



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



*Mayo, 2017*



---

“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.”

---



54  
tiendas

143  
tiendas

## En 2016 inicia La Comer con 54 tiendas:

- Diferenciación
- Enfoque a segmento medio - alto
- Formatos medianos y pequeños
- Mucho potencial de desarrollo
- Crecimiento
- Propuesta de valor basada en precio, calidad y experiencia de compra



## Venta de 143 tiendas a Soriana con:

- Poca diferenciación
- Poca oportunidad de innovación
- Tiendas grandes
- Valor basado en precios bajos

# Misión



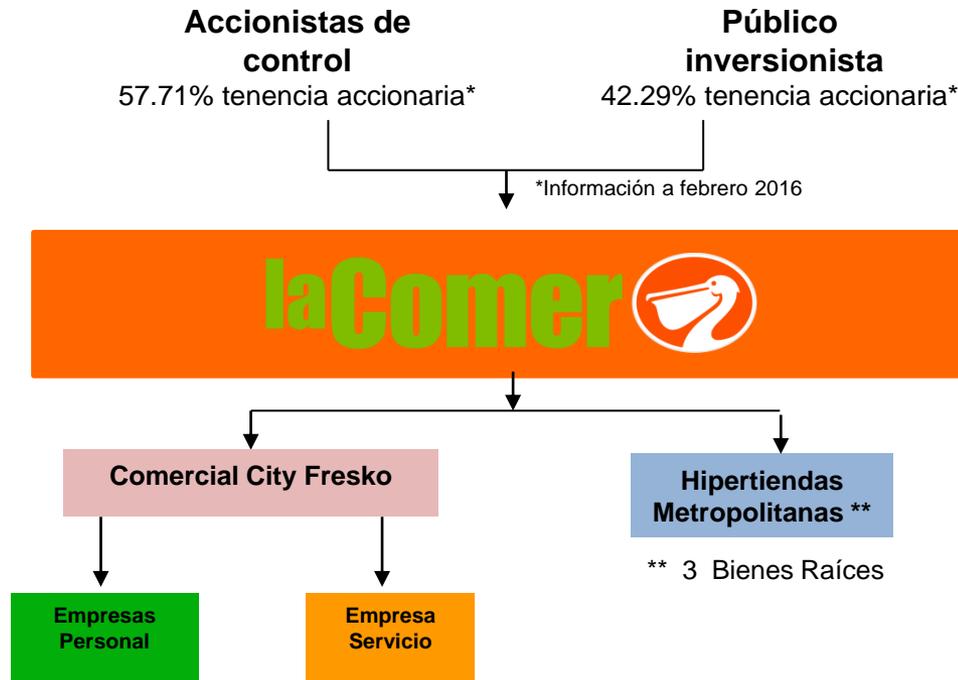
Ser la cadena de autoservicio que mejor atiende al público de nivel socioeconómico medio y alto del país, ofreciendo la mejor experiencia de compra en el mercado basada en : calidad, atención y servicio.





# 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 1<sup>o</sup> de enero de 2016 con 54 tiendas.



## La Comer: Resumen

---

- Casi 60 años de experiencia en el Mercado Mexicano de Autoservicios
- **Tiendas:** 58 tiendas en **237,000 m<sup>2</sup> de área de ventas** en 4 diferentes formatos.



- **7 City Market**

- **14 Fresko \***



- **12 Sumesa**



- **25 La Comer**

*\*Número de unidades estimado considerando conversiones en 2017*

- **Distribución Geográfica:** el 64% 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 m<sup>2</sup> 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
- **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:**

- Superior en calidad de perecederos
- Experiencia de compra agradable
- Ambiente de compra superior
- Empleados capacitados
- Productos premium y gourmet
- Colección de productos importados
- Departamentos especializados como cava y comida preparada





- **Propuesta de valor:**

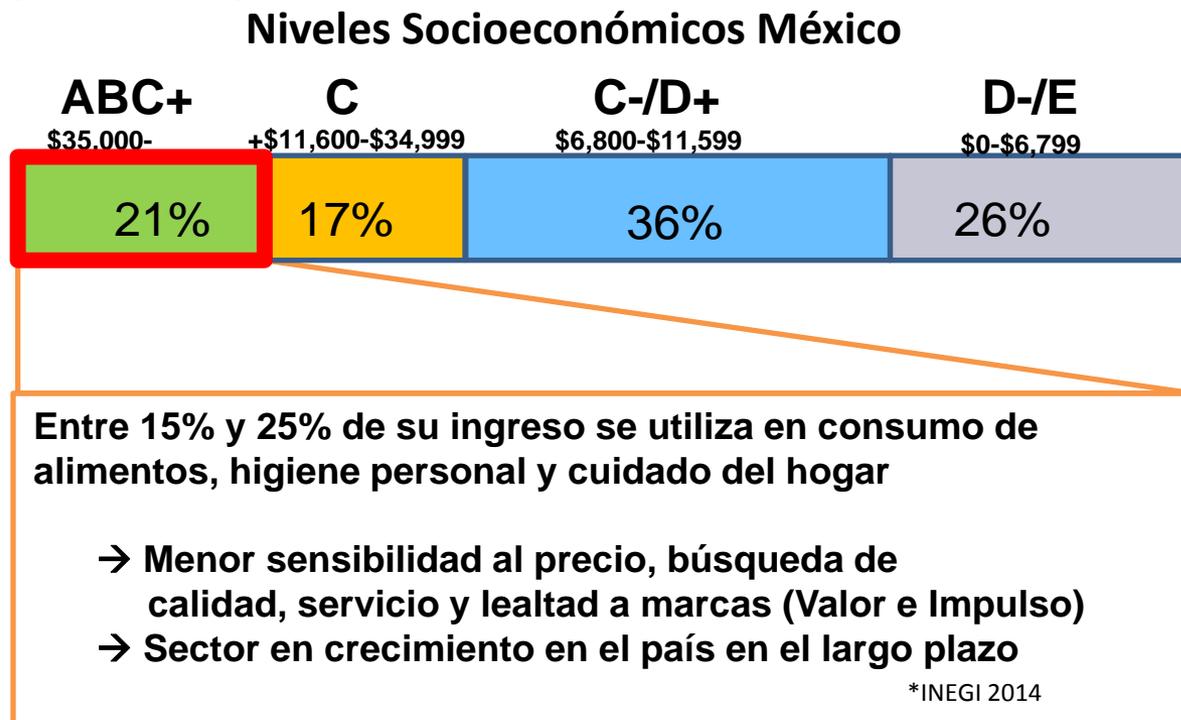
- Precios justos y competitivos
- Perecederos de calidad
- Productos gourmet, productos importados y productos orgánicos saludables
- Atención al cliente
- Experiencia de compra





## • **Niveles socioeconómicos :**

- Enfocados a Niveles Socioeconómicos Medio, Medio-Alto y Alto
- Sector poco atendido
- Potencial de crecimiento
- Segmentos que mejor resisten crisis
- Potencialmente mas rentable
- Competimos mejor





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, abarrotos 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, chocolatería, heladería, cafetería y pastelería fina, entre otros.
- 7 tiendas
- Área de ventas entre 3,000 a 5,000 m<sup>2</sup>
- 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
- 10 tiendas al día de hoy
- Área de ventas entre 1,500 a 4,000 m<sup>2</sup>
- 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 m<sup>2</sup>



# Información Financiera Seleccionada



## Información financiera Proforma antes de la escisión

	Dic-13*	%	Dic-14*	%	Dic-15**	%	Dic-16	%
<b>Ventas netas</b>	12,071	100.0	13,078	100.0	14,041	100.0	14,757	100
<b>Costo de ventas</b>	9,078	75.2	9,781	74.8	10,531	75.0	11,148	75.5
<b>Utilidad bruta</b>	2,993	24.8	3,297	25.2	3,509	25.0	3,610	24.4
<b>Gastos</b>	1,969	16.3	2,166	16.6	2,330	16.6	3,184	21.6
<b>Utilidad operativa</b>	981	8.1	1,077	8.2	1,174	8.4	416	2.8
<b>EBITDA</b>	1,228	10.2	1,378	10.5	1,465	10.4	938	6.4
<b>Inventarios</b>	1,369		1,639		1,454		2,082	
<b>Proveedores</b>	1,626		1,678		836		2,217	

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

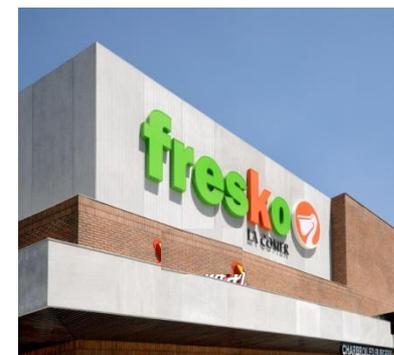
\*\*Millones de pesos. Información financiera proforma preparada por la administración



## Estado de Resultados

	31-mar-17	%	31-mar-16	%	Var.
<b>Ingresos netos</b>	<b>3,801,530</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,347,354</b>	<b>100.0%</b>	<b>13.6%</b>
Costo de ventas	2,813,330	74.0%	2,501,380	74.7%	12.5%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>988,200</b>	<b>26.0%</b>	<b>845,974</b>	<b>25.3%</b>	<b>16.8%</b>
Gastos de venta	675,169	17.8%	568,793	17.0%	18.7%
Gastos de administración	144,768	3.8%	134,212	4.0%	7.9%
Otros ingresos	1,997	0.1%	121,153	3.6%	-98.4%
Otros gastos	1,858	0.0%	120,596	3.6%	-98.5%
<b>Utilidad de operación</b>	<b>168,402</b>	<b>4.4%</b>	<b>143,526</b>	<b>4.3%</b>	<b>17.3%</b>
Ingresos financieros	43,304	1.1%	25,042	0.7%	72.9%
Gastos financieros	63,637	1.7%	13,804	0.4%	361.0%
<b>Resultados antes de Impuestos a la utilidad</b>	<b>148,069</b>	<b>3.9%</b>	<b>154,764</b>	<b>4.6%</b>	<b>-4.3%</b>
Impuesto a la utilidad	45,225	1.2%	46,616	1.4%	-3.0%
<b>Utilidad de operaciones continuas</b>	<b>102,844</b>	<b>2.7%</b>	<b>108,148</b>	<b>3.2%</b>	<b>-4.9%</b>
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	(51,099)	-1.5%	-100.0%
<b>Utilidad (pérdida) neta</b>	<b>102,844</b>	<b>2.7%</b>	<b>159,247</b>	<b>4.8%</b>	<b>-35.4%</b>
Depreciación y amortización	141,986	3.7%	114,546	3.4%	24.0%
<b>EBITDA</b>	<b>310,388</b>	<b>8.2%</b>	<b>258,072</b>	<b>7.7%</b>	<b>20.3%</b>

Miles de pesos al 31 de marzo de 2017



Nuevo Fresko  
Guadalajara La Rioja





# Balance General

## Balance

Millones de pesos al 31 de marzo de 2017

Activo		Pasivo y Capital Contable	
<b>Activo circulante</b>			
Efectivo y equivalentes de efectivo	3,115	Proveedores y otras cuentas por pagar a corto plazo	2,869
Cuentas y documentos por cobrar	574	Provisiones circulantes	184
Impuestos por recuperar	6	Impuestos por pagar	35
Otros activos financieros	126	<b>Pasivos circulantes</b>	<b>3,088</b>
Inventarios	2,039		
<b>Total activos circulantes</b>	<b>5,860</b>	Provisiones por beneficios a los empleados	69
		Pasivo por impuesto diferido	10
		<b>Total pasivos a largo plazo</b>	<b>79</b>
Propiedades, planta y equipo (neto)	9,656	<b>Pasivos totales</b>	<b>3,167</b>
Propiedades de inversión	486		
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,278	Capital contable de la participación controladora	
Activos por impuestos diferidos	201	Capital social	1,966
Otros activos no financieros no circulantes	859	Prima en emisión de acciones	194
		Utilidades acumuladas	16,505
<b>Total activos no circulantes</b>	<b>17,480</b>	Otros resultados integrales acumulados	1,508
		<b>Capital contable consolidado</b>	<b>20,173</b>
<b>Activo total</b>	<b>23,340</b>	<b>Total pasivo y capital contable</b>	<b>23,340</b>



## ➔ **Resumen 2016**

- 1) Apertura de 5 nuevas tiendas
- 2) Cambio de imagen de todas las tiendas
- 3) Lanzamiento de nueva campaña “Temporada Naranja” en sustitución de campaña de verano anterior.
- 4) Adecuación de los procesos de logística

## ➔ **2017**

- 1) Control de gastos por aperturas
- 2) Apertura de 8 nuevas tiendas
- 3) Programa de remodelaciones





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>2016</u>	<u>2017E</u>	<u>2018E</u>	<u>2019E</u>	<u>2020E</u>	<u>2021E</u>	<u>2022E</u>
Aperturas	5	8	8	9	10	11	12
<i>City Market</i>	1	5	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
<b>Total unidades al final del periodo</b>	<b>59</b>	<b>67</b>	<b>75</b>	<b>84</b>	<b>94</b>	<b>105</b>	<b>117</b>

