



DESEMPEÑO SOBRESALIENTE DE COMPAÑÍAS DE GRUPO SALINAS EN 2009

—Banco Azteca fortalece dinámico crecimiento, captación crece doble dígito y se alcanzan ocho millones de cuentas de depósito—

—TV Azteca genera parrillas de programación aún más exitosas, participación de audiencia comercial llega a 40% en el día completo—

—Grupo Iusacell desarrolla aplicaciones tecnológicas sin paralelo en México—

Ciudad de México, 4 de enero de 2010. Grupo Salinas, conjunto de empresas dinámicas, de alto crecimiento, con tecnología de punta, y fuertemente comprometidas con la modernización de los países en que operan —fundado por el empresario Ricardo Salinas (www.ricardosalinas.com)— anunció hoy que 2009 fue de nuevo un año de sólidos avances en sus empresas: Grupo Elektra, Banco Azteca, TV Azteca y Grupo Iusacell.

Grupo Elektra —la empresa líder en financiamiento al consumo y comercio especializado en Latinoamérica— impulsó su sólida expansión geográfica, a través del inicio de operaciones de Banco Azteca en El Salvador en julio pasado, con la apertura simultánea de 29 sucursales. Con las operaciones en El Salvador, se fortalecen aún más las perspectivas positivas de la compañía en el exterior y se consolida con éxito su presencia en siete países de América Latina, además de México.

Banco Azteca es la subsidiaria financiera más importante de Grupo Elektra, y se posicionó como una de las instituciones bancarias más relevantes en México, al alcanzar 10 millones de cuentas de crédito y 8 millones de cuentas de captación. La gran cantidad de cuentas de préstamo incide positivamente en la calidad de los activos —ya que el impago potencial de algunas cuentas se diluye entre un gran número de clientes— y el amplio número de depositantes fortalece



la liquidez del Banco. La calidad de la cartera de Banco Azteca fue sobresaliente en el segmento de instituciones financieras enfocadas en la base de la pirámide.

En cuanto a la presencia de Grupo Salinas en la industria de televisión abierta, TV Azteca —uno de los dos mayores productores de contenido para televisión en español en el mundo— fortaleció aún más sus sólidos fundamentos. Logró una participación de audiencia comercial de 40% en el día completo en 2009, aun mayor en comparación con el año previo, en el marco de su exitosa programación en horario estelar y en fin de semana, entre la que destacaron sus novelas de éxito, el noticiario de la noche y *La Academia*, su probado *reality show* musical, entre muchos otros programas.

Por su parte, Azteca America —la cadena de televisión abierta propiedad de TV Azteca, enfocada en el mercado hispano en los Estados Unidos— continuó su firme crecimiento e incrementó en doble dígito los niveles de audiencia en tiempo estelar, así como sus ingresos, a pesar del entorno económico adverso.

En el sector de telecomunicaciones, Grupo Iusacell —el primer proveedor de servicios celulares inalámbricos de tercera generación con cobertura nacional en México— desarrolló aplicaciones tecnológicas sin paralelo en el país.

Una aplicación de importancia fundamental es *Geocontrol* —que permite actualmente a miles de usuarios administrar a distancia funciones esenciales de la operación de un negocio, como levantar pedidos con un control preciso del inventario o portar catálogos de productos en el teléfono móvil. Otra herramienta es *Taxista Vigilante* —a través de la cual miles de taxistas chiapanecos reportan denuncias en beneficio de la comunidad, como accidentes, riñas callejeras o fugas de agua, a través de mensajes de texto y fotografías, utilizando el celular.

Otro producto relevante es *Red Móvil Azteca* —que permite realizar pagos de servicios, transferencias de dinero, consultas de saldos y movimientos bancarios, así como compra de tiempo aire, a través del celular. Finalmente el servicio *BAM*, conectividad inalámbrica móvil de banda ancha a Internet, sumó más de 100,000 usuarios, gracias a que brinda la mayor velocidad de transmisión de datos en México.

Las compañías de Grupo Salinas tomaron acciones oportunas para seguir fortaleciendo su eficiencia operativa en el difícil entorno actual, a través de importantes reducciones de costos y gastos, lo que generó en muchos casos niveles de rentabilidad sobresalientes.



Comunicado de Prensa



Grupo Salinas también sumó esfuerzos a través de Fundación Azteca para mejorar la calidad de vida de miles de familias. Por medio de cinco *Movimientos Azteca* —campañas por televisión para incentivar donativos— se benefició a casi 800,000 personas que requerían alimentos, atención médica y apoyo social, a través de una recaudación de recursos por Ps.218 millones. Se contribuyó también a la construcción de una nueva ciudad rural para combatir la marginación en Chiapas, y se creó conciencia sobre la necesidad de un mejor entorno a través de *Limpiemos Nuestro México*, que movilizó a más de un millón de personas en la recolección de 3,500 toneladas de basura. Los esfuerzos de Fundación Azteca no sólo mejoraron el bienestar de familias en México, sino que se extendieron a EUA, Perú y Guatemala.

Grupo Salinas tiene más de 100 años de agregar valor en las comunidades en que opera, y aprovecha los constantes cambios del entorno para generar oportunidades de crecimiento. El Grupo considera que tiene una posición sin paralelo para continuar con un sólido desempeño y con resultados sobresalientes en 2010.

