

**LA COMER, S.A.B. DE C.V. (BMV: LACOMER)
ANUNCIA HOY SUS RESULTADOS AL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2016**

Ciudad de México a 27 de julio de 2016. La Comer S.A.B. de C.V., en lo sucesivo La Comer (BMV:LACOMER), compañía controladora que opera en el sector detallista a través de supermercados ofreciendo productos de abarrotes, perecederos y farmacia, anunció hoy los resultados del segundo trimestre de 2016.

Resultados del segundo trimestre 2016

Puntos relevantes:

- ✓ Incremento en ventas totales en el segundo trimestre 2016 de 5.8%
- ✓ Incremento en ventas mismas tiendas en el trimestre de 4.7%
- ✓ Margen EBITDA de 6.5%
- ✓ Las 55 tiendas presentan ya el cambio a la imagen de La Comer

	Segundo trimestre - IFRS	
	2016	%
Ventas netas	3,768.9	100.0
Costo de ventas	2,875.2	76.3
Utilidad bruta	893.7	23.7
Gastos generales	849.4	22.5
Utilidad de operación	44.3	1.2
EBITDA ¹	246.2	6.5
Gastos e ingresos financieros	39.0	1.0
Operaciones discontinuas	13.5	0.4
Impuestos	25.6	0.7
Utilidad neta	71.3	1.9
Capex ²	528.5	
Venta Mismas Tiendas %	4.7	
Clientes (miles)	14,822	
Número de tiendas	55	
Área de venta en m ²	249,889	

Millones de pesos mexicanos

(1) EBITDA se refiere a la utilidad en operación antes de depreciaciones y amortizaciones.

(2) Capex se refiere a gastos de capital, son aquellas inversiones en inmuebles, planta y equipo, y otras de carácter permanente.

Resultados Trimestrales

Las 54 tiendas producto de la escisión, inician operaciones de manera independiente el 1º de enero de 2016. Para el mismo periodo del segundo trimestre de 2015, 54 de las 55 tiendas con las que actualmente cuenta la empresa, pertenecían a Comerci, junto con 143 tiendas de otros formatos que se vendieron a Soriana. Cualquier comparación con las cifras de 2015 tiene que ser considerada como una estimación de la administración en el desempeño de las 54 tiendas como parte de Comerci. El desempeño de las 54 tiendas como parte de Comerci, podría diferir sustancialmente de su rendimiento operativo de forma independiente.

Ventas

Para el segundo trimestre de 2016, las ventas netas consolidadas de las 55 tiendas ascendieron a \$3,768.9 millones de pesos presentando un incremento de 5.8% comparando con el mismo periodo del año anterior. Las ventas mismas tiendas durante el trimestre, tuvieron un incremento de 4.7%. Todos los formatos presentan un incremento en ventas, pero destacan en crecimiento los formatos City Market y Fresko, manteniéndose el formato Sumesa con ventas semejantes al año anterior. Cabe mencionar que para las tiendas del formato La Comer, Fresko y Sumesa se desarrolló una nueva campaña promocional llamada "Temporada Naranja" que inició en el mes de junio y está basada en ofrecer a los clientes promociones en productos de diversos departamentos e irlos rotando a lo largo de la temporada promocional. Con esto, el comparativo en ventas contra el mismo periodo del año anterior no ha tenido una afectación tan relevante con respecto a la campaña que se ofrecía anteriormente, presentando el formato de La Comer incluso un ligero incremento en ventas comparando con el mismo periodo del año anterior.

Con respecto al cambio de imagen, al segundo trimestre 2016, las 55 tiendas ya muestran el logotipo que caracteriza a la empresa. Durante el mes de julio de este año se concluirá totalmente el cambio de imagen incluyendo todos los elementos gráficos internos y en fachadas de la totalidad de las tiendas.

Apenas durante este trimestre, se iniciaron procesos de remodelación en dos tiendas grandes de la Ciudad de México por lo que las ventas todavía no han tenido afectaciones importantes hasta ahora por este proceso. Adicionalmente, se han ido llevando a cabo procesos de remodelación de tipo general en otras 4 tiendas más con afectaciones menores.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta de \$893.7 millones de pesos, se presentó en el trimestre con un margen de 23.7% con respecto a ventas.

Con respecto a los costos de mercancía, continuamos recibiendo de nuestros proveedores, el mismo apoyo y colaboración que de manera regular nos venían ofreciendo. Seguiremos trabajando en mantener con ellos excelentes relaciones con alta productividad para las partes.

Algunos indicadores claves de operación, como el porcentaje de mermas y los costos de distribución, han tenido afectaciones que se presentan en parte por la menor escala de operación y en parte por el ajuste de los procesos que tienen que ser calibrados gradualmente a las escalas de operación actual. Las afectaciones se presentan dentro de los rangos esperados, y estamos trabajando para disminuirlas en la medida de lo posible.

Adicionalmente, durante el trimestre se han tenido algunos costos extraordinarios por adecuaciones al centro de distribución para ajustarlo a las nuevas necesidades de operación de la empresa.

Utilidad de operación y EBITDA

La menor escala de operación ha implicado que algunos gastos como porcentaje de las ventas tengan un incremento significativo si lo comparamos contra la parte proporcional que históricamente le correspondía a las 54 tiendas. Esto aplica principalmente para los gastos corporativos. Adicionalmente, durante este trimestre se tuvieron gastos extraordinarios publicitarios relacionados con la nueva campaña promocional “Temporada Naranja” y a la campaña institucional con la que se presentó la nueva imagen de la compañía.

Durante este trimestre se incrementó el rubro de gastos preoperativos relacionados con los procesos de preparación de las tiendas que estamos por abrir durante el año, así como para el relanzamiento de las tiendas en las que hicimos cambios de formato.

Es importante hacer notar que la depreciación y amortización presentan un incremento considerable debido a dos razones principales: la revaloración de la mayoría de los activos de la empresa al ser transferidos a La Comer; y a la amortización de algunos activos intangibles, como las marcas y la cesión de los derechos de operación de las tiendas, que Comercial City Fresko (la principal subsidiaria de La Comer) adquiere a finales del año pasado. Tan sólo de éste último rubro, la amortización del valor de las marcas y de la cesión de derechos de las tiendas, se está reconociendo en el trimestre un gasto por \$110.3 millones de pesos.

Como resultado de lo anterior, la utilidad de operación presentó un margen con respecto a ventas de 1.2% y el flujo operativo (EBITDA) del trimestre resultó en \$246.2 millones de pesos con un margen de 6.5% como porcentaje de ventas.

Ingresos financieros

Dentro de este concepto, es importante mencionar que de los \$39.0 millones en el resultado integral de financiamiento, la mayor parte se debe a intereses y rendimientos recibidos por inversión.

Capital de Trabajo

La compañía termina operaciones al segundo trimestre con un monto de efectivo de \$3,234.8 millones de pesos, manteniendo niveles similares al reportado en el primer trimestre. El saldo de proveedores de \$2,264.6 millones de pesos presenta niveles similares a los \$2,118.7 millones de pesos reportados para el concepto de inventarios.

Resultados Acumulados 2016

Puntos relevantes:

- ✓ Incremento en ventas totales acumuladas de 5.2%
- ✓ Incremento en ventas mismas tiendas por los primeros seis meses del año de 4.0%
- ✓ Margen EBITDA de 7.1%
- ✓ Apertura en abril de una tienda en Guadalajara en el formato Fresko

	Acumulado Junio - IFRS	
	2016	%
Ventas netas	7,116.3	100.0
Costo de ventas	5,376.6	75.6
Utilidad bruta	1,739.7	24.4
Gastos generales	1,630.3	22.9
Utilidad de operación	109.4	1.5
EBITDA ¹	504.3	7.1
Gastos e ingresos financieros	50.3	0.7
Operaciones discontinuas	64.6	0.9
Impuestos y otros	48.6	0.7
Utilidad neta	175.6	2.5
Capex ²	863.6	
Venta Mismas Tiendas %	4.0	
Clientes (miles)	28,569	
Número de tiendas	55	
Área de venta en m ²	249,889	

Millones de pesos mexicanos

(1) EBITDA se refiere a la utilidad en operación antes de depreciaciones y amortizaciones.

(2) Capex se refiere a gastos de capital, son aquellas inversiones en inmuebles, planta y equipo, y otras de carácter permanente.

Ventas

En términos acumulados, para los primeros seis meses del año, las ventas totales ascendieron a \$7,116.3 millones de pesos presentando un incremento de 5.2% contra el mismo periodo del año anterior. Las ventas mismas tiendas consolidadas para el primer semestre se incrementaron en 4.0%. Estos incrementos se deben a las estrategias promocionales que se han llevado a cabo durante el periodo y a la mejora en la imagen de las tiendas ofreciéndoles a los clientes una mejor experiencia de compra.

Consideramos que ha sido de suma importancia el cambio de imagen en las tiendas así como los procesos de remodelaciones que estamos llevando a cabo para adecuarlos al nuevo perfil de la compañía.

Utilidad bruta

La utilidad bruta presenta un margen de 24.4% como porcentaje a ventas debido al efecto de transición que la empresa ha tenido durante el periodo. Los costos se han visto afectados por diversas razones: por el proceso de distribución y logística, en donde los procesos todavía no se han calibrado a la operación actual pero se espera durante el año irlos ajustando paulatinamente; por mermas y fluctuaciones en los inventarios que durante este periodo se han presentado afectaciones derivadas de los cambios de la

operación; y además se comenzó con un proceso de adecuación del centro de distribución para adaptarlo a la operación actual de la empresa.

Utilidad de operación y EBITDA

La utilidad operativa se ha visto afectada por los gastos preoperativos del periodo y aunque creemos que este rubro se incrementará durante el resto del año, es totalmente necesario para el proyecto de crecimiento de la empresa. Algunos otros gastos importantes han tenido afectación en la escala de operación como los gastos corporativos y los gastos de publicidad.

En términos acumulados para los primeros seis meses de 2016 el margen EBITDA fue de 7.1% generando un flujo operativo de \$504.3 millones de pesos.

Ingresos financieros y Operaciones discontinuas

Dentro de este concepto, es importante mencionar que de los \$50.3 millones de pesos en los resultados integrales de financiamiento, se debe en su mayoría a intereses y rendimientos recibidos por inversión.

En la utilidad por operaciones discontinuas en los primeros seis meses de 2016 se reportó una utilidad de \$64.6 millones de pesos, provenientes principalmente de la ganancia obtenida por la venta del Restaurante Jajalpa durante el primer trimestre, y de una subsidiaria adicional durante el segundo trimestre.

Proyectos de Inversión

El 21 de abril de 2016 se abrió una tienda Fresko en la ciudad de Guadalajara con un área de ventas de 4,138 metros cuadrados. También en Guadalajara, se inaugurará a finales de julio de este año, otra tienda del formato Fresko de aproximadamente 2,000 metros cuadrados de área de ventas.

Las 55 tiendas de la compañía ya muestran el cambio de imagen con los nuevos logotipos. Al día de hoy presentan totalmente el cambio de imagen incluyendo todos los elementos gráficos internos y en fachadas en la totalidad de las tiendas.

Continuamos con el proceso de conversión de dos tiendas grandes para adecuarlos al formato La Comer. En este proceso se reducirán los metros cuadrados del área de ventas y se adaptará el concepto para tener áreas y departamentos especializados de alimentos preparados, y continuar con el concepto que caracterizará a la compañía, así como la inclusión de nuevos locales comerciales. Se espera para finalizar el año la remodelación de otras 7 tiendas adicionales.

Continuaremos con nuestro plan de aperturas. Además de los dos Fresko en la ciudad de Guadalajara que se mencionaron anteriormente, se espera abrir este tercer trimestre un City Market en el estado de Querétaro. En los últimos meses del año, se espera realizar la apertura de otras 3 tiendas más en los estados de Morelos, Jalisco y Querétaro.

Transición

Durante el segundo trimestre, la empresa ha continuado con algunos procesos de transición principalmente en las áreas de logística y aprovisionamiento. Esto ha afectado algunos resultados de la empresa, pero de acuerdo a los niveles que se habían estimado originalmente. Seguimos viendo una disminución de este efecto, pero lo más relevante se dará por terminado durante el tercer trimestre del

año. Esperamos para final de 2016 terminar con este proceso y que sus efectos sean moderados y temporales.

Capacidad instalada

Al 30 de junio de 2016, la empresa opera 55 tiendas localizadas en el territorio nacional a través de cuatro diferentes formatos de tienda con las marcas La Comer, Sumesa, City Market, y Fresko.

La capacidad instalada fue la siguiente:

	Tiendas	Area m ²
La Comer	30	205,753
Sumesa	12	10,067
City Market	6	14,414
Fresko	7	19,655
	55	249,889

Responsabilidad social y Sustentabilidad

En cuanto a las actividades de responsabilidad social y sustentabilidad, durante este trimestre la empresa apoyó a diversas fundaciones (Dibujando un mañana, Un Kilo de Ayuda, Fundación Mexicana para el Desarrollo Rural, Comedor Santa María, Probosque de Chapultepec y Solo por Ayudar) con la venta de sus artículos de filantropía en todas las sucursales en piso de venta. Dicho ingreso generado, se entrega de forma íntegra a cada una de ellas.

Cobertura de análisis de nuestros valores

En cumplimiento a lo establecido por el Reglamento Interior de la BMV artículo 4.033.01 Fracc. VIII en materia de Requisitos de Mantenimiento, se informa que las instituciones que dan cobertura de análisis a la acción de la empresa son las siguientes:

- BBVA Bancomer (Miguel Ulloa)
- Grupo Bursátil Mexicano (Luis Rodrigo Willard)
- Itaú BBA (Joaquín Ley)
- Santander Investment (Reynaldo Santana)
- Scotiabank Inverlat (Rodrigo Echagaray)
- Punto Casa de Bolsa (Cristina Morales)
- Barclays (Benjamin M Theurer)

Atentamente,

Rogelio Garza Garza

Director de Administración y Finanzas

Conferencia telefónica 2T16

Fecha y hora: Jueves 28 de julio, 10:00 a.m. Ciudad de México (MEX), 11:00 a.m. (US-NY).
Para asegurar la conexión se recomienda marcar 15 minutos antes.

Conferencistas: Rogelio Garza, Director de Administración y Finanzas
Yolotl Palacios, Relación con Inversionistas

Teléfonos: EUA: +1 (844) 845-4172
Internacional: +1 (412) 317-5447
Código de acceso (Conference ID): La Comer

Replay: Tels. +1 (877) 344-7529 / (412) 317-0088 (jul 28 - ago 5)
Código de acceso: 10089196

Webcast: Para acceder a la presentación por webcast emplear el vínculo:
<http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=m5uk19Zti%2FP9LwH%2FYCAyxw%3D%3D>

Atención a inversionistas:

Rogelio Garza Garza
La Comer
+52 (55) 52709319
jorangel@comerci.com.mx

Atención a medios:

Horacio Loyo
Dextera Comunicación
+52(55)52820826 Ext.228
horacio.loyo@dextera.com.mx

LA COMER, S.A.B. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS TRIMESTRAL

(Cifras en miles de pesos del 1º de abril al 30 de junio de 2016, bajo IFRS)

	30-jun-16	%
Ingresos netos	3,768,907	100.0%
Costo de Ventas	2,875,205	76.3%
Utilidad Bruta	893,702	23.7%
Gastos de venta	696,951	18.5%
Gastos de administración	152,394	4.0%
Otros ingresos	24,550	0.7%
Otros gastos	24,586	0.7%
Utilidad de Operación	44,321	1.2%
Ingresos financieros	28,836	0.8%
Gastos financieros	(10,210)	-0.3%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	83,367	2.2%
Impuesto a la utilidad	25,551	0.7%
Utilidad de operaciones continuas	57,816	1.5%
Utilidad de operaciones discontinuas	13,495	0.4%
Utilidad Neta	71,311	1.9%
Depreciación y Amortización	201,865	5.4%
EBITDA	246,186	6.5%

LA COMER, S.A.B. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS ACUMULADO

(Cifras en miles de pesos al 30 de junio de 2016, bajo IFRS)

	30-jun-16	%
Ingresos netos	7,116,261	100.0%
Costo de Ventas	5,376,585	75.6%
Utilidad Bruta	1,739,676	24.4%
Gastos de Venta	1,345,294	18.9%
Gastos de Administración	285,531	4.0%
Otros ingresos	145,703	2.0%
Otros gastos	145,182	2.0%
Utilidad de Operación	109,372	1.5%
Ingresos financieros	53,879	0.8%
Gastos financieros	3,594	0.1%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	159,657	2.2%
Impuestos a la utilidad	48,626	0.7%
Utilidad de operaciones continuas	111,031	1.6%
Utilidad de operaciones discontinuadas	64,594	0.9%
Utilidad Neta	175,625	2.5%
Depreciación y Amortización	394,885	5.5%
EBITDA	504,257	7.1%

LA COMER, S.A.B. DE C.V.
BALANCE GENERAL

(Cifras en miles de pesos al 30 de junio de 2016, bajo IFRS)

	30-jun-16
Activo Circulante	
Efectivo y equivalentes de efectivo	3,234,787
Cientes Neto (Cuentas y Documentos por Cobrar)	607,917
Impuestos por recuperar	59,934
Otros activos financieros	440,662
Inventarios	2,118,715
Activos circulantes distintos a los activos no circulantes	6,462,015
Total activos circulantes	6,462,015
Propiedades, Planta y Equipo (Neto)	9,759,075
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,755,375
Activos por impuestos diferidos	331,277
Otros activos no financieros no circulantes	15,117
Total activos no circulantes	16,860,844
Activo Total	23,322,859
Proveedores y otras cuentas por pagar a corto plazo	3,137,897
Impuestos por Pagar	59,809
Otros Pasivos Circulantes	192,854
Total provisiones circulantes	192,854
Total de pasivos circulantes distintos de los pasivos atribuibles a activos mantenidos para la venta	3,390,560
Pasivos Circulantes	3,390,560
Provisiones por beneficios a los empleados a Largo plazo	69,943
Pasivo por impuesto diferido	45,061
Total pasivos a largo plazo	115,004
Pasivos Totales	3,505,564
Capital Contable de la part. Controladora	
Capital Social	1,966,662
Prima en emisión de acciones	193,896
Utilidades acumuladas	17,232,160
Otros resultados integrales acumulados	424,577
Total participación controladora	19,817,295
Capital Contable Consolidado	19,817,295
Total pasivo y capital contable	23,322,859