



LAS COMPAÑÍAS DE GRUPO SALINAS GENERARON INGRESO AGREGADO SUPERIOR A US\$5 MIL MILLONES EN 2006

—EBITDA Conjunto Mayor a US\$1 Mil Millones—

**—Generan Riqueza Creciente en Siete Países,
y Anticipan Expansión a Nuevos Mercados—**

PARA SU DISTRIBUCION INMEDIATA

Ciudad de México, 2 de enero de 2007—Grupo Salinas, un grupo de empresas dinámicas, de alto crecimiento, con tecnología de punta, y fuertemente comprometidas con la modernización de los países en que operan, indicó hoy que 2006 representó un año de fuerte crecimiento y rentabilidad para la mayoría de los negocios que forman parte de la organización.

“Continuamos con el sólido desempeño en 2006, debido a nuestro enfoque en lograr rentabilidad óptima a través de agregar el máximo valor a la sociedad,” comentó Ricardo B. Salinas, Presidente y Fundador de Grupo Salinas. “Nuestro crecimiento fue sobresaliente, y promovió la competitividad en las industrias en que opera, lo que generó beneficios tangibles en el bienestar de siete países en los que tenemos presencia”.

“Nuestros negocios compiten con empresas bien posicionadas en los sectores de medios, telecomunicaciones, comercio especializado y servicios financieros, a través de operaciones eficientes y servicios de clase mundial,” añadió el señor Salinas. “Esta competencia genera satisfactores superiores y nos permite que los bienes y servicios que ofrecemos sean accesibles al mayor número posible de consumidores en las comunidades en que operamos”.

La empresa más grande en cuanto a ingresos y EBITDA en 2006, fue Grupo Elektra—líder en comercio especializado y servicios financieros en Latinoamérica—que continuó llevando bienestar a millones de familias, a quienes ofreció mercancías y servicios en las mejores condiciones de precio y calidad, a través de una extensa red de distribución con más de mil puntos de venta. Su división comercial vendió uno de cada cuatro televisores comercializados en México, modificó estándares de transporte en América Latina con la venta de un volumen importante de motocicletas ofrecidas en diversos mercados a lo largo de la región, y manejó cerca del 10% de las transferencias electrónicas de dinero de EUA hacia México, que en conjunto, representan cerca de US\$23 miles de millones.

Banco Azteca, la división financiera de Grupo Elektra, fue particularmente dinámica; ya que celebró su cuarto año de operaciones con crecimiento de dos dígitos en ingresos financieros, en captación y en colocación, y más de 1,500 sucursales bancarias en México y Panamá.

Banco Azteca otorgó más de 12,000 créditos por día y abrió 7,000 cuentas de captación en forma cotidiana, con lo que sumó más de seis millones de cuentas de colocación y el mismo número en captación. La división financiera continuó con el fuerte apoyo a los segmentos no atendidos por instituciones financieras tradicionales.

Aunado a créditos que se relacionan con la venta de mercancías, Grupo Elektra expandió el programa del Empresario Azteca, microfinanciamiento que permitió a 80,000 pequeños emprendedores formar un negocio, emplearse a sí mismos y generar empleos para otros, contribuyendo a generar riqueza en familias de escasos recursos.

Las perspectivas de Grupo Elektra son alentadoras en México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú, países donde ya tiene presencia, así como en Argentina donde espera comenzar a operar en 2007. La compañía también tiene planes de expansión hacia otros países de América Latina en años subsecuentes.

En el sector de medios, TV Azteca—uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo—continuó generando programación superior. Su popular contenido se tradujo en 40% de participación de audiencia comercial en el día completo en México, lo que fue determinante en la preservación de la tendencia creciente en ventas domésticas y en EBITDA. Los ingresos en México se complementaron con ventas de Azteca America—la cadena de televisión abierta propiedad de la compañía enfocada en el mercado hispano en EUA—que crecieron de manera firme y fueron sustancialmente mayores comparadas con el desempeño del mercado publicitario hispano en EUA.

El potencial de Azteca America es notable, cuenta con cobertura nacional bajo criterio de Nielsen, llegando a mercados que representan 90% de la población hispana en EUA, su contenido atrae a audiencias con demográficos superiores, y brinda posibilidades únicas de publicidad integrada a sus clientes, en uno de los mercados de televisión más dinámicos del mundo.

Desde el punto de vista financiero, TV Azteca continuó distribuyendo efectivo a sus accionistas, y en 2006 realizó desembolsos por US\$90 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 sumaron US\$495 millones, equivalentes a un retorno acumulado de 22% con base en precios de mercado al cierre del año.

La empresa de telefonía celular, Iusacell, se transformó en una historia de éxito bajo la administración de Grupo Salinas, y ofreció modernas aplicaciones de 3G para personas y empresas, en su plataforma CDMA-EVDO. Logró un desempeño sobresaliente en ingresos y rentabilidad, así como un fortalecimiento notable en su estructura de capital. Iusacell cuenta con 2.1 millones de suscriptores, y uno de los niveles de ARPU más elevados del mercado de telefonía celular en México.

En la primera mitad de 2007, Iusacell espera consolidar operaciones con Unefon, la compañía de telefonía celular enfocada en el mercado masivo en México, con 1.3 millones de suscriptores, que también es propiedad de Grupo Salinas. Iusacell y Unefon son los únicos proveedores de servicios de comunicación inalámbrica con tecnología CDMA en México, y han desarrollado atributos óptimos para los segmentos del mercado en que participan. La perspectiva de sumar esfuerzos en ambas compañías, brinda la posibilidad de crear el segundo mayor proveedor de telefonía inalámbrica en México, que desarrollará una gran variedad de aplicaciones multimedia, a gran escala.

“Estamos seguros que habrá grandes retos en 2007, y esperamos continuar con el enfoque en sólido crecimiento con rentabilidad superior durante el año”, agregó el señor Salinas. “Con programas innovadores, el entusiasmo y esfuerzo de mis más de 50,000 compañeros de trabajo, tendremos un año más de desarrollo para nuestra organización, nuestros socios, nuestros clientes, y para las sociedades de los países en que operamos”.

Perfil de Grupo Salinas

Grupo Salinas (www.gruposalinas.com) 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 (www.tvazteca.com.mx ; www.irtvazteca.com) Azteca America (www.aztecaamerica.com), Grupo Elektra (www.grupoelektra.com.mx), Banco Azteca (www.bancoazteca.com.mx), Afore Azteca (www.aforeazteca.com.mx), Seguros Azteca (www.segurosazteca.com.mx), Iusacell (www.iusacell.com), Unefon (www.unefon.com.mx), Movil@ccess (www.movilaccess.com), y Todito.com. 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