



LA COMER S.A.B. DE C.V.



Octubre, 2016



“El siguiente material presenta información general acerca de La Comer, S.A.B. de C.V. “La Comer” tal como es a la fecha de la presentación. Dicha información se muestra en forma resumida y no pretende ser completa. Tampoco constituye una recomendación para inversionistas potenciales. Esta presentación es estrictamente confidencial y no debe ser divulgada con alguna otra persona. Ninguna representación o garantía expresada o implicada, es intencional, y no debe de hacerse énfasis en la exactitud, precisión o totalidad de la información presentada aquí.

Esta presentación puede contener declaraciones que expresan las expectativas de la dirección acerca de los eventos o resultados futuros en vez de hechos históricos. Estas declaraciones hacia el futuro implican riesgos e incertidumbre que pueden causar que los resultados reales difieran materialmente de los proyectados y La Comer no puede asegurar que dichas declaraciones probarán ser correctas. Estos riesgos e incertidumbres incluyen factores relacionados con la economía mexicana, que pueden mostrar volatilidad y que pueden verse afectados de forma adversa por el factores de otros países, relacionados con el negocio de venta al detalle, que es cíclico por naturaleza; y relacionado con la industria altamente competitiva en la cual La Comer opera. Para información adicional sobre factores que pueden causar que los resultados reales de La Comer difieran respecto a las expectativas mostradas en esta presentación, por favor refiérase a los reportes de La Comer archivados en la Bolsa Mexicana de Valores.

Esta presentación no constituye una recomendación, invitación o solicitud de oferta para suscribir o comprar valores: ningún contenido dentro de ella conforma la base de un contrato o compromiso similar.”



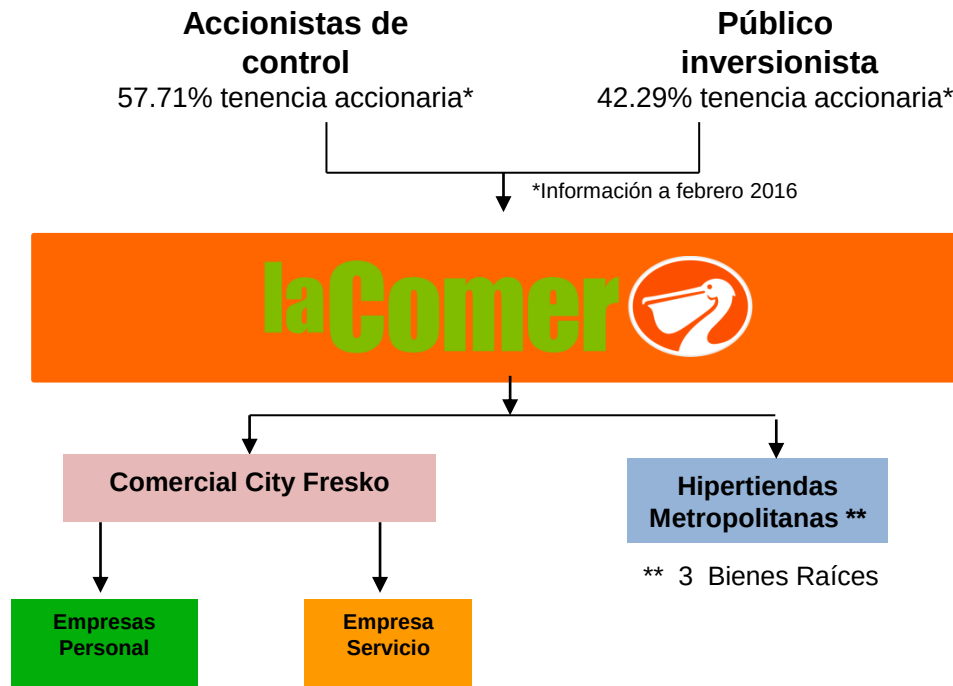
Ser la cadena de autoservicio que mejor atiende al público de nivel socioeconómico medio y alto del país, ofreciendo la mejor experiencia de compra en el mercado basada en : calidad, atención y servicio.



Estructura Corporativa



La Comer es producto de la escisión de Controladora Comercial Mexicana (CCM), en donde de las 197 tiendas que operaba, se realizó la venta de 143 tiendas a la empresa Soriana.



**Acción listada
en la BMV
42% público**



La Comer inicia operaciones el 1º de enero de 2016 con 54 tiendas.



La Comer: Resumen

- **Tiendas:** 57 tiendas con aproximadamente **253,000 m²** en 4 diferentes formatos.

	• 7 City Market
	• 12 Fresko *
	• 12 Sumesa
	• 26 La Comer

**Número de unidades estimado considerando conversiones en 2016*

70% de las tiendas ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México

- **Bienes Inmuebles:**

- 45 unidades (**31 tiendas +14 activos adicionales**)
- 349 espacios comerciales (**+85,000 m² área rentable**);

- **Empleados:** Aproximadamente 8,900

- **Marcas y Logotipo:** La Comer, City Market, Fresko, Sumesa, Golden Hills, Farmacom, Pet's Club, Monedero Naranja y logo del Pelicano

- ✓ *Licencias:* Se otorgó una licencia de uso por dos años de la marca Comercial Mexicana y el logo del Pelicano hasta 2018

- **Campañas Publicitarias:** “Miércoles de plaza”, “¿Vas al Super o a La Comer?”

- **2 Centros de Distribución:** Vallejo en la Cd. de México y Cd. de Guadalajara, Jalisco



- ***Diferenciación:***
 - Remodelar nuestras tiendas a nuestros formatos distintivos
 - Comodidad y practicidad de compra
 - Servicios complementarios, todo dentro de un solo lugar
 - Precio justo, competitivo

- ***Propuesta de valor:***
 - Calidad de las mercancías
 - Perecederos con superioridad contundente
 - Enfoque en productos orgánicos, naturales y saludables
 - Variedad de productos y marcas
 - Atención personalizada, esmerada y experta
 - Abasto, disponibilidad total
 - Novedades

- ***Enfocados en los niveles socioeconómicos medio y alto:***
 - Segmento no atendido
 - Lo hacemos mejor
 - Segmentos que mejor resisten crisis
 - Potencialmente mas rentable



Los formatos de La Comer muestran elementos comunes y consistentes para reforzar la imagen y crear una experiencia de compra.



Concepto

- Este formato ofrece a sus clientes una gran selección de productos gourmet, así como: vinos, quesos, carne, abarroses importados, y una selección de productos orgánicos.
- Convenios exclusivos de productos de marcas de renombre internacional
- Ambiente sofisticado y un servicio de alta calidad
- Alimentos preparados para su consumo dentro y fuera de la tienda
- Departamentos especializados de alimentos preparados como tapas, mariscos, pizzería, chocolatería, heladería, cafetería y pastelería fina, entre otros.
- 7 tiendas
- Área de ventas aproximada de 3,000 m²
- Localizado en zonas de alto ingreso



Concepto

- Supermercado con variedad de productos especiales (kosher, orgánicos).
- Excelente calidad de perecederos, con énfasis en frescura
- Diseñado especialmente para hacer la compra de manera ágil y rápida, ofreciendo a los clientes productos de calidad
- 8 tiendas al día de hoy
- Área de ventas entre 1,500 a 4,000 m²
- Se ubicará en zonas donde se pueda aprovechar el crecimiento vertical que se está gestando en las grandes ciudades.



Concepto

- Además de productos perecederos y abarrotes, este formato ofrecerá mercancías generales para el hogar como electrodomésticos, vajillas, plásticos, blancos, entre otras. No se incluirá vestimenta.
- Ofrecerá una mayor gama y variedad de sus productos en cada categoría
- Contará con departamentos especializados de alimentos preparados como pastelería fina y cafetería.
- Se podrá encontrar solo o dentro de centros comerciales
- Área de ventas de 4,000 a 7,500 m²





Información Financiera Seleccionada

Información financiera Proforma antes de la escisión

	Dic-13*	%	Dic-14*	%	Dic-15**	%
Ventas netas	12,071	100.0	13,078	100.0	14,041	100.0
Costo de ventas	9,078	75.2	9,781	74.8	10,531	75.0
Utilidad bruta	2,993	24.8	3,297	25.2	3,509	25.0
Gastos	1,969	16.3	2,166	16.6	2,330	16.6
Utilidad operativa	981	8.1	1,077	8.2	1,174	8.4
EBITDA	1,228	10.2	1,378	10.5	1,465	10.4
Inventarios	1,369		1,639		1,454	
Proveedores	1,626		1,678		836	

*Millones de pesos. Información financiera Proforma, Prospecto La Comer, BMV

**Millones de pesos. Información financiera proforma preparada por la administración



➡ *En 2016 las ventas se verán afectadas por los siguientes factores:*

- 1) Ausencia de la campaña anual de “Julio Regalado”
- 2) Cierres parciales y temporales por programa de remodelación de tiendas (representará un aumento significativo en las ventas para los años siguientes)
- 3) Recortes de tienda grandes para hacer espacios comerciales
- 4) Salida en venta de ropa

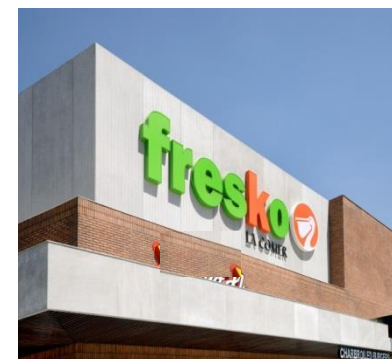
➡ *Márgenes se verán afectados por menor escala de operación*

- 1) Costo directo de mercancía
- 2) Menores eficiencias logísticas
- 3) Menor nivel de apalancamiento en ciertos gastos fijos – Gastos corporativos
- 4) Amortización de activos intangibles
- 5) Gastos pre-operativos de tiendas nuevas y gastos en remodelaciones



Estado de Resultados

	Trimestral		Acumulado	
	2 T 2016	%	Al 30 jun 2016	%
Ingresos netos	3,768,907	100.0%	7,116,261	100.0%
Costo de Ventas	2,875,205	76.3%	5,376,585	75.6%
Utilidad Bruta	893,702	23.7%	1,739,676	24.4%
Gastos de venta	696,951	18.5%	1,345,294	18.9%
Gastos de administración	152,394	4.0%	285,531	4.0%
Otros ingresos	24,550	0.7%	145,703	2.0%
Otros gastos	24,586	0.7%	145,182	2.0%
Utilidad de Operación	44,321	1.2%	109,372	1.5%
Ingresos financieros	28,836	0.8%	53,879	0.8%
Gastos financieros	(10,210)	-0.3%	3,594	0.1%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	83,367	2.2%	159,657	2.2%
Impuesto a la utilidad	25,551	0.7%	48,626	0.7%
Utilidad de operaciones continuas	57,816	1.5%	111,031	1.6%
Utilidad de operaciones discontinuas	13,495	0.4%	64,594	0.9%
Utilidad Neta	71,311	1.9%	175,625	2.5%
Depreciación y Amortización	201,865	5.4%	394,885	5.5%
EBITDA	246,186	6.5%	504,257	7.1%



Nuevo Fresko
Guadalajara La Rioja



Miles de pesos al 30 de junio de 2016



Balance General

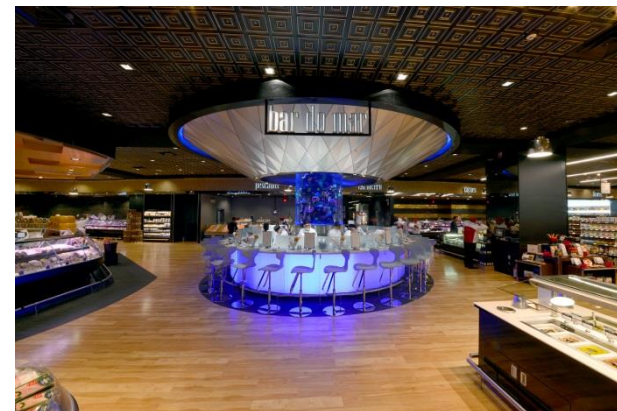
Balance

Millones de pesos al 30 de junio de 2016

Activo		Pasivo y Capital Contable	
Efectivo e inversiones temporales	3,235	Proveedores y otras cuentas por pagar	3,138
Clientes	608	Impuestos por pagar	60
Impuestos por recuperar	60	Otros pasivos circulantes	193
Otros activos financieros	440	Total pasivo circulante	3,391
Inventarios	2,119	Provisiones beneficio empleados	70
Total activo circulante	6,462	Pasivo por impuesto diferido	45
		Total pasivo largo plazo	115
Propiedades, mobiliario y equipo	9,759	Total Pasivo	3,506
Activos Intangibles	6,755	Capital Social	1,967
Activos por impuestos diferidos	331	Prima emisión acciones	194
Otros activos no circulantes	15	Utilidades acumuladas	17,232
Total activo no circulante	16,861	Otros resultados integrales acumulados	424
		Total Capital Contable	19,817
Total Activo	23,323	Total Pasivo y Capital Contable	23,323

Nuevas Tiendas2016

Tienda	Ciudad	m2	Fecha apertura
Fresko Guadalajara Rioja	Guadalajara	4,135	Abril
Fresko Sania	Guadalajara	2,230	Julio
City Market Antea	Querétaro	4,100	Septiembre
Fresko	Guadalajara	-	Diciembre
Fresko	Cuernavaca	-	Diciembre
City Market	Guadalajara	-	Diciembre



*Nuevo City Market
Querétaro*

Nueva imagen y remodelaciones

- Cambio de imagen en todas las tiendas. Al día de hoy, todas las tiendas presentan el nuevo logotipo y elementos gráficos tanto internos como de fachadas, que caracterizan a la empresa.
- Inicio de procesos de remodelación en dos tiendas de la Ciudad de México



La Comer, inició un agresivo plan para abrir nuevas tiendas dando prioridad a los formatos Fresko y City Market para aumentar su escala de operación.

	<u>2016E</u>	<u>2017E</u>	<u>2018E</u>	<u>2019E</u>	<u>2020E</u>	<u>2021E</u>	<u>2022E</u>
Aperturas	6	7	8	9	10	11	12
<i>City Market</i>	2	4	3	2	3	3	3
<i>Fresko</i>	4	1	4	5	6	7	8
<i>La Comer</i>	-	2	1	2	1	1	1
Total unidades al final del periodo	60	67	75	84	94	105	117

