doce meses, encabezado por la confianza del consumidor y avances en la creación de empleos.
- Las estrategias enfocadas en otorgar mayor valor agregado, y equilibrar el tráfico de clientes con el ticket promedio, serán las que traigan mayores beneficios, ante un consumidor indeciso en gastar en bienes no básicos.

## Noticias

### Mexico

• **Confianza del consumidor baja en México.** El índice de confianza del consumidor disminuyó levemente en febrero en línea con lo esperado por analistas. El indicador fue afectado por un mayor pesimismo entre la población sobre sus posibilidades de comprar bienes.

• **Crece 19.2% anual crédito al consumo en enero.** El crédito que otorgaron las instituciones bancarias al sector privado registró una tasa de crecimiento anual de 19.2%, en el mes de enero de 2012, informó el Banco de México (Banxico).

• **Los Consumidores están menos optimistas.** La confianza de los consumidores mexicanos sigue siendo mejor que la del año pasado; sin embargo, en febrero se observó un ligero retroceso en medio de una perspectiva menos favorable entorno de la situación económica futura.

• **Cae confianza del consumidor, pospone compra de bienes duraderos.** La confianza de los consumidores mexicanos registró una disminución de 0.06% en febrero, respecto al mes previo, de acuerdo con cifras mensuales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y del Banco de México (Banxico).

• **México, segundo consumidor de refrescos en el mundo.** México se coloca en el segundo lugar en cuanto a consumo de refresco, sólo detrás de Estados Unidos, hecho que dieron a conocer María de los Ángeles Maya Martínez y Ana María Durán Ibarra, especialistas de la UAEM.

• **Cervezas gourmet, apuesta para reimpulsar mercado en México.** El consumo de cerveza en México por persona es de 57 litros al año en promedio, cantidad baja al compararla con el de otros países, lo que representa una oportunidad para captar nuevos mercados e incrementar las ventas.

• **Walmart México reporta incremento ventas iguales.** Walmart de México (Walmex), la mayor minorista del país, reportó un alza interanual del 6.2% en sus ventas iguales de febrero, muy por encima de lo esperado gracias a un calendario favorable y consumidores más optimistas.

• **Prevé Soriana 53 tiendas.** Organización Soriana anunció la inversión de P$3,650 millones de para la apertura de 53 nuevas tiendas este año, distribuidas a nivel nacional. Además, la firma de tiendas de autoservicio con sede en Monterrey, arreciará el crecimiento de su formato de tiendas de conveniencia Súper City, proyecto en el cual inyectará P$200 millones para la apertura de 200 establecimientos.

• **Crecen 19.6% los ingresos de Femsa en 2011, su utilidad cae 54%.** La utilidad neta consolidada aumentó 9.3% alcanzando P$7,111 millones en el cuarto trimestre de 2011, debido al crecimiento en la utilidad neta por operaciones continuas de FEMSA. Sin embargo, en todo el año, la utilidad neta consolidada fue de P$20,683 millones, 54.3% menor que lo registrado en 2010.

• **Las ganancias de KOF crecen 6.1% en 4to trimestre.** La mexicana Coca-Cola FEMSA, la mayor embotelladora de la popular marca de bebidas en América Latina, reportó un alza interanual del 6.1% en su utilidad neta del cuarto trimestre, apoyada en un sólido crecimiento de sus ventas y recientes adquisiciones.

• **Prevé Femsa $14,000 millones para 2012.** Femsa invertirá durante este año US$1,100 millones en activos fijos, dijo a Javier Astaburuaga, director de Finanzas de la compañía, en conferencia telefónica con analistas.

• **Femsa desarrolla un programa de asistencia en Puebla.** La embotelladora Femsa apoyará a más de 37,000 niños y jóvenes de poblaciones marginadas del estado de Puebla, con la implementación de programas que les permitan disminuir su vulnerabilidad ante situaciones problemáticas.

• **Femsa vendió el doble que Pepsico en 2011.** Femsa, principal embotelladora de Coca-Cola en México, duplicó en 2011 el volumen de las ventas que logró colocar su principal competidor Pepsico, compañía que el año pasado completó la integración de todas sus unidades de negocio en el país.

• **Femsa evalúa adquisición en Filipinas.** La embotelladora mexicana Coca-Cola Femsa firmó un acuerdo exclusivo con Coca-Cola Co. para evaluar la compra de una participación de control en una embotelladora en Filipinas.

• **Clonan a Genomma Lab en Estados Unidos.** Genomma Lab, empresa que dirige Rodrigo Herrera, lanzó una ofensiva legal en contra de Marcas de Renombre, una compañía de Pablo Muñoz de Cote, que se dedica a la comercialización de productos milagro.

• **Aumenta Walmart inversión en 7.5%.** Walmart de México y Centroamérica invertirá P$19,740 millones este 2012, lo que significa un incremento de 7.56% anual, con respecto al monto gastado durante el año pasado.

• **Acusan ante IMPI a las Tiendas 3B·** Empresas como Pepsico y Nestlé tienen demandada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) a la cadena de Tiendas 3B Bueno Bonito y Barato, por ofrecer a sus clientes productos que se "piratean" la forma, colores y logotipos de los empaques de sus marcas registradas.

## Noticias

• **Bimbo busca renovarse con histórica inversión.** La inversión histórica de US$780 millones que Bimbo realiza este año se destinan a la renovación tecnológica en sus plantas de México, Estados Unidos y América Latina con la finalidad de mejorar la calidad de sus productos y reducir costos, indicó Daniel Servitje, director general de Grupo Bimbo.

• **Interesan a Bimbo productos locales.** Grupo Bimbo está interesado en adquirir cultivos de papa y cacahuate en Hidalgo para ser utilizados como materia prima de las frituras que comercializa a través de su empresa filial Barcel, informó, Ignacio Hernández Arriaga.

• **Niegan registro de Cerveza Victoria en la UE.** El Tribunal General de la Unión Europea confirmó la decisión de la Oficina Comunitaria de Marcas (OAMI) de denegar a Cervecería Modelo de México el registro de una cerveza por su similitud con otra ya registrada de una empresa española.

• **Burger King 'cambia su corona' en México.** Con la meta de aumentar 20% sus ventas en México, la cadena de comida rápida Burger King inició el rediseño de sus restaurantes, servicio y menú, en lo que constituye su estrategia bautizada como 20/20 y que hace referencia al vigésimo aniversario de la firma en el país.

• **Alsea incrementa 44.7% sus ganancias.** Alsea, operador de establecimientos de comida rápida y cafeterías, reportó una utilidad neta consolidada de P$230.1 millones durante 2011, lo que representó un incremento de 44.7% respecto al mismo periodo de 2010.

• **Nestlé invierte P$120 millones en planta ubicada en Tlaxcala.** Grupo Nestlé México invirtió P$120 millones en la instalación de una fabrica en Tlaxcala, la cual producirá su nueva línea de productos de bebidas refrigeradas para bebé y que permitirá abastecer al mercado nacional.

• **Busca Nestlé mercado de pizzas en México.** La multinacional Nestlé busca darle una buena "mordida" al negocio de venta de pizzas dominado por marcas como Domino´s Pizza y Pizza Hut, con su producto congelado Buitoni.

• **Baja 30% consumo de frutas y verduras.** La ingesta de frutas y vegetales fue reducida en una tercera parte, derivado de su encarecimiento y el cambio en la dinámica familiar para quien ahora es más importante satisfacer sus necesidades básicas con rapidez, informó la especialista del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición "Salvador Zubirán", Carolina Angulo Vega.

• **Vinicultores van por más terrenos.** Querétaro, Qro. De 3,000 a 15,000 hectáreas de uvas para la producción de vino es el incremento que 50 vinicultores del país pretenden alcanzar en los próximos años.

• **Crecen 10.4% ventas de Herdez.** En el cuarto trimestre del 2011, las ventas netas de Grupo Herdez ascendieron a P$2,918 millones, un incremento de 10.4% en relación con el mismo periodo de 2010, informó la empresa.

• **Para Japón, la carne de cerdo sonorense es la mejor.** El Gobernador Guillermo Padrés planteó el interés de Sonora en trabajar de la mano con productores y Federación para ampliar los tratados comerciales con Japón y otros países asiáticos, con el fin de dar mayor impulso a la importación y consumo de la carne de puerco en esta región.

• **Aumenta 21% precio del pollo.** En un año, el precio del kilogramo de pollo subió 21.36%, al pasar de 22 pesos en febrero de 2011, a 26.70 pesos el kilo en el mismo periodo de este año. Avicultores aseguran que el precio actual apenas cubre los costos de producción, por lo que los principales beneficiados de los incrementos son los intermediarios, distribuidores y puntos de venta como pollerías.

• **Pollo gana terreno en dieta de los mexicanos.** Del gasto en alimentos que destinan las familias mexicanas 22% es para comprar carnes según cifras del INEGI, en donde la industria del pollo es la que tiene mejores beneficios.

• **Grupo Posadas abre tres hoteles en México y Chile.** Hotelera Posadas anunció la apertura simultánea de tres hoteles en México y Sudamérica: One Culiacán, en Sinaloa; One Ciudad del Carmen, en Campeche y Caesar Business Puerto Montt, ubicado en Chile.

• **Restauranteros prevén ventas por P$600 millones por San Valentín.** De acuerdo con cifras de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), se estima un incremento de entre 15% y 20% de comensales y ventas totales de P$600 millones.

## Internacional

• **El mercado laboral de EE.UU. muestra señales de vida.** El sector privado creó 216,000 puestos de trabajo el mes pasado, según mostró un informe de la firma procesadora de nóminas ADP, superando las expectativas de los economistas

de una apertura de 208,000 plazas. Los costos laborales unitarios aumentaron a una tasa anual de un 2.8% en los últimos tres meses del año pasado, más que el alza del 1.2% informada inicialmente.

• **Productividad en EEUU desciende en el cuarto trimestre.** El Departamento del Trabajo informó que la productividad aumentó a un ritmo anual del 0.9% en el último trimestre, aunque es la mitad del tercer trimestre. El crecimiento de la productividad perdió fuerza en el último trimestre del año pasado, y aumentaron los costos laborales, indicio de que las empresas tendrán que aumentar sus plantillas de trabajadores si quieren mantener el ritmo.

• **Confianza del consumidor en EE.UU. alcanza máximo de un año.** El índice que elabora el grupo privado Conference Board avanzó a 70.8 puntos desde una cifra revisada a 61.5 unidades registradas en enero. La cifra de enero fue inicialmente estimada en 61.1; los economistas consultados por Reuters esperaban una lectura de 63.0 para el índice de febrero.

• **El gasto del consumidor se estanca en EU.** El ingreso de los estadounidenses subió 0.3% en enero, pero los impuestos y la inflación absorbieron las ganancias, mientras que el gasto en consumo personal fue plano en el mes tras ajustarse por los incrementos de precios, informó el Departamento de Comercio.

• **Walmart decepciona con sus cuentas.** Walmart cede un 2% en la preapertura de Wall Street después de reducir un 15% su beneficio del cuarto trimestre, hasta US$5,016 millones ó 1,5 dólares por título.

• **Starbucks incursionará en India y espera abrir 50 unidades en 2012.** Starbucks Corp abrirá su primer café en India en agosto o septiembre, un año más tarde de lo que originalmente había planificado, y aspira a tener 50 puntos de venta para fin de año a través de una alianza con el grupo Tata, la empresa de negocios más grande del país.

• **Pepsi invertirá en marcas y recortará empleos.** Pla destinar de US$500 millones a US$600 millones al fortelecimiento sus marcas este año para incrementar las ventas en Norteamérica, en donde está rezagado respecto a su acérrimo rival Coca-Cola Co . Pepsi Co, cuyas marcas incluyen a Sierra Mist, Tropicana y Gatorade, también dijo que recortaría alrededor de 8,700 empleos, lo que equivale a cerca de un 3% de su fuerza laboral mundial.

• **Pepsi invertirá en marcas y recortará empleos.** La compañía planea destinar de US$500 millones a US$600 millones al fortalecimiento sus marcas este año para incrementar las ventas en Norteamérica, en donde está rezagado respecto a su acérrimo rival Coca-Cola Co.

• **Pepsi lanzará una bebida con la mitad de calorías.** A algunas personas no les gustan las caloras de las bebidas carbonatadas regulares, pero detestan el sabor de las de dieta. Por eso PepsiCo Inc. lanzar "Pepsi Next", una bebida con la mitad de caloras que una Pepsi regular, con sólo 60 por lata.

• **Coca Cola, de las compañías más admiradas del mundo.** La Compañía Coca-Cola fue listada en el ranking anual de la revista Fortune como una de las 50 Compañías más admiradas en el mundo.

• **Reportan ingrediente cancerígenos en Coca Cola y Pepsi.** Un grupo de consumidores que forman en Centro de Ciencia para el Interés Público aseguró esta semana que se encontraron altos niveles de químicos en los productos que dan color a las bebidas gaseosas Coca Cola y Pepsi y que esos químicos son cancerígenos.

• **General Mills adquiere Yoki por US$1,000 millones.** La compañía estaría buscando establecer centros de producción tras la pérdida de la fábrica de pastas Frescarini en un incendio en el 2007 y la venta de la empresa de bocadillos Forno de Minas en el 2009, reportó el diario Estado de Sao Paulo.

• **McDonald's y Burger King se lanzan a por el negocio del café en España.** En los tiempos que corren cualquier estrategia es buena para conseguir más clientes. Por eso, las cadenas de comida rápida diversifican sus negocios para vender más. Si hace poco Burger King anunciaba la puesta en marcha del reparto a domicilio, ahora se une a McDonald's para hacerle la competencia a Starbucks.

• **McDonald's registra fuerte alza de ventas durante enero.** La mayor cadena de hamburgueserías del mundo dijo que las ventas en restaurantes abiertos al menos durante 13 meses crecieron un 6.7% globalmente, por encima de la estimación de los analistas de una ganancia de un 5.9%, de acuerdo a datos de Thomson Reuters.

• **Arcos Dorados ve menor ritmo de crecimiento en 2012.** Espera que sus ingresos crezcan entre un 15% y 17% en el 2012 medidos en una base de moneda constante, tras un avance de 17.7% en el 2011. Arcos Dorados fue golpeada en el cuarto trimestre del 2011 por la desaceleración de la economía de Brasil, que representa un 52% de sus ingresos.

## Noticias

• **Burger King volverá a Francia 15 años después**. La cadena estadounidense de comida rápida Burger King prepara su regreso a Francia quince años después informo un diario.

• **Home Depot gana US$3,883 millones en 2011.** La empresa con sede en Atlanta (Georgia), se anotó entre enero y diciembre del año pasado un beneficio neto por acción de 2,47 dólares, comparado con los 2,01 dólares por título de 2010, cuando su ganancia fue de US$3,338 millones.

• **Sara Lee domiciliará en Europa su negocio de café y té.** Sara Lee completará el próximo mes de junio su proceso de separación en dos sociedades cotizadas. Así se lo ha hecho saber a sus accionistas la multinacional norteamericana. Al mismo tiempo ha hecho pública su intención de localizar en los Países Bajos la sede social de la compañía que agrupará los negocios de café y té de la firma, y cuya razón social temporal será DE International Holding.

• **Nespresso denuncia a Sara Lee en España por competencia desleal.** Nespresso ha iniciado acciones legales en España contra la multinacional Sara Lee, propietaria de la marca Marcilla, por "infringir la propiedad industrial de la marca al comercializar cápsulas compatibles con sus cafeteras.

• **Mattel quiere fabricar el aeropatín de "Volver al futuro".** Primero fueron las zapatillas Nike Air Mag y ahora la compañía juguetera Mattel confirma que fabricará monopatines como el que permitía a Marty McFly volar en Volver al futuro 2. La diferencia es que este no volará.

• **Heinz gana un 4% más en su tercer trimestre fiscal.** La compañía alimentaria estadounidense Heinz obtuvo en su tercer trimestre fiscal, que concluyó el pasado 25 de enero, un beneficio neto atribuible de US$284.7 millones, un 4% más que los US$273.8 millones que ganó en el mismo periodo del ejercicio anterior, según informó la compañía en un comunicado.

• **Kellogs compra la marca Pringles por US$2,053 millones.** La compañía estadounidense de alimentación Kellogg Company ha llegado a un acuerdo con el fabricante estadounidense de productos de consumo Procter & Gamble (P&G) para comprar la marca de patatas fritas Pringles por US$2,695 millones (?2,053 millones), según informó la compañía en un comunicado.

• **Kraft Foods lanza una novedosa innovación en snacks en barras.** Kraft Foods eleva el estándar en snacks con sus nuevas barras de leche y granola MilkBite, el primer producto que incorpora el sabor fresco e integral de la leche en una conveniente presentación de barra de granola.

• **Kraft cumple previsiones.** Kraft, la compañía americana de alimentación se ha ajustado a las previsiones al mejorar su beneficio del cuarto trimestre hasta US$830 millones ó US$0.47 por título. Sin extraordinarios su beneficio alcanzó los US$0.57 por acción, en línea con lo pronosticado por Reuters.

• **L'Oreal espera incrementar sus ganancias y ventas en 2012.** El fabricante de cosméticos francés espera que sus ingresos y utilidades se vuelvan a incrementar este año, cuando los mercados emergentes podrían eclipsar a Europa Occidental y transformarse en los que más dinero aportan a las ventas totales

## GRUPO ELEKTRA • www.grupoelektra.com.mx

ELEKTRA* disminuyó 1.82% de su valor durante febrero. Sin embargo, su rendimiento para los últimos 12 meses es un impresionante 121.86%. ELEKTRA* cerró el mes en P$1,120.10. El precio promedio fue de P$1,134.80 con un máximo en P$1,159.05 y mínimo en el precio de cierre. Con un promedio de operaciones diarias de 135,120 acciones.

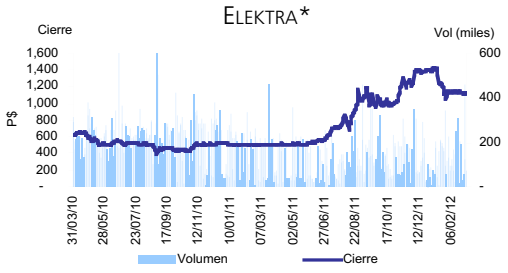
Entre los principales participantes de lado de la compra estuvieron: Interacciones, GBM y Credit Suisse; mientras que por el lado de venta fueron: Interacciones, GBM y Finamex.

### GRUPO ELEKTRA: RESUMEN DE MERCADOS

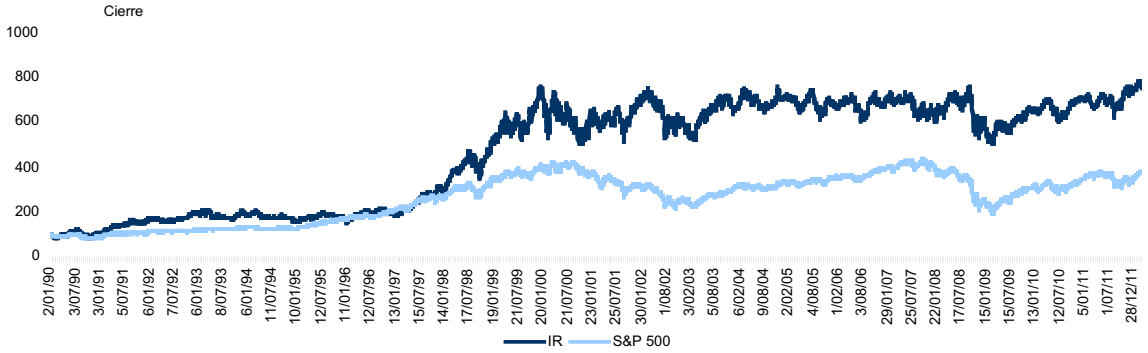
| | ÚLTIMO | MAXFEB | MINFEB | Δ%1MO | Δ%3MO | Δ%12MO | σ (1) | Δ%2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ELEKTRA* (P$) | 1120.10 | 1159.05 | 1120.10 | -1.82% | -16.61% | 121.86% | 38.78% | -19.17% |
| **COMPARATIVO DE LA INDUSTRIA** (En México P$) | | | | | | | | |
| **Índice Comercio GS** | **28,066.32** | **28,677.69** | **28,066.32** | **-1.28%** | **-3.33%** | **36.15%** | **13.41%** | **-7.26%** |
| Comercial Mexicana | 23.05 | 26.36 | 23.05 | -11.14% | 17.24% | 38.11% | 21.08% | -1.54% |
| Famsa | 11.21 | 13.43 | 11.21 | -3.45% | -10.03% | -48.79% | 43.38% | -12.10% |
| Gigante | 23.20 | 23.20 | 23.00 | 0.87% | 3.76% | -4.53% | 1.84% | 4.58% |
| Liverpool | 106.00 | 106.00 | 101.00 | 4.95% | 9.28% | 19.10% | 12.88% | 3.52% |
| Organización Soriana | 33.26 | 34.87 | 32.87 | 1.71% | 0.76% | -16.89% | 19.44% | -0.81% |
| Wal-Mart de México | 40.07 | 40.67 | 39.46 | -0.50% | 8.59% | 15.74% | 16.33% | 4.81% |
| **Índice Comercio GS EE.UU.** | **764.85** | **783.51** | **753.56** | **0.00%** | **2.10%** | **13.02%** | **12.60%** | **2.27%** |
| Costco | 86.06 | 86.06 | 83.22 | 4.61% | 0.89% | 15.07% | 12.89% | 3.23% |
| Dillards | 61.14 | 61.14 | 43.89 | 38.17% | 30.09% | 44.40% | 43.49% | 36.23% |
| Family Dollar | 53.99 | 57.68 | 53.84 | -3.24% | -9.14% | 7.81% | 15.20% | -6.36% |
| Penney JC | 39.60 | 43.13 | 39.60 | -4.69% | 23.60% | 13.27% | 19.87% | 12.66% |
| Sears Roebuck | 69.66 | 69.66 | 41.97 | 65.31% | 15.46% | -16.38% | 80.91% | 117.35% |
| Target Corp. | 56.69 | 56.69 | 51.42 | 11.57% | 7.57% | 7.88% | 13.47% | 10.68% |
| Walmart Stores | 59.08 | 62.48 | 58.46 | -3.72% | 0.31% | 13.66% | 18.54% | -1.14% |
| Bed Bath & B. | 59.74 | 63.15 | 57.94 | -1.58% | -1.27% | 24.07% | 21.88% | 2.88% |
| Best Buy | 24.70 | 25.91 | 23.86 | 3.13% | -8.82% | -23.39% | 24.48% | 5.69% |
| Cost Plus Inc. | 13.14 | 15.15 | 13.14 | -3.03% | 62.42% | 39.34% | 37.64% | 34.63% |
| Haverty Furniture | 11.00 | 12.89 | 11.00 | -11.86% | -9.02% | -17.29% | 33.13% | 0.18% |
| Insight Ent. | 20.90 | 22.11 | 18.51 | 13.22% | 42.76% | 14.27% | 56.35% | 35.63% |
| PC Connection | 8.94 | 12.73 | 8.94 | -25.50% | -11.75% | 5.18% | 78.35% | -19.82% |
| Pier 1 Imports | 17.17 | 17.21 | 15.94 | 10.42% | 26.34% | 70.34% | 30.29% | 23.26% |
| Radioshack Corp. | 7.09 | 7.88 | 7.09 | -1.25% | -38.24% | -52.09% | 40.46% | -26.98% |
| Office Depot | 3.30 | 3.59 | 2.85 | 20.88% | 46.67% | -37.85% | 79.59% | 53.49% |
| Ethan Allen Interiors | 25.25 | 26.33 | 24.04 | 6.99% | 24.38% | 14.51% | 32.11% | 6.50% |

(1) **σ**, o sigma representa la volatilidad, una medida de riesgo calculada sobre una muestra mensual de datos diarios, anualizada.

ELEKTRA*



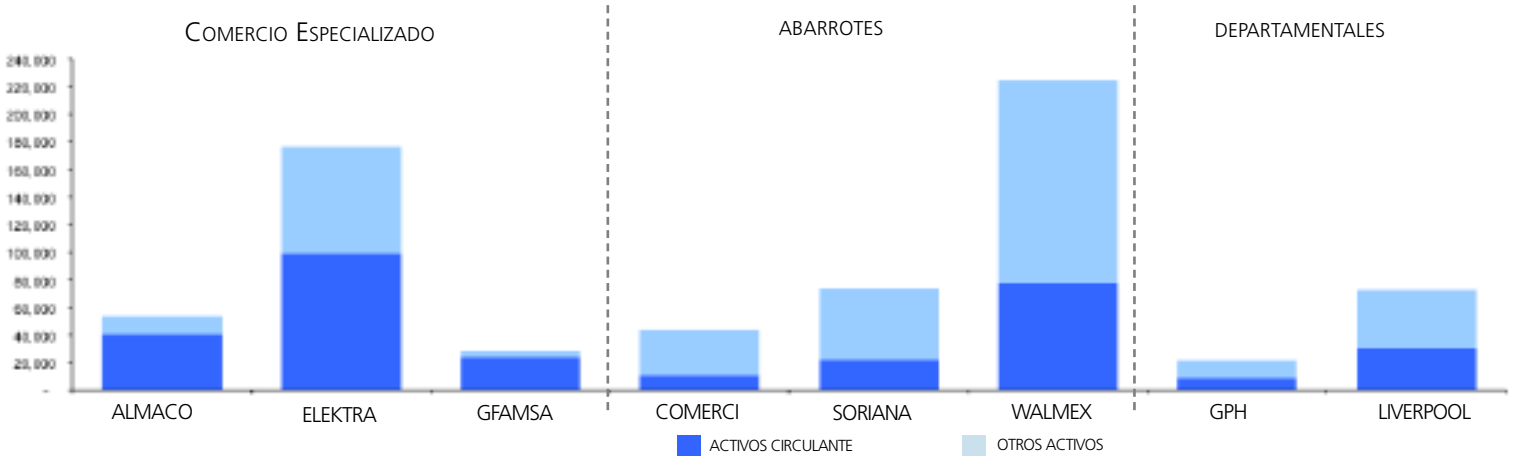

ÍNDICE GS SECTOR COMERCIO



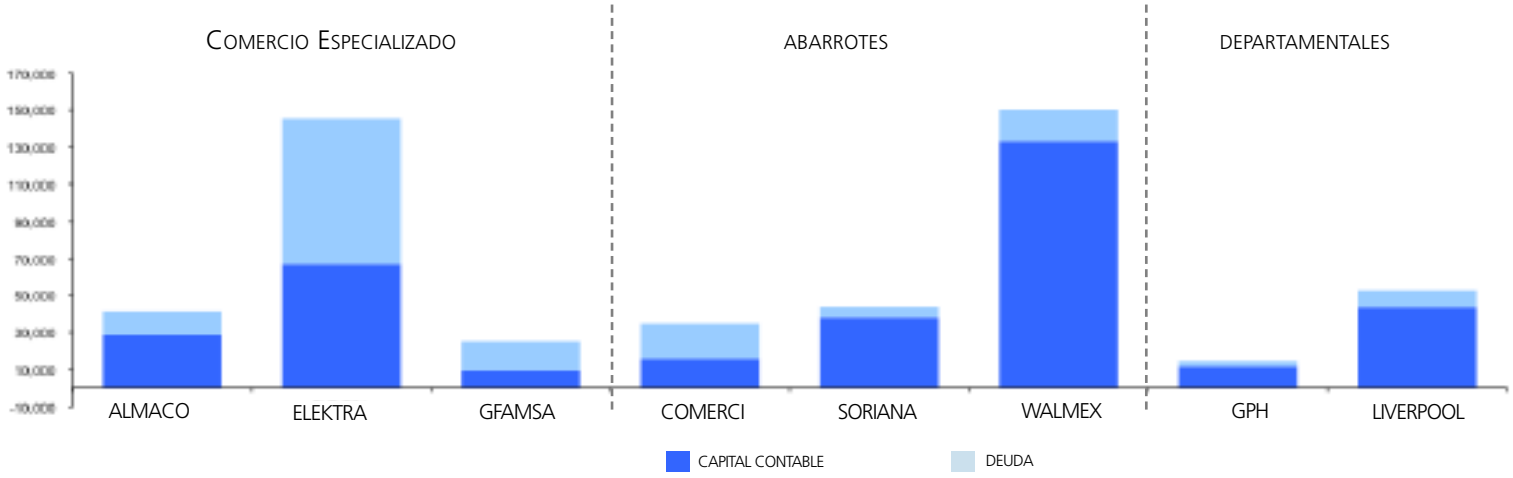
## Comparativo Industria

| | COMERCIO ESPECIALIZADO | | | ABARROTES | | DEPARTAMENTALES | | FARMACIAS | | RESTAURANTES | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ALMACO | ELEKTRA | GFAMSA | SORIANA | WALMEX | GPH | LIVERPOOL | BENAVIDES | FRAGUA | ALSEA | CMR |
| **BALANCE GENERAL** | | | | | | | | | | | |
| Activo Total | 54,040.48 | 176,652.90 | 28,321.91 | 74,084.17 | 225,026.39 | 21,828.62 | 73,023.06 | 4,164.59 | 9,971.48 | 9,407.11 | 1,657.11 |
| Activo Circulante | 40,706.26 | 99,000.59 | 24,298.69 | 22,211.40 | 77,459.72 | 8,740.70 | 30,690.02 | 2,653.60 | 5,734.57 | 4,256.71 | 238.86 |
| Efectivo e Inv.s Temp. | 5,457.24 | 52,287.94 | 1,437.25 | 3,082.11 | 25,166.39 | 1,155.26 | 2,565.51 | 303.42 | 1,524.79 | 739.38 | 128.81 |
| Inventarios | 8,583.77 | 7,608.23 | 2,011.19 | 13,742.30 | 40,163.16 | 2,846.64 | 10,109.02 | 1,715.02 | 3,628.11 | 403.13 | 38.67 |
| Pasivo Total | 25,425.86 | 109,796.07 | 19,098.75 | 36,161.74 | 91,747.78 | 10,188.94 | 29,755.66 | 2,648.70 | 4,568.16 | 6,099.36 | 573.55 |
| Pasivo Circulante | 15,696.33 | 80,446.59 | 15,142.75 | 26,455.45 | 66,594.54 | 5,480.65 | 16,599.86 | 2,579.63 | 4,142.83 | 2,150.71 | 355.67 |
| Pasivo a Largo Plazo | 7,289.95 | 11,145.00 | 3,802.68 | - | 16,387.06 | 2,352.31 | 13,155.79 | 69.07 | - | 3,877.67 | 165.74 |
| Deuda | 12,800.46 | 78,885.77 | 16,252.24 | 6,187.92 | 16,913.05 | 3,032.98 | 8,921.46 | - | - | 4,063.00 | 273.99 |
| Capital Contable | 28,614.62 | 66,856.83 | 9,223.17 | 37,922.43 | 133,278.61 | 11,639.67 | 43,975.38 | 1,515.89 | 5,403.32 | 3,307.75 | 1,083.56 |
| **RESULTADOS 3M** | | | | | | | | | | | |
| Ventas Netas | 18,175.06 | 16,238 | 3,903.19 | 26,007.11 | 107,233.06 | 5,938.66 | 19,174.03 | 2,355.05 | 5,473.52 | 2,626.30 | 471.76 |
| Resultado Bruto | 8,282.43 | 8,284 | 1,971.69 | 5,354.28 | 24,136.56 | 2,208.58 | 7,186.15 | 592.18 | 1,032.95 | 1,656.71 | 341.05 |
| Resultado Operativo | 3,195.38 | 2,089 | 312.36 | 1,657.95 | 10,369.24 | 750.30 | 3,961.51 | 105.54 | 49.73 | 158.51 | 15.48 |
| EBITDA | 3,274.97 | 2,556 | 717.20 | 2,084.03 | 12,165.96 | 872.44 | 4,254.77 | 155.86 | 122.90 | 322.69 | 48.84 |
| Result. Neto Mayoritario | - | 11,073 | 114.46 | 1,110.46 | 7,761.48 | 505.38 | 2,915.41 | 75.36 | 186.01 | 57.79 | -10.53 |
| **RESULTADOS 12M** | | | | | | | | | | | |
| Ventas Netas | 58,773.06 | 52,018.87 | 15,232.40 | 98,262.61 | 380,906.64 | 17,698.34 | 58,648.44 | 10,133.26 | 23,237.27 | 10,668.77 | 1,887.12 |
| Resultado Bruto | 27,361.54 | 27,721.57 | 7,880.65 | 20,404.12 | 83,698.52 | 6,926.36 | 23,715.66 | 2,387.45 | 4,360.98 | 6,881.17 | 1,347.77 |
| Resultado Operativo | 10,220.02 | 6,524.98 | 1,316.54 | 4,948.72 | 30,078.63 | 1,798.79 | 9,014.99 | 304.13 | 575.85 | 535.68 | 13.82 |
| EBITDA | 10,643.26 | 8,285.13 | 2,327.87 | 6,967.52 | 37,414.88 | 2,347.12 | 10,297.74 | 522.37 | 832.52 | 1,259.53 | 151.01 |
| Result.Neto Mayoritario | - | 29,912.15 | 125.76 | 3,060.22 | 22,253.85 | 1,036.77 | 6,543.37 | 210.00 | 848.55 | 202.96 | -29.52 |
| **Δ% 12M** | | | | | | | | | | | |
| Activo Total | 13.66% | 41.86% | 6.28% | 3.09% | 11.26% | 10.02% | 3.02% | 1.35% | 15.21% | 48.29% | -6.22% |
| Capital Contable | 10.32% | 76.03% | -1.14% | 4.78% | 4.49% | 2.59% | 12.00% | 10.18% | 6.48% | 2.41% | -6.31% |
| Ventas Netas | 9.90% | 34.10% | -11.91% | 2.00% | 7.86% | 14.37% | 5.51% | -4.68% | -0.35% | 8.45% | 3.16% |
| Resultado Operativo | 3.78% | 75.73% | -31.05% | -0.65% | 13.32% | 15.76% | 4.46% | 109.12% | -45.82% | 53.46% | 7.63% |
| EBITDA | 3.05% | 44.56% | -16.88% | -5.08% | 11.29% | 13.80% | 3.85% | 47.45% | -35.15% | 14.67% | 6.63% |
| **RAZONES FINANCIERAS y MÁRGENES** | | | | | | | | | | | |
| Margen Bruto (3M) | 45.57% | 51.00% | 50.51% | 20.59% | 22.51% | 37.19% | 37.48% | 25.15% | 18.87% | 63.08% | 72.29% |
| Margen Operativo (3M) | 17.58% | 38.00% | 8.00% | 6.38% | 9.67% | 12.63% | 20.66% | 4.48% | 0.91% | 6.04% | 3.28% |
| Margen EBITDA (3M) | 18.02% | 16.00% | 18.37% | 8.01% | 11.35% | 14.69% | 22.19% | 6.62% | 2.25% | 12.29% | 10.35% |
| Margen Bruto (12M) | 46.55% | 53.29% | 51.74% | 20.76% | 21.97% | 39.14% | 40.44% | 23.56% | 18.77% | 64.50% | 71.42% |
| Margen Operativo (12M) | 17.39% | 12.54% | 8.64% | 5.04% | 7.90% | 10.16% | 15.37% | 3.00% | 2.48% | 5.02% | 0.73% |
| Margen EBITDA (12M) | 18.11% | 15.93% | 15.28% | 7.09% | 9.82% | 13.26% | 17.56% | 5.16% | 3.58% | 11.81% | 8.00% |
| **ACTIVIDAD** | | | | | | | | | | | |
| Ventas12M / Act. Prom. 12M (rotación act.) | 118.9% | 35.2% | 55.3% | 136.4% | 185.1% | 86.9% | 84.1% | 263.8% | 256.3% | 146.8% | 111.1% |
| Ventas12M / CxC Prom. 12M (rotación CxC) | 2.52 | 1.63 | 0.85 | 45.42 | 106.32 | 4.85 | 3.36 | 60.15 | 361.53 | 48.84 | 66.67 |
| Días de cobro (base anual) | 144.70 | 224.25 | 428.90 | 8.04 | 3.43 | 75.31 | 108.54 | 6.07 | 1.01 | 7.47 | 5.47 |
| Cto. Vtas. 12M / CxP Prom. 12M (rot. CxP) | 8.83 | 5.43 | 4.54 | 5.21 | 7.66 | 5.48 | 4.68 | 4.18 | 6.46 | 5.21 | 6.85 |
| Días de pago (base anual) | 41.33 | 67.27 | 80.33 | 70.11 | 47.64 | 66.65 | 78.02 | 87.26 | 56.46 | 70.04 | 53.28 |
| Días de cobro - días de pago (base anual) | 103.37 | 156.98 | 348.57 | -62.07 | -44.20 | 8.66 | 30.52 | -81.19 | -55.45 | -62.56 | -47.80 |
| C.Ventas 12M / Invent. Prom. (Rot. de Inv.) | 3.71 | 3.92 | 3.58 | 6.02 | 9.00 | 3.86 | 3.49 | 5.14 | 6.65 | 9.79 | 13.30 |
| Días de Inventario (base anual) | 98.40 | 93.13 | 102.07 | 60.59 | 40.57 | 94.63 | 104.52 | 71.05 | 54.92 | 37.27 | 27.45 |
| **APALANCAMIENTO** | | | | | | | | | | | |
| Pasivo Total / Activo Total | 45.8% | 65.8% | 66.2% | 47.9% | 38.2% | 43.6% | 40.8% | 61.7% | 40.3% | 54.8% | 33.9% |
| Deuda / Activo Total | 23.7% | 44.7% | 57.4% | 8.4% | 7.5% | 13.9% | 12.2% | 0.0% | 0.0% | 43.2% | 16.5% |
| Deuda / Capital Contable Cons. | 44.7% | 118.0% | 176.2% | 16.3% | 12.7% | 26.1% | 20.3% | 0.0% | 0.0% | 122.8% | 25.3% |
| Deuda Neta / Capital Contable Cons. | 25.7% | 39.8% | 160.6% | 8.2% | -6.2% | 16.1% | 14.5% | -20.0% | -28.2% | 100.5% | 13.4% |
| Costo de la Deuda | 6.0% | 1.7% | 7.5% | 6.8% | 0.1% | 7.8% | 9.3% | nd | nd | 3.7% | 6.4% |
| (EBITDA + IG) 12M / Int. Pagados 12M | 15.25 | 6.82 | 1.92 | 17.08 | 3,662.07 | 9.98 | 12.63 | 20.71 | 15.06 | 8.44 | 8.80 |
| C.Variabilidad EBITDA (2 años) | 28.1% | 11.5% | 31.6% | 13.0% | 18.3% | 27.9% | 49.8% | 37.2% | 20.2% | 15.1% | 17.7% |
| **RENTABILIDAD** | | | | | | | | | | | |
| ROA | 0.0% | 20.2% | 0.5% | 4.2% | 10.8% | 5.1% | 9.4% | 5.5% | 9.4% | 2.8% | -1.7% |
| ROIC (contable) | 21.5% | 5.6% | 8.4% | 9.7% | 18.2% | 11.5% | 14.8% | 13.6% | 9.2% | 17.3% | 8.9% |
| ROE | 0.0% | 59.2% | 1.4% | 8.2% | 17.6% | 9.0% | 15.7% | 14.3% | 15.7% | 6.7% | -3.1% |
| Tasa Efectiva de Impuestos (12M) | 37.0% | 2.7% | na | 20.7% | 24.0% | 33.8% | 28.5% | 19.5% | 35.0% | 82.9% | na |

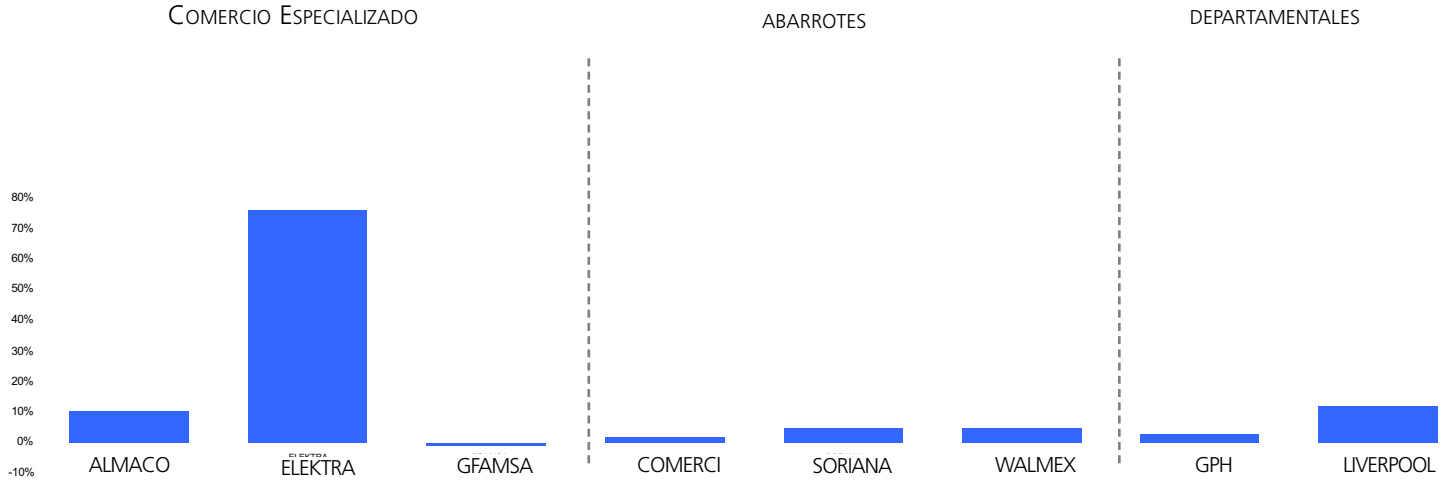
## ACTIVO TOTAL Y CIRCULANTE



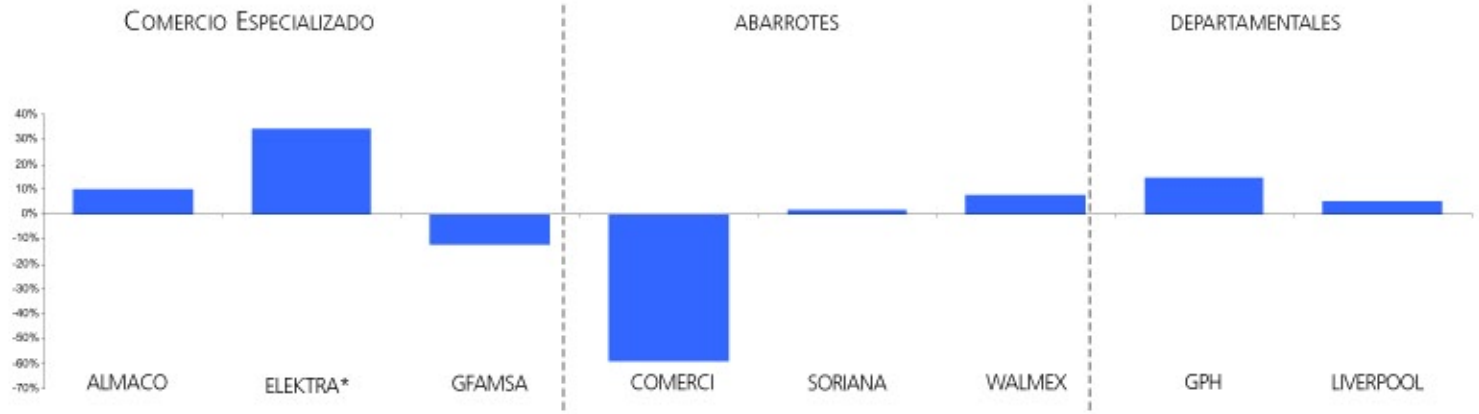

## CAPITAL CONTABLE Y DEUDA



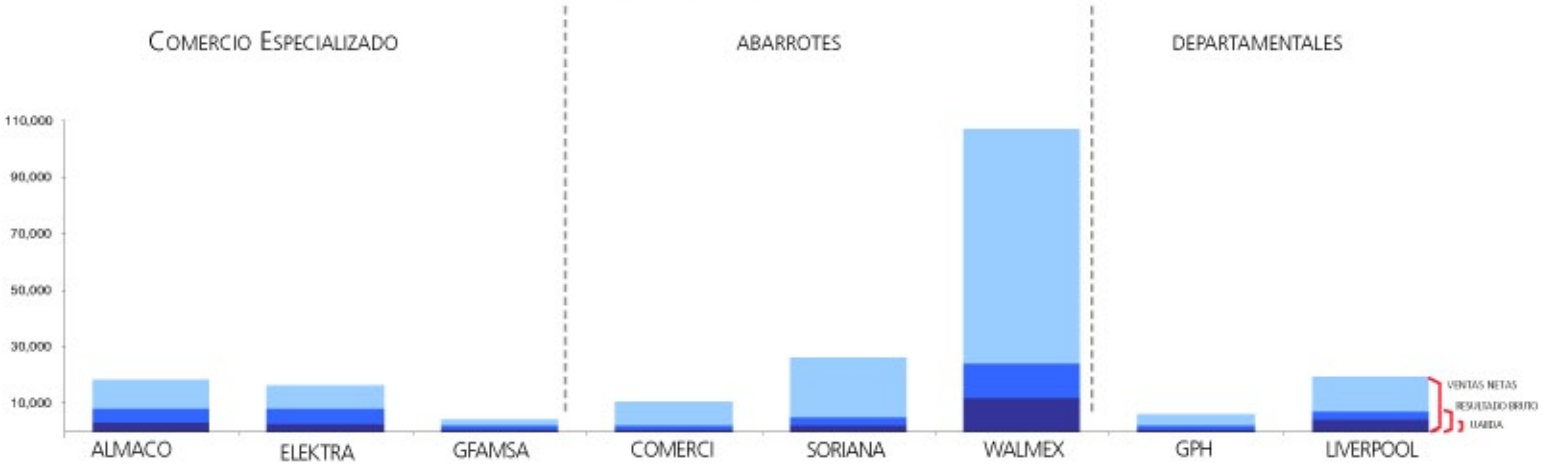

## Δ% A/A CAPITAL CONTABLE



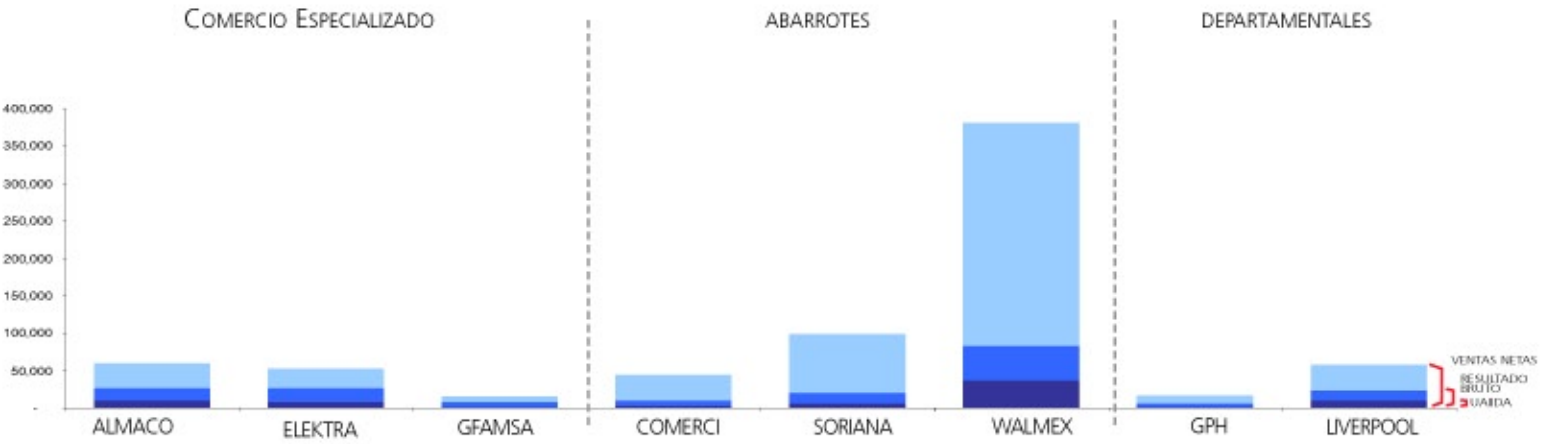
## Δ% A/A VENTAS NETAS




## RESULTADOS 3M

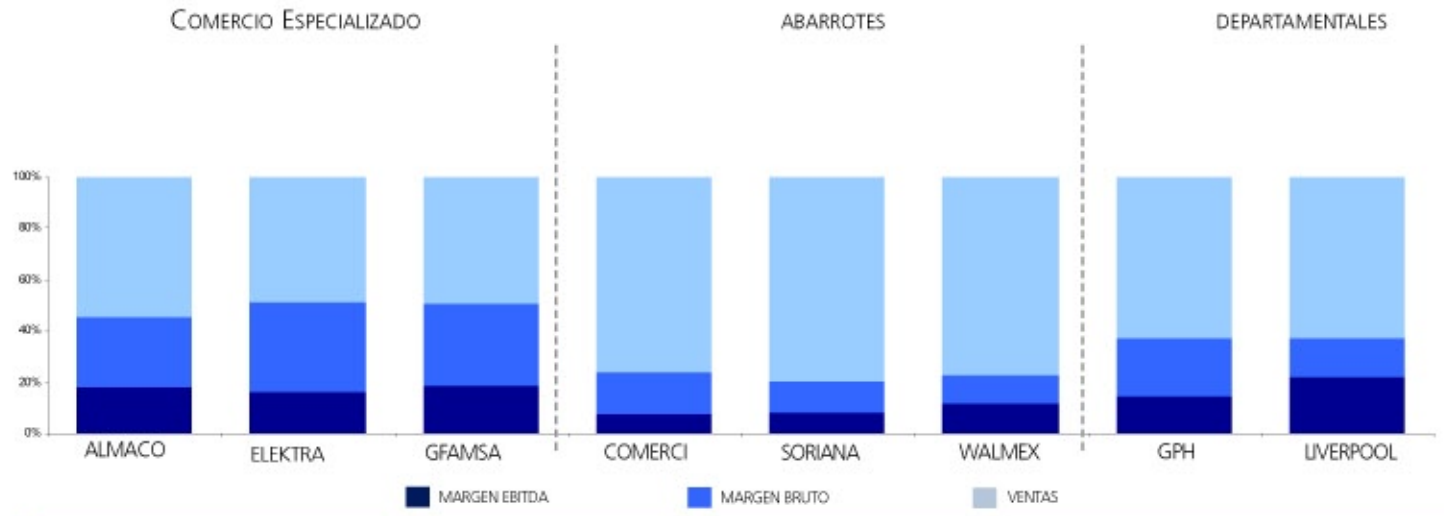



## RESULTADOS 12M

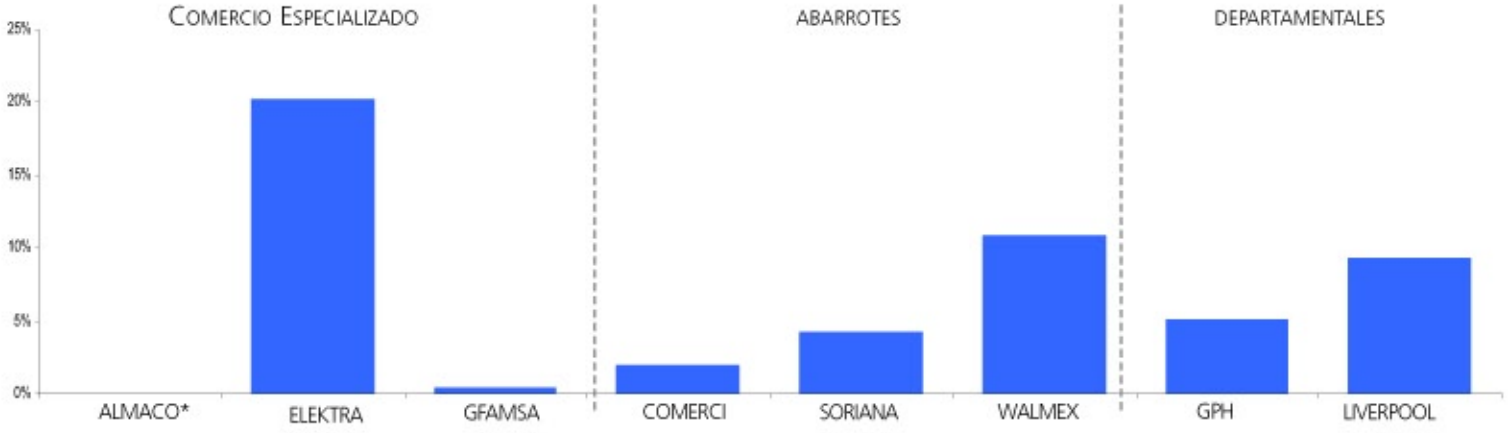



* Estimado

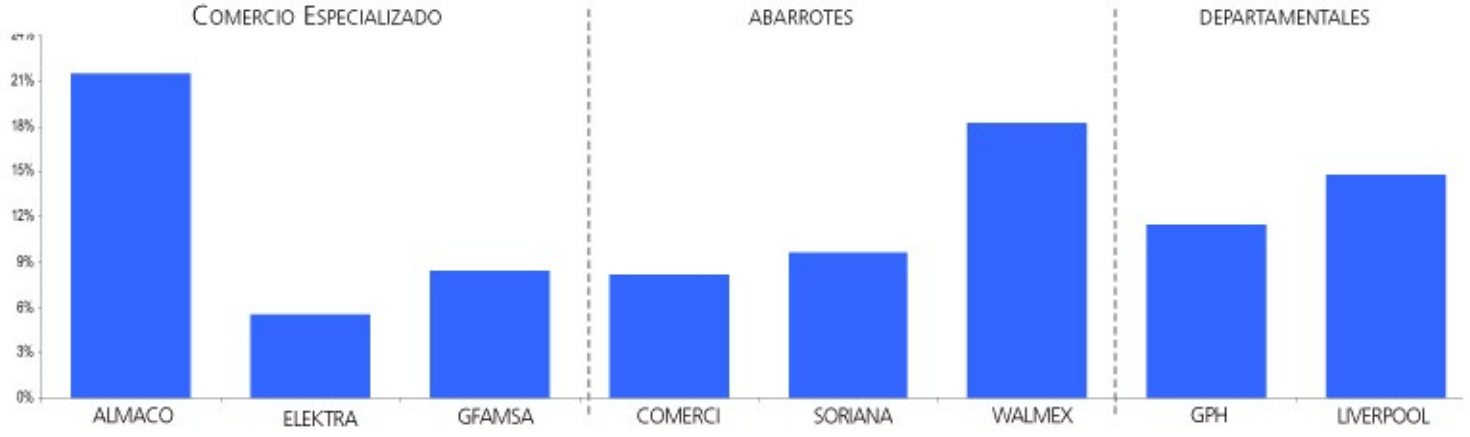
## MÁRGENES




## ROA




## ROIC (CONTABLE)




* n.d. debido a que sólo cotiza deuda

## Comentario Internacional (Retail Trimestral 2011-IV)

El Sector Comercial estadounidense se ha recuperado en los últimos doce meses, encabezado por la recuperación de la confianza del consumidor y avances en la creación de empleos. Sin embargo, persisten preocupaciones que mantienen cautelosos a los consumidores respecto al gasto discrecional: la calidad de las plazas laborales, altos niveles de rentas, bajos precios de las propiedades y estancamiento en el nivel real de los salarios.

El Índice de Confianza de los consumidores de la Universidad de Michigan se ubicó en febrero de 2012 en 75.3 puntos desde los 69.9 observados al cierre de 2011; no obstante, se encuentra lejano del umbral de 80 unidades en el cual se considera un desempeño sólido del consumo.

La cifra que imprimió el ánimo a gastar fue el desempeño de las ventas del sector durante diciembre (+0.1% m/m). Se observó un dinámico movimiento en las tiendas durante el "Viernes Negro" (+7.0% a/a en ventas), mientras que durante la posterior temporada de fiestas los resultados mermaron; las cifras se explican principalmente por la búsqueda de bajos precios y promociones que les permitieran distribuir el pago de las compras suavemente durante el año.

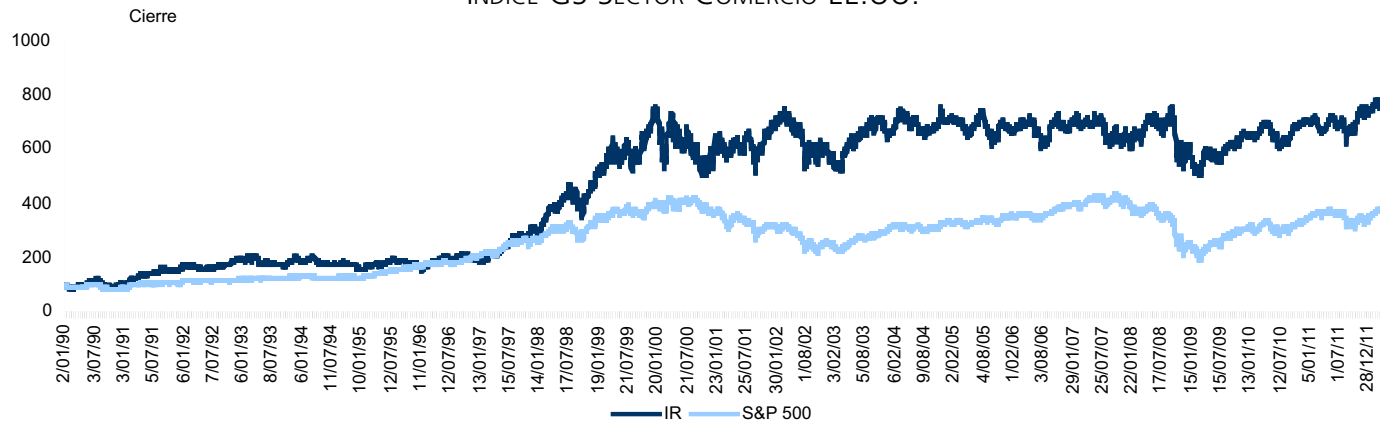
Las tiendas departamentales observaron desempeños distintos, de acuerdo al mercado objetivo, aunque en sacrificio de los márgenes de rentabilidad debido a los altos precios de los insumos. Por tipo de bienes, el sector de duraderos observó fortaleza, con reticencias importantes en el segmento de electrónicos por los altos precios derivados de las interrupciones logísticas en el mercado internacional en 2011.

Es importante señalar que las cadenas con disposición a ventas por Internet, en general, han observado buen desempeño, así como aquellas con estrategias enfocadas a dicho segmento. Las empresas que cuentan con experiencia en el formato se consolidan como las de mayor ventaja.

Las tiendas de "precio único", que mantuvieron niveles de ventas superiores a la industria durante el periodo de recuperación económica, ahora observan estabilidad en los resultados, ya que la condición económica sustenta la búsqueda de productos con mayor valor agregado, aunque tras evaluación minuciosa de las opciones de compra.

Las expectativas del sector son buenas hacia adelante, en consideración de un entorno macroeconómico estable, así como la disminución de la inestabilidad internacional (Europa). Las estrategias enfocadas en: (1) otorgar mayor valor (tanto en productos como en la experiencia de venta), y (2) equilibrar el tráfico de clientes con el ticket promedio, serán las que traigan mayores beneficios, ante un consumidor indeciso en gastar en bienes secundarios sin considerar una retribución meritoria.

Índice GS Sector Comercio EE.UU.



**GRUPO SALINAS** ES UN CONJUNTO DE EMPRESAS DINÁMICAS, DE RÁPIDO CRECIMIENTO Y A LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA, ENFOCADAS EN CREAR VALOR ACCIONARIO Y MEJORAR LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE LA EXCELENCIA. AL HACER DISPONIBLE LA TECNOLOGÍA PARA CUALQUIER NIVEL SOCIAL, **GRUPO SALINAS** FOMENTA EL DESARROLLO DE LOS PAÍSES DÓNDE OPERA.

## Directorio y Contactos

Grupo Salinas
Presidente y Fundador: Ricardo B. Salinas
CEO: Pedro Padilla

TV Azteca
CEO: Mario San Román

Azteca America
Presidente: Luis J. Echarte
CEO: Martin Breidsprecher

Grupo Elektra y Banco Azteca
CEO: Carlos Septién

Afore Azteca y Seguros Azteca
CEO: José Luis Paz

Grupo Iusacell
CEO: Adrian Steckel

Luis J. Echarte
GS - Director de Estrategia Financiera
(5255) 1720-5777

Bruno Rangel
GS - Director de Relación con Inversionistas
(5255) 1720-9167
jrangelk@gruposalinas.com.mx

Elena Arceo
GS - Análisis Financiero
(5255) 1720-7000 xt. 72510
mearceo@tvazteca.com.mx

Diseño:
Linda Garcidueñas S.

Noticias:
Alejandro Vázquez M.

Producido por:
SIGNUM RESEARCH
www.signumresearch.com

Este documento, y la información, opiniones, pronósticos y recomendaciones expresadas en él, fue preparado por Grupo Salinas para proporcionar a sus socios, proveedores, clientes y empleados información económica y financiera general en torno a la fecha de emisión del reporte y están sujetos a cambios sin notificación previa. Grupo Salinas no asume la responsabilidad de notificar sobre dichos cambios o cualquier otro tipo de actualización del contenido. Este documento y su contenido no constituyen una oferta, invitación o petición de compra o suscripción de ningún título o instrumento, ni a tomar o abandonar inversiones.

Los documentos de este reporte están basados en información pública que se ha obtenido de fuentes que se consideran fidedignas pero sin ninguna garantía, ni expresan de manera explícita o implícita su exactitud o integridad. Grupo Salinas ni ninguna de sus empresas aceptan responsabilidad alguna por ningún tipo de pérdidas directas o indirectas que pudieran generarse por el uso del presente documento.