



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



Julio, 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.

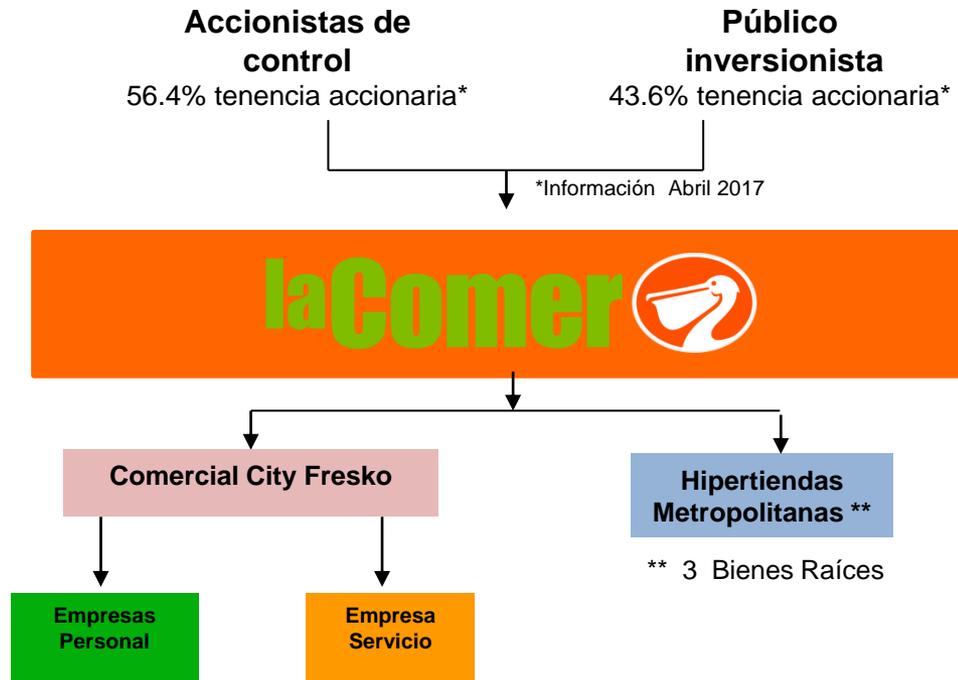
Esta presentación puede contener declaraciones que expresan las expectativas de la dirección acerca de los eventos o resultados futuros en vez de hechos históricos. Estas declaraciones hacia el futuro implican riesgos e incertidumbre que pueden causar que los resultados reales difieran materialmente 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.”



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
43% público**



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



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 :

- 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.





La Comer: Resumen

- Casi 60 años de experiencia en el Mercado Mexicano de Autoservicios
- **Tiendas:** 58 tiendas en **237,000 m² de área de ventas** en 4 diferentes formatos.



- **7 City Market**
- **10 Fresko ***



- **13 Sumesa**
- **28 La Comer**

- **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)
 - 308 espacios comerciales (+76,000 m² área rentable);
- **Empleados:** Aproximadamente 9,500
- **Marcas y Logotipo:** La Comer, City Market, Fresko, Sumesa, Golden Hills, Farmacom, Pet's Club, Monedero Naranja y logo del Pelicano
- **Campañas Publicitarias:** “Temporada Naranja”, “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:**

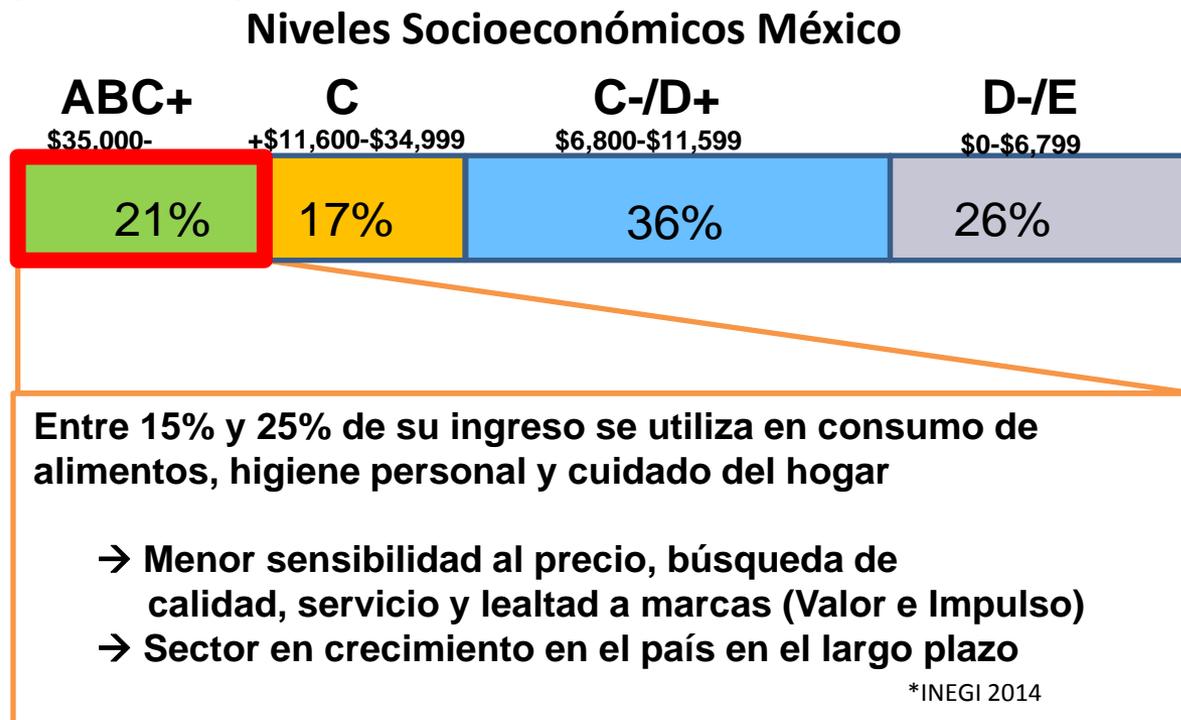
- Superior en calidad de perecederos
- Experiencia de compra agradable
- Ambiente de compra superior
- Empleados capacitados
- Productos premium y gourmet
- Colección de productos importados
- Departamentos especializados como cava y comida preparada
- Precios justos y competitivos





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

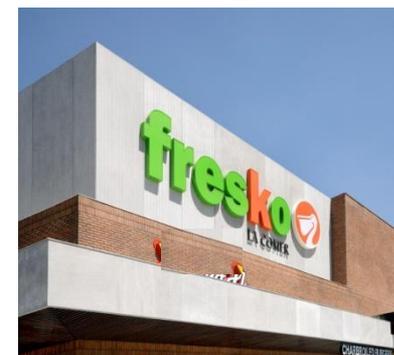
*Millones de pesos. Información financiera Proforma, Prospecto La Comer, BMV

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



Estado de Resultados

	30-jun-17	%	30-jun-16	%	Var.
Ingresos netos	4,149,253	100.0%	3,768,907	100.0%	10.1%
Costo de ventas	3,119,076	75.2%	2,875,205	76.3%	8.5%
Utilidad bruta	1,030,177	24.8%	893,702	23.7%	15.3%
Gastos de venta	710,327	17.1%	619,551	16.4%	14.7%
Gastos de administración	159,988	3.9%	151,319	4.0%	5.7%
Otros ingresos	12,338	0.3%	24,550	0.7%	-49.7%
Otros gastos	740	0.0%	24,586	0.7%	-97.0%
Utilidad de operación	171,460	4.1%	122,796	3.3%	39.6%
Ingresos financieros	61,707	1.5%	28,836	0.8%	114.0%
Gastos financieros	20,532	0.5%	(10,210)	-0.3%	-301.1%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	212,635	5.1%	161,842	4.3%	31.4%
Impuesto a la utilidad	64,549	1.6%	49,094	1.3%	31.5%
Utilidad de operaciones continuas	148,086	3.6%	112,748	3.0%	31.3%
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	13,495	0.4%	-100.0%
Utilidad (pérdida) neta	148,086	3.6%	126,243	3.3%	17.3%
Depreciación y amortización	150,307	3.6%	123,390	3.3%	21.8%
EBITDA	321,767	7.8%	246,186	6.5%	30.7%



Nuevo Fresko
Guadalajara La Rioja



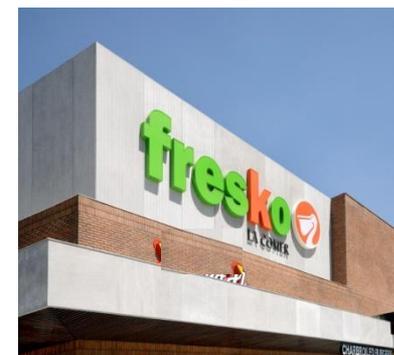
Miles de pesos al 30 de junio de 2017



Resultados acumulados 2017

Estado de Resultados

	30-jun-17	%	30-jun-16	%	Var.
Ingresos netos	7,950,782	100.0%	7,116,261	100.0%	11.7%
Costo de ventas	5,932,406	74.6%	5,376,585	75.6%	10.3%
Utilidad bruta	2,018,376	25.4%	1,739,676	24.4%	16.0%
Gastos de venta	1,385,496	17.4%	1,188,344	16.7%	16.6%
Gastos de administración	304,756	3.8%	285,531	4.0%	6.7%
Otros ingresos	14,335	0.2%	145,703	2.0%	-90.2%
Otros gastos	2,597	0.0%	145,182	2.0%	-98.2%
Utilidad de operación	339,862	4.3%	266,322	3.7%	27.6%
Ingresos financieros	105,010	1.3%	53,879	0.8%	94.9%
Gastos financieros	84,169	1.1%	3,594	0.1%	2241.9%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	360,703	4.5%	316,607	4.4%	13.9%
Impuesto causado	109,774	1.4%	95,711	1.3%	14.7%
Utilidad de operaciones continuas	250,929	3.2%	220,896	3.1%	13.6%
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	64,594	0.9%	-100.0%
Utilidad neta	250,929	3.2%	285,490	4.0%	-12.1%
Depreciación y amortización	292,292	3.7%	237,935	3.3%	22.8%
EBITDA	632,154	8.0%	504,257	7.1%	25.4%



Nuevo Fresko
Guadalajara La Rioja



Miles de pesos al 30 de junio de 2017



Balance General

Balance

Millones de pesos al 30 de junio de 2017

Activos		Pasivo y Capital Contable	
Activo circulante			
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,717,580	Proveedores y otras cuentas por pagar	3,647,624
Clientes neto (cuentas y documentos por cobrar)	584,935	Impuestos por pagar	26,447
Impuestos por recuperar	17,360	Otros pasivos circulantes	223,775
Inventarios	2,717,499	Pasivos circulantes	3,897,846
Otros activos no financieros	126,446	Provisiones por beneficios a los empleados a largo plazo	69,483
Total activos circulantes	6,163,820	Pasivo por impuesto diferido	79,510
		Total pasivos a largo plazo	148,993
Propiedades, planta y equipo (neto)	10,391,358	Total LiabiliPasivos totales	4,046,839
Propiedades de inversión	485,347	Capital Social	1,966,662
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,277,998	Prima en emisión de acciones	193,896
Activos por impuestos diferidos	200,504	Utilidades acumuladas	16,443,640
Otros activos no financieros no circulantes	827,436	Otros resultados integrales acumulados	1,695,426
Total activos no circulantes	18,182,643	Total participación controladora	20,299,624
		Capital contable	20,299,624
Activos totales	24,346,463	Total pasivo y capital contable	24,346,463



➔ **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) 8 nuevas tiendas autorizadas por el Consejo
- 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
Total unidades al final del periodo	59	67	75	84	94	105	117

