

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

Ciudad de México a 26 de octubre 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 tercer trimestre de 2016.

Resultados del tercer trimestre 2016

Puntos relevantes:

- ✓ Nueva promoción: Temporada Naranja
- ✓ Apertura de un Fresko y un City Market
- ✓ Margen bruto de 24.6%

	Tercer trimestre	
	2016	%
Ventas netas	3,713.3	100.0
Costo de ventas	2,799.7	75.4
Utilidad bruta	913.5	24.6
Gastos generales	893.5	24.1
Utilidad de operación	20.0	0.5
EBITDA ¹	217.1	5.9
Gastos e ingresos financieros	35.0	0.9
Impuestos y otros	12.8	0.3
Utilidad neta	42.2	1.1
Capex ²	232.8	
Venta Mismas Tiendas %	(0.6)	
Clientes (miles)	14,726	
Número de tiendas	57	
Área de venta en m ²	252,654	

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. Durante el periodo del tercer trimestre de 2015, 54 de las 57 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 tercer trimestre de 2016, las ventas netas consolidadas presentaron un incremento de 1.4% comparando con el mismo periodo del año anterior. Los formatos de City Market y Fresko presentaron durante el trimestre incrementos importantes en ventas, tanto a mismas tiendas como a totales debido a su gran aceptación y ayudados adicionalmente por las aperturas realizadas en el año.

El formato La Comer presentó una importante disminución en ventas. La decisión de la compañía de salir de los productos de ropa tuvo un impacto importante en las ventas de este formato. Además el formato fue afectado por la base de comparación contra el año pasado por la diferencia en campañas promocionales de verano. El formato de Sumesa también tuvo un ligero descenso en ventas.

La zona geográfica del país con mejores incrementos en ventas fue el área Noroeste, seguida de la zona Centro.

Por tipo de producto, la categoría que tuvo mayor crecimiento fue la de perecederos y las que tuvieron disminuciones importantes fueron la de textil y electrónica. Esta tendencia va de acorde con la estrategia actual de la empresa de mantener una diferenciación en surtido y calidad en las secciones de perecederos y de la salida de la venta de ropa exterior.

El decremento de 0.6% en ventas mismas tiendas se debió a la salida de la venta de ropa exterior y al comparativo al que se enfrentaron con la campaña promocional del año anterior, los formatos de La Comer, Fresko y Sumesa. Cabe destacar que a pesar de esto, el formato de Fresko presentó incrementos importantes a tiendas iguales durante el trimestre.

Es importante mencionar que éste año, la compañía desarrolló una nueva campaña promocional llamada "Temporada Naranja" con la que estamos muy complacidos ya que ayudo a limitar el impacto mencionado anteriormente. En la campaña de Temporada Naranja se ofreció a los clientes, promociones en productos de diversos departamentos.

Utilidad Bruta

Durante el desarrollo de la Temporada Naranja recibimos de nuestros proveedores apoyo tanto comercial como logístico para lograr un buen resultado para la empresa.

Algunos indicadores claves de operación que se vieron afectados durante el primer semestre del año, como el porcentaje de mermas y las fluctuaciones de inventarios, se han visto corregidas este trimestre después de implementar algunas medidas de control adicionales. Se está implementando en conjunto con nuestros proveedores y con nuestros asesores logísticos, medidas que ajusten las operaciones de nuestros centros de distribución a los nuevos volúmenes de operación. En este sentido, durante el trimestre se realizaron gastos extraordinarios relacionados a adecuaciones a nuestro centro de distribución, las cuales se esperan terminar a finales de este año.

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.

Durante este trimestre tuvimos algunos factores que afectaron nuestro margen de operación si lo comparamos con los obtenidos en trimestres anteriores:

- Gastos extraordinarios publicitarios relacionados con la nueva campaña promocional “Temporada Naranja” y con la promoción que se realizó para las aperturas de tienda.
- Se incrementó de manera importante el rubro de gastos pre-operativos relacionados con los procesos de preparación de las tiendas que hemos abierto, así como las que faltan por abrir durante el año.
- Por último, se tuvieron algunos gastos extraordinarios relacionados con el proceso de transición de la empresa que durante los trimestres anteriores sólo habían afectado marginalmente.

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 \$110.4 millones de pesos.

Ingresos financieros

Los \$35.0 millones de pesos en el resultado integral de financiamiento, casi en su totalidad, se deben a intereses y rendimientos recibidos por inversión.

Capital de Trabajo

La compañía ha mantenido saldos de efectivo similares durante el año, pasando de \$3,077 millones de pesos a principios de año a \$2,975 millones de pesos a finales de este trimestre. Esto, aun invirtiendo durante el año un Capex de más de mil millones de pesos.

El saldo de proveedores disminuyó a \$1,714 millones de pesos durante el trimestre. Esto debido que el trimestre anterior finalizó durante la operación de la Temporada Naranja en la que se tiene un mayor aprovisionamiento. Por lo mismo, el nivel de inventarios también disminuyó a \$1,882 millones de pesos, aunque mantiene un nivel ligeramente alto para la temporada, debido a una estrategia de mayor aprovisionamiento en tiendas.

Resultados Acumulados 2016

Puntos relevantes:

- ✓ Incremento en ventas totales de 3.9%
- ✓ Incremento en ventas mismas tiendas de 2.4%
- ✓ Margen EBITDA de 6.7%
- ✓ Apertura de tres unidades: dos Fresko y un City Market

	Acumulado Septiembre	
	2016	%
Ventas netas	10,829.5	100.0
Costo de ventas	8,176.3	75.5
Utilidad bruta	2,653.2	24.5
Gastos generales	2,523.8	23.3
Utilidad de operación	129.4	1.2
EBITDA ¹	721.3	6.7
Gastos e ingresos financieros	85.3	0.8
Operaciones discontinuas	64.6	0.6
Impuestos y otros	61.4	0.6
Utilidad neta	217.8	2.0
Capex ²	1,096.0	
Venta Mismas Tiendas %	2.4	
Clientes (miles)	43,295	
Número de tiendas	57	
Área de venta en m ²	252,654	

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

Las ventas totales ascendieron a \$10,830 millones de pesos presentando un incremento de 3.9%; apoyadas principalmente por el buen desempeño de los formatos City Market y Fresko y también por la apertura de 3 nuevas tiendas durante el año. Los formatos de La Comer y en menor medida Sumesa, que en conjunto representan un 72% de la venta, tuvieron crecimiento en ventas mismas tiendas prácticamente nulos, afectados principalmente por la salida de la venta de ropa y por la campaña de verano que impactó la base de comparación.

Por categorías, tenemos crecimientos de doble dígito en perecederos y disminuciones muy importantes en textiles y tecnología. La disminución en la categoría de textil, se ve explicada por la decisión de la empresa de salir de la venta de ropa exterior. El incremento tan importante en perecederos, aunque en cierta medida se explica por la inflación de estos productos, en general confirma el éxito que está teniendo la compañía en ofrecer a sus clientes una mayor calidad y variedad en estas secciones.

Utilidad bruta

Con respecto a los costos de mercancía, hemos recibido 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 la fluctuación de inventarios, han tenido afectaciones durante le primera mitad del año, y se han corregido con mejores controles implementados durante el tercer trimestre.

Los costos de almacenaje y distribución se han visto afectados por el menor volumen de operación, y por un proceso de ajuste para adecuarse a la escala de operación actual. Adicionalmente, 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 utilidad operativa se ha visto afectada por los gastos pre-operativos, y por los gastos extraordinarios de publicidad, principalmente los relacionados a la campaña institucional y a la promoción de las tiendas nuevas.

Con respecto a la campaña institucional, consideramos importante el transmitir claramente a nuestros clientes nuestra propuesta de valor diferenciada de la competencia.

La amortización de activos intangibles; del valor de las marcas y de la cesión de derechos de las tiendas; acumulan en el año un gasto por \$334.3 millones de pesos.

Ingresos financieros y Operaciones discontinuas

Dentro de este concepto, es importante mencionar que de los \$85.3 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 nueve 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 inauguró en el mes de julio, otra tienda del formato Fresko de aproximadamente 2,000 metros cuadrados de área de ventas. En el mes de septiembre inauguramos un City Market en la ciudad de Querétaro con aproximadamente 3,400 metros cuadrados de área de ventas. Es la primera tienda de este formato que se inaugura fuera del área metropolitana de la Ciudad de México.

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 caracteriza a la compañía, así como la inclusión de nuevos locales comerciales.

Para el resto del año tendremos la apertura de dos tiendas adicionales de formato Fresko.

Por situaciones ajenas a la compañía, el City Market adicional que se esperaba abrir durante este año se abrirá durante el primer trimestre del 2017, por lo que para el año 2017 tendremos la apertura de este City Market más la apertura de las 7 tiendas adicionales programadas originalmente para ese año. Así también, la mayor parte de las remodelaciones originalmente programadas para este año, estimamos que se realicen a lo largo del siguiente año.

Transición

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

Capacidad instalada

A la fecha del presente reporte, la empresa opera 57 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	29	201,439
Sumesa	13	10,764
City Market	7	17,554
Fresko	8	22,897
	57	252,654

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. Además en el mes de octubre se inició la campaña de Tienda Rosa con el fin de apoyar a las mujeres con cáncer de mama.

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 (Reinaldo Santana)
- Scotiabank Inverlat (Rodrigo Echagaray)
- Punto Casa de Bolsa (Cristina Morales)
- Barclays (Benjamin M. Theurer)
- J.P. Morgan (Mauricio Serna)

Atentamente,

Rogelio Garza Garza

Director de Administración y Finanzas

Conferencia telefónica 3T16

Fecha y hora: Jueves 27 de octubre, 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 (hasta el 3 de nov.)
Código de acceso: 10094160

Webcast: Para acceder a la presentación por webcast emplear el vínculo:
<http://webcast.neo1.net/Cover.aspx?PlatformId=QpNQJkfAj80aAwwPGSoZnQ%3D%3D>

Atención a inversionistas:

Rogelio Garza Garza
La Comer
+52 (55) 52709319
rgarza@lacomer.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 julio al 30 de septiembre de 2016)

	3 Q 2016	%
Ingresos netos	3,713,261	100.0%
Costo de ventas	2,799,746	75.4%
Utilidad bruta	913,515	24.6%
Gastos de venta	743,637	20.0%
Gastos de administración	137,492	3.7%
Otros ingresos	1,684	0.0%
Otros gastos	14,063	0.4%
Utilidad de operación	20,007	0.5%
Ingresos financieros	35,831	1.0%
Gastos financieros	834	0.0%
Resultados antes de impuestos a la utilidad	55,004	1.5%
Impuesto a la utilidad	12,811	0.3%
Utilidad neta	42,193	1.1%
Depreciación y amortización	197,046	5.3%
EBITDA	217,053	5.9%

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

(Cifras en miles de pesos al 30 de septiembre de 2016)

	Al 30 de sept. 2016	%
Ingresos netos	10,829,523	100.0%
Costo de ventas	8,176,331	75.5%
Utilidad bruta	2,653,192	24.5%
Gastos de venta	2,088,931	19.3%
Gastos de administración	423,023	3.9%
Otros ingresos	147,387	1.4%
Otros gastos	159,245	1.5%
Utilidad de operación	129,380	1.2%
Ingresos financieros	88,455	0.8%
Gastos financieros	3,174	0.0%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	214,661	2.0%
Impuestos a la utilidad	61,437	0.6%
Utilidad antes de operaciones discontinuas	153,224	1.4%
Utilidad de operaciones discontinuadas	64,594	0.6%
Utilidad neta	217,818	2.0%
Depreciación y amortización	591,931	5.5%
EBITDA	721,311	6.7%

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

(Cifras en miles de pesos al 30 de septiembre de 2016)

	Sept 30, 2016
Activo circulante	
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,975,065
Cuentas y documentos por cobrar	490,310
Impuestos por recuperar	23,123
Otros activos financieros	440,346
Inventarios	1,882,025
Activos circulantes distintos a los activos no circulantes	5,810,869
Total activos circulantes	5,810,869
Propiedades, planta y equipo (Neto)	9,888,645
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,645,289
Activos por impuestos diferidos	314,818
Otros activos no financieros no circulantes	9,656
Total activos no circulantes	16,858,408
Activo total	22,669,277
Proveedores y otras cuentas por pagar a corto plazo	2,485,570
Impuestos por pagar	17,071
Otras provisiones corto plazo	232,195
Total provisiones circulantes	232,195
Total de pasivos circulantes distintos de los pasivos atribuibles a activos mantenidos para la venta	2,734,836
Pasivos circulantes	2,734,836
Provisiones por beneficios a los empleados	70,211
Pasivo por impuesto diferido	61,415
Total pasivos a largo plazo	131,626
Pasivos totales	2,866,462
Capital contable de la participación controladora	
Capital social	1,966,662
Prima en emisión de acciones	193,896
Utilidades acumuladas	16,090,289
Otros resultados integrales acumulados	1,551,968
Total participación controladora	19,802,815
Capital contable consolidado	19,802,815
Total pasivo y capital contable	22,669,277