



Resultados Segundo Trimestre de 2007 BMV; GFAMSA

Monterrey, México, a 26 de Julio de 2007.- Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. (BMV:Gfamsa).

Resultados de operación consolidados para el segundo trimestre de 2007, comparado con el mismo periodo de 2006, así como en forma acumulada por los periodos de 2006 y 2007 (En millones de Pesos al 30 de Junio de 2007).



Carta del Director

El Lic. Humberto Garza Valdéz, Director General de Grupo Famsa, comentó. Durante el segundo trimestre de 2007 la desaceleración del consumo en México se manifestó en forma continua durante los meses de abril, mayo y junio, aunado a lo anterior, el trimestre comparable para 2006 reflejo una fortaleza extraordinaria motivada por el periodo de elecciones, el cual por su naturaleza origina un alto gasto mismo que se traduce en una mayor actividad económica. Adicionalmente la Copa del Mundo 2006 origino una fuerte demanda de productos electrónicos poniendo así una referencia elevada para este periodo. Por lo cual el nivel de ventas para este trimestre fue menor al esperado.

En relación con el mercado hispano en Los Estados Unidos, este mostró una gran fortaleza misma que se reflejo en un importante crecimiento para nuestro indicador Ventas Mismas Tiendas. Así mismo hemos consolidado nuestra operación a través de lograr mayores economías de escala mediante el apalancamiento de nuestra infraestructura instalada.

En cuanto a nuestro programa de expansión de Nuevas Tiendas, durante el segundo trimestre de 2007, 12 Nuevas Tiendas fueron puestas en operación en México. Para los Estados Unidos 1 Nueva Tienda se abrió en forma orgánica en adición a la adquisición de la operación de 12 tiendas (La Canasta), concluyendo así el primer semestre de 2007 con 28 Nuevas Tiendas (14 México y 14 E.E.U.U.).

	1T07	2T07	Total (T.N.)	Total al 2T07
México	2	12	14	336
E.E.U.U.	1	13	14	38

En referencia a Banco Ahorro Famsa, como habíamos informado, las aperturas de sucursales bancarias se han venido realizado en forma gradual iniciando en la Ciudad de Torreón Coahuila con 7 sucursales, continuando en la Ciudad de Monterrey con 36 sucursales y actualmente realizando aperturas en la Ciudad de México contando con 2 sucursales al cierre del segundo trimestre de 2007 concluyendo así el 2T07 con 45 sucursales bancarias. Seguiremos trabajando en este plan de aperturas para finalizar el año con una cobertura en tiendas aproximada de un 70%. Así mismo y con la intención de ir un paso adelante en la apertura de sucursales bancarias, durante el segundo trimestre de 2007 implementamos los servicios de préstamo personal en las sucursales que normalmente operábamos este servicio a través de G.E. Money, transfiriendo los módulos y su operación a Banco Ahorro Famsa. Al cierre del segundo trimestre de 2007, contábamos ya con 57 módulos de préstamo personal.

	1T07	2T07	Total	Ciudades
Sucursales Bancarias	15	30	45	3
Módulos de Préstamo Personal	0	57	57	9

Los productos que actualmente se ofrecen son; por el lado de **captación**; cuenta de ahorro, la cual opera a través de depósitos en cuenta con tarjeta de débito, e inversiones con plazo y tasa de rendimiento fijo. Con relación a la **colocación**, al día de hoy estamos ofreciendo únicamente préstamos personales, estimamos iniciar con crédito al consumo durante el mes de Octubre del

presente año. La evolución de los productos que al día de hoy ofrecemos en Banco Ahorro Famsa, a sido superior a nuestros estimados originales tanto por el saldo promedio, como por el número de cuentas, de igual forma para la captación como para la colocación.

Consideramos que con la experiencia actual y la muestra que tenemos en operación (Torreón, Monterrey e inicio en CD México) no es prudente hacer conclusiones para el futuro desarrollo de Banco Ahorro Famsa. Es importante mencionar que al día de hoy, los esfuerzos y actividades publicitarias han sido en forma parcial y únicamente para las ciudades de Torreón y Monterrey, una campaña más agresiva y sistemática se implementara en el ámbito nacional cuando logremos una mayor cobertura de sucursales bancarias en nuestra actual red de tiendas. Tiene sentido pensar que una vez iniciados estos esfuerzos en publicidad, experimentaremos un mayor flujo de clientes dentro de nuestras sucursales bancarias.

Con la intención de lograr un servicio de calidad y una operación homogénea entre Banco Ahorro Famsa y nuestra área comercial, estamos capacitando en forma significativa a todo nuestro personal bancario para asegurar así el éxito en la transición de Famsa a Banco Ahorro Famsa con relación al crédito al consumo así como en la operación de los nuevos sistemas y servicio integral al cliente.

INFORMACIÓN FINANCIERA SELECCIONADA

Ventas Netas

Las ventas netas de Famsa se incrementaron en \$244.7 millones de pesos, lo que represento un 7.7%, de \$3,159.0 durante el 2T06 a \$3,403.7 millones de pesos para el 2T07. Dicho crecimiento principalmente refleja un incremento en el volumen de ventas como consecuencia las nuevas tiendas.

Al cierre del segundo trimestre de 2007 las ventas netas acumuladas tuvieron un incremento de \$602.1 millones de pesos lo que represento un 10.5%, de \$5,731.7 durante el segundo trimestre de 2006 a \$6,333.8 millones de pesos para el segundo trimestre de 2007.

VENTAS	2T06	2T07	2T06 Seis Meses	2T07 Seis Meses
Ventas Netas	3,159.0	3,403.7	5,731.7	6,333.8

	Segundo Trimestre	
	2006	2007
Numero de Tiendas	333	374
Piso de Ventas (metros cuadrados)	389,606	466,866

	Segundo Trimestre	Segundo Trimestre (Acumulado)
Crecimiento Mismas Tiendas (porcentaje)		
<i>México</i>	(2.9%)	0.3%
<i>USA</i>	16.2%	13.4%

Las ventas en mismas tiendas menudeo para el segundo trimestre de 2007, tuvieron un incremento de \$117.0 millones de pesos, de los cuales \$10.9 millones corresponden a ventas realizadas en México y \$106.1 millones a ventas en los EEUU.

Costos de ventas

Para el 2T07, los costos de ventas se incrementaron en \$47.7 millones de pesos, lo que represento un 2.7%, de \$1,791.0 millones durante el 2T06 a \$1,838.7 millones de pesos para el 2T07. El Costo de Ventas como porcentaje de las ventas, disminuye de 56.7% durante el 2T06, a 54.0% para el 2T07.

Utilidad Bruta

La Utilidad Bruta consolidada incremento en \$197.0 millones de pesos, lo que represento un 14.4%, de \$1,368.1 durante el 2T06 a \$1,565.1 millones de pesos para el 2T07. Esta mejora es reflejo de una mayor participación de venta a crédito así como a la promoción de mayores plazos en el crédito.

Gastos de Operación

Durante el 2T07 los Gastos de Operación se incrementaron en \$173.0 millones de pesos, o 16.4%, a \$1,224.6 millones de pesos de \$1,051.6 millones de pesos para el mismo periodo en 2006. Dicho incremento principalmente refleja mayores gastos relacionados con la apertura de 41 nuevas tiendas entre el 1 de Julio de 2006 al 30 de Junio de 2007, así como a los gastos relacionados con la apertura de 13 nuevas tiendas abiertas durante el 2do trimestre de 2007 y 12 nuevas tiendas por abrir durante los siguientes meses del presente año, en adición a gastos relacionados con el inicio de operación de las 12 tiendas adquiridas (La Canasta).. Este incremento en los gastos de operación incluye un aumento de \$110.2 millones de pesos por concepto de salarios y prestaciones, \$28.2 millones de pesos en rentas de edificios e inmuebles, \$8.5 millones de pesos de gastos por servicios (teléfonos, luz, agua y gas entre los más importantes), \$5.5 millones de pesos por depreciación y amortización, así como \$20.6 millones de pesos por otros gastos incluyendo gastos relacionados con Banco Ahorro Famsa. En forma acumulada, los Gastos de Operación para el 2T07 fueron de \$2,300.2 millones o 16.4% mayores en comparación con el mismo periodo de 2006 en donde estos fueron de \$1,976.8 millones.

EBITDA

El EBITDA incrementó en \$29.5 millones de pesos, lo que represento un 7.7%, de \$385.0 millones durante el 2T06 a \$414.5 millones de pesos para el 2T07. En forma acumulada el EBITDA incrementó en \$69.5 millones de pesos lo que represento un 10.3%, de \$675.7 millones de pesos durante el segundo trimestre de 2006 a \$745.2 millones de pesos para el segundo trimestre de 2007.

EBITDA	2T06	2T07	2006 Seis Meses	2007 Seis Meses
EBITDA	385.0	414.5	675.7	745.2
Margen	12.2%	12.2%	11.8%	11.8%

Costo integral de financiamiento

El gasto atribuible al costo integral de financiamiento neto incrementa en \$45.9 millones de pesos, equivalentes a un 36.6%, de \$125.4 millones de pesos durante 2T06 a \$171.3 millones de pesos para el 2T07. En forma acumulada el Costo Integral de Financiamiento incrementa de \$265.5 millones de pesos a \$292.1 para el 2T07 lo que representa un incremento del 10.0%. Este incremento se da principalmente por una base de comparación baja ya que al 2T06 una cantidad significativa de deuda con costo se había liquidado derivado de la oferta pública accionaria.

Costo Integral de Financiamiento	2T06	2T07	2006 Seis Meses	2007 Seis Meses
Costo Financiero	128.4	150.6	268.9	275.2
Ingreso Financiero	(9.5)	(5.3)	(14.3)	(12.1)
Paridad Cambiara (utilidad) perdida, neta	2.0	18.9	3.6	13.3
(Utilidad) perdida por posición monetaria	4.5	7.1	7.3	15.7
Costo Integral de Financiamiento Neto	125.4	171.3	265.5	292.1

Gastos por Impuesto Sobre la Renta

El gasto por Impuesto Sobre la Renta, disminuyó en \$38.6 millones de pesos a \$61.2 al 2T07 de \$99.9 durante el 2T06, lo que represento un (38.7%). En términos acumulados al 2T07 los gastos relacionados al ISR fueron de \$50.8 millones de \$101.5 millones de pesos para al 2T06, lo que represento una disminución del 49.9%.

Utilidad Neta Consolidada

Durante el 2T07, Grupo Famsa generó una Utilidad Neta Consolidada de \$96.9 millones de pesos comparado con una Utilidad Neta de \$86.5 millones durante el 2T06, lo que represento un incremento de 12.1%. En términos acumulados, la Utilidad Neta incrementa en \$53.9 millones de pesos lo que represento un 27.1%, de \$198.7 millones de pesos durante el 2T06 a \$252.6 para el segundo trimestre de 2007. Este incremento se ve beneficiado por una mejora en margen bruto.

Utilidad Neta	2T06	2T07	2006 Seis Meses	2007 Seis Meses
Utilidad Neta	86.5	96.9	198.7	252.6

Cuentas Por Cobrar

Las Cuentas por Cobrar de Grupo Famsa se incrementaron en \$1,573.6 millones de pesos lo que represento un 23.4%, de \$6,737.2 millones de pesos a \$8,310.8 millones de pesos para el 2T07. Esto como consecuencia del incremento en nuestras ventas a crédito así como el plazo en estas. Es importante mencionar que hemos mantenido el mismo porcentaje de reserva para cuentas incobrables, el cual representa el 2.3% para México de las ventas a crédito y el 5.5% en los EEUU. La mezcla de ambos da como resultado un índice menor al 3.0% de las ventas a crédito.

Inventarios

Los Inventarios para el 2T07 se incrementaron en \$312.3 millones de pesos, lo que represento un 15.5%, de \$2,014.3 millones de pesos durante el 2T06 a \$2,326.6 millones de pesos para el 2T07. Este incremento en Inventarios es debido al crecimiento en ventas, así como a una mayor área de exhibición como consecuencia de 41 nuevas tiendas (12 meses).

Proveedores

Durante el 2T07, la cuenta de proveedores disminuye en \$12.2 millones de pesos, de \$1,500.4 millones de pesos durante el 2T06 a \$1,488.2 millones de pesos para el 2T07.

Deuda con Costo Neta

La Deuda Con Costo Neta de la Compañía para el 2T07, incrementa en \$1,881.1 millones de pesos, lo que representa un 65.0% al pasar de \$2,893.2 millones de pesos durante el 2T06 a \$4,774.3 millones de pesos para el 2T07. Este incremento se debe a un comparativo de 2T06 en el cual derivado de la colocación pública, se liquidó una cantidad considerable de deuda. La deuda adicional (al comparar 2T06 vs 2T07) se ha tomado nuevamente para los siguientes propósitos: fondeó de cartera, inventario y activo fijo entre los más importantes.

Capital Contable

El Capital Contable de la Compañía reflejó un incremento de \$469.8 millones de pesos, lo que representó un incremento del 8.3% de \$5,647.9 millones de pesos durante el 2T06 a \$6,117.6 millones de pesos para el 2T07.

Anexo I

Información Selecta por Segmento (periodo de seis meses).

Ventas Netas Por Segmento (En millones de Pesos al 30 de Junio de 2007)			Periodo de Seis Meses	
			2006	2007
Ventas Menudeo México			4,814.9	5,072.4
Ventas Menudeo EEUU			853.6	1,212.5
Otros Negocios			567.3	506.7
Total Ventas Netas Segmentos			6,235.8	6,791.6
Operaciones Inter-Segmentos			(504.1)	(457.8)
Total Ventas Netas Consolidadas			\$5,731.7	\$6,333.8

Ventas Netas Por Segmento (Porcentaje)			Periodo de Seis Meses	
			2006	2007
Ventas Menudeo México			84.0%	80.1%
Ventas Menudeo EEUU			14.9%	19.1%
Otros Negocios			9.9%	8.0%
Total Ventas Netas Segmentos			108.8%	107.2%
Operaciones Inter-Segmentos			(8.8%)	(7.2%)
Total Ventas Netas Consolidadas			100.0%	100.0%

EBITDA (En Millones de Pesos al 30 de Junio de 2007)			Periodo de Seis Meses	
			2006	2007
EBITDA Menudeo México			585.3	596.9
EBITDA Menudeo EEUU			37.6	102.3
Otros Negocios			26.4	13.2
Total EBITDA Segmentos			649.3	712.4
Operaciones Inter-Segmentos			26.4	32.8
Total EBITDA Consolidado			\$675.7	745.2

