



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



*Diciembre, 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.”

---

# Misión



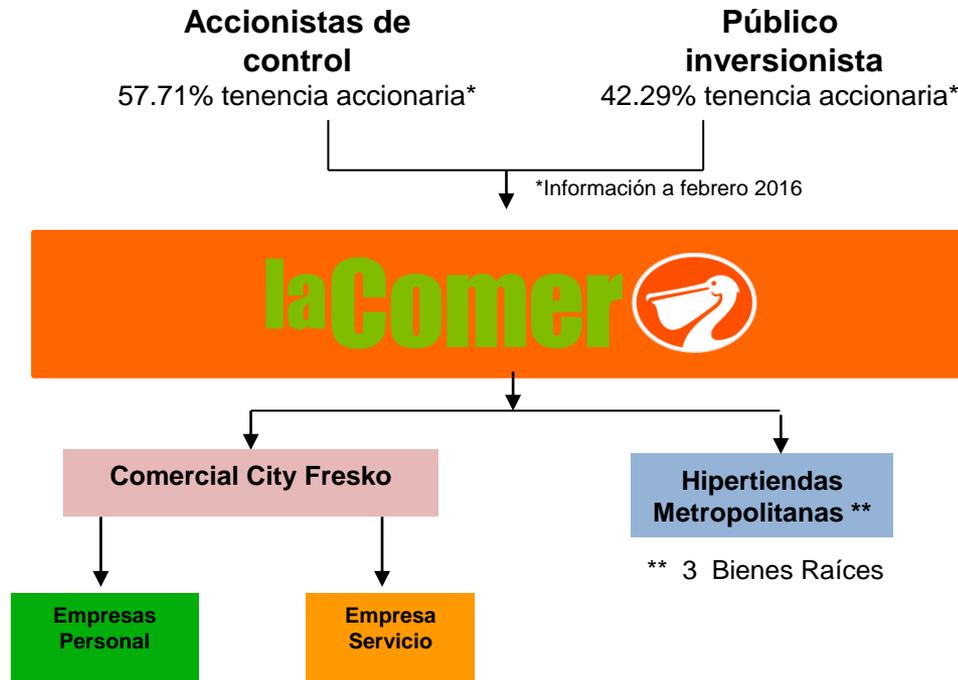
Ser la cadena de autoservicio que mejor atiende al público de nivel socioeconómico medio y alto del país, ofreciendo la mejor experiencia de compra en el mercado basada en : calidad, atención y servicio.





# 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

---

- **Tiendas:** 59 tiendas con aproximadamente **258,000 m<sup>2</sup>** en 4 diferentes formatos.

	• <b>7 City Market</b>
	• <b>14 Fresko *</b>
	• <b>12 Sumesa</b>
	• <b>26 La Comer</b>

*\*Número de unidades estimado considerando conversiones en 2016*

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

- ✓ *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, 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, pizzería, chocolatería, heladería, cafetería y pastelería fina, entre otros.
- 7 tiendas
- Área de ventas aproximada de 3,000 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**	%
<b>Ventas netas</b>	12,071	100.0	13,078	100.0	14,041	100.0
<b>Costo de ventas</b>	9,078	75.2	9,781	74.8	10,531	75.0
<b>Utilidad bruta</b>	2,993	24.8	3,297	25.2	3,509	25.0
<b>Gastos</b>	1,969	16.3	2,166	16.6	2,330	16.6
<b>Utilidad operativa</b>	981	8.1	1,077	8.2	1,174	8.4
<b>EBITDA</b>	1,228	10.2	1,378	10.5	1,465	10.4
<b>Inventarios</b>	1,369		1,639		1,454	
<b>Proveedores</b>	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***

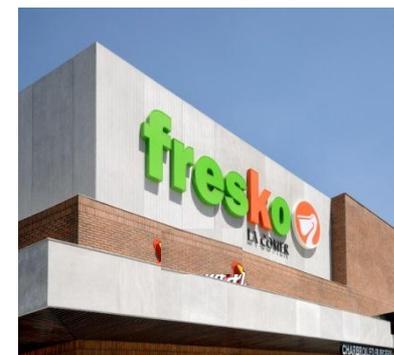
- 1) Costo directo de mercancía
- 2) Menores eficiencias logísticas
- 3) Menor nivel de apalancamiento en ciertos gastos fijos – Gastos corporativos
- 4) Amortización de activos intangibles
- 5) Gastos pre-operativos de tiendas nuevas y gastos en remodelaciones



## Estado de Resultados

	Trimestral		Acumulado	
	3 T 2016	%	Al 30 de sept.	%
<b>Ingresos netos</b>	<b>3,713,261</b>	<b>100.0%</b>	<b>10,829,523</b>	<b>100.0%</b>
Costo de Ventas	2,799,746	75.4%	8,176,331	75.5%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>913,515</b>	<b>24.6%</b>	<b>2,653,192</b>	<b>24.5%</b>
Gastos de venta	743,637	20.0%	2,088,931	19.3%
Gastos de administración	137,492	3.7%	423,023	3.9%
Otros ingresos	1,684	0.0%	147,387	1.4%
Otros gastos	14,063	0.4%	159,245	1.5%
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>20,007</b>	<b>0.5%</b>	<b>129,380</b>	<b>1.2%</b>
Ingresos financieros	35,831	1.0%	88,455	0.8%
Gastos financieros	834	0.0%	3,174	0.0%
<b>Resultados antes de Impuestos a la utilidad</b>	<b>55,004</b>	<b>1.5%</b>	<b>214,661</b>	<b>2.0%</b>
Impuesto a la utilidad	12,811	0.3%	61,437	0.6%
Utilidad de operaciones continuas	42,193	1.1%	153,224	1.4%
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	64,594	0.6%
<b>Utilidad Neta</b>	<b>42,193</b>	<b>1.1%</b>	<b>217,818</b>	<b>2.0%</b>
Depreciación y Amortización	197,046	5.3%	591,931	5.5%
<b>EBITDA</b>	<b>217,053</b>	<b>5.9%</b>	<b>721,311</b>	<b>6.7%</b>

Miles de pesos al 30 de septiembre de 2016



Nuevo Fresko  
Guadalajara La Rioja





# Balance General

## Balance

Millones de pesos al 30 de septiembre de 2016

Activo		Pasivo y Capital Contable	
Efectivo e inversiones temporales	2,975	Proveedores y otras cuentas por pagar	2,486
Clientes	490	Impuestos por pagar	17
Impuestos por recuperar	23	Otros pasivos circulantes	232
Otros activos financieros	440	<b>Total pasivo circulante</b>	<b>2,735</b>
Inventarios	1,882	Provisiones beneficio empleados	70
<b>Total activo circulante</b>	<b>5,811</b>	Pasivo por impuesto diferido	61
		<b>Total pasivo largo plazo</b>	<b>132</b>
Propiedades, mobiliario y equipo	9,889	<b>Total Pasivo</b>	<b>2,866</b>
Activos Intangibles	6,645	Capital Social	1,967
Activos por impuestos diferidos	315	Prima emisión acciones	194
Otros activos no circulantes	9.7	Utilidades acumuladas	16,090
<b>Total activo no circulante</b>	<b>16,858</b>	Otros resultados integrales acumulados	1,552
		<b>Total Capital Contable</b>	<b>19,803</b>
<b>Total Activo</b>	<b>22,669</b>	<b>Total Pasivo y Capital Contable</b>	<b>22,669</b>



## Nuevas Tiendas 2016

Tienda	Ciudad	m2	Fecha apertura
Fresko Guadalajara Rioja	Guadalajara	4,135	Abril
Fresko Sania	Guadalajara	2,230	Julio
City Market Antea	Querétaro	3,400	Septiembre
Fresko	Guadalajara	2,600	Diciembre
Fresko	Cuernavaca	3,211	Diciembre
City Market	Guadalajara	-	1 T 2017



*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

# Aperturas



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>

