GRUPO
LACOMER

Aviso Legal

"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."

LA COMER RESUMEN

33 laComer 13 city market LA COMER 16 fresko LA COMER 13 sumesa

- Casi 60 años de experiencia en el mercado mexicano de Autoservicios.
- **Tiendas**: **75**, con 320,900 m^2.de área de ventas, en 4 diferentes formatos.
- **Distribución Geográfica**: 60% de las tiendas ubicadas en el área metropolitana de la Ciudad de México
- **Bienes Inmuebles**:
  - ✓ 47 unidades (de los cuales 35 son tiendas que representan el 61% área ventas)
  - ✓ 380 espacios comerciales(+70,000 m^2 área rentable);
- **Empleados**: 14,000
- **Marcas y Logos**: La Comer, City Market, Fresko, Sumesa, Golden Hills, Farmacom, Pet's Club, Miércoles de Plaza, Monedero Naranja y el logo el Pelícano.
- **Campañas** : *"Temporada Naranja", "Miércoles de plaza", "¿Vas al Super o a La Comer?", "La Comer en tu casa"*.
- **2 Centros de Distribución**: Ciudad de México y Guadalajara.

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.

Accionistas de control
55.7% *

Público inversionista
44.3%*

*Abril 2019

laComer

Acción listada en la BMV
44% público

LACOMER

laComer city market fresko

Empresas Inmobiliarias

Empresas de Personal

Empresas de servicio

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

NUEVO GRUPO LA COMER – RACIONAL DE LA ESCISIÓN

CCM

54 tiendas

En 2016 inicia La Comer con 54 tiendas:

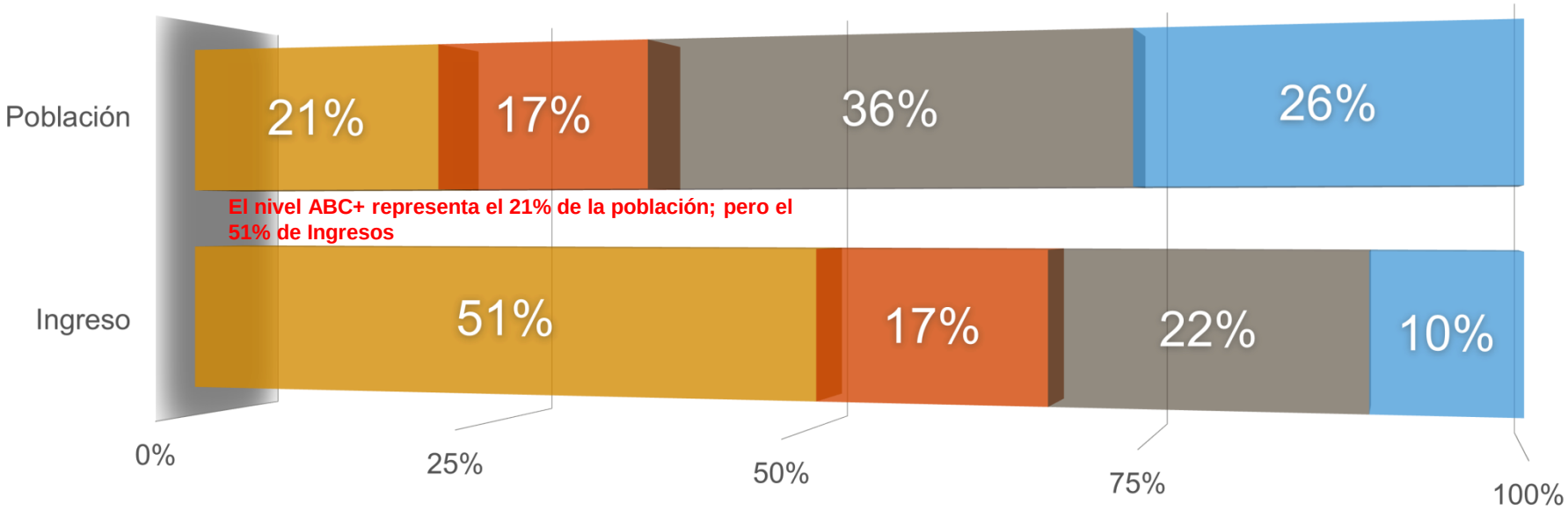
- Diferenciación
- Enfoque a segmento medio - alto
- Formatos medianos y pequeños
- Mucho potencial de desarrollo
- Crecimiento
- Propuesta de valor basada en precio, calidad y experiencia de compra

143 tiendas

Venta de143 tiendas a Soriana :

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

NIVELES SOCIOECONÓMICOS EN MÉXICO



ABC+ > $35,000 MXN

C $34,999 MXN - $11,600 MXN

C-, D+ $11,599 MXN - $6,800 MXN

D-, E < $6,799 MXN

De 15% a 25% del ingreso es utilizado para comida y necesidades básicas.

- Busca calidad y servicio

De un 30% a 50% del ingreso es utilizado para comida y necesidades básicas

- Sensibilidad alta al precio

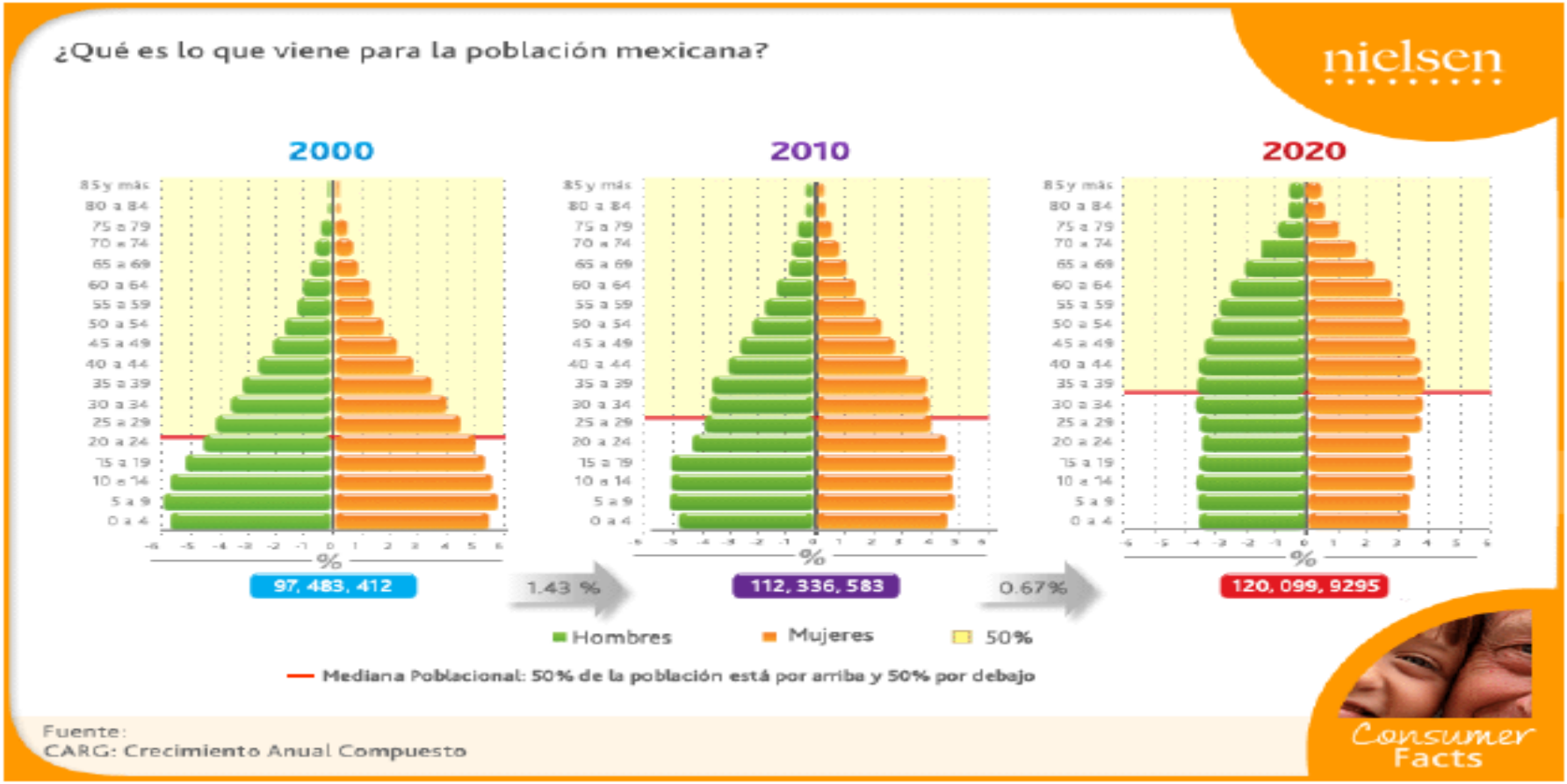
MERCADO OBJETIVO DE LA COMER

CLASES SOCIOECONÓMICAS MEDIAS Y ALTAS

¿Porque?

No es un mercado bien atendido
Competimos mejor contra otros jugadores
El cliente valora mejor nuestros atributos
Estos segmentos resisten mejor las crisis
Potencialmente mas redituable

POBLACION DE MÉXICO SE ESTÁ VOLVIENDO MENOS JOVEN



A medida que México se convierte en un país "más viejo", los ingresos disponibles aumentan y el gusto por la "cultura y la sofisticación" aumenta..

ESTRATEGIA

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

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.

MARCAS & FORMATOS

La Comer es la marca que llevan todos los formatos para mostrar una imagen consistente.

city market
LA COMER

- Gran selección de productos gourmet, así como: vinos, quesos, carne, abarrotes 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.
- 13 tiendas
- Área de ventas entre 3,000 a 5,000 m2
- Localizado en zonas de alto ingreso

CITY MARKET SAN MIGUEL DE ALLENDE

fresko LA COMER

- Supermercado con una variedad seleccionada de productos especiales (kosher, orgánico).
- Excelente calidad de productos perecederos, enfatizando la frescura.
- Diseñado especialmente para una compra conveniente y rápida.
- 16 tiendas
- Área de ventas de aproximadamente 1,500 a 4,000 m2
- Ubicado en zonas de alto poder adquisitivo a lo largo de las grandes ciudades.

FRESKO HUIXQUILUCAN

laComer

- Además de los productos perecederos y comestibles, este formato ofrece mercancía general y electrodomésticos como vajillas y mantelería, entre otros.
- La Comer ofrece una mayor rango y variedad de productos.
- Departamentos especializados como Xpressa Café, comida preparada y pastelería fina
- Ubicado en grandes centros comerciales.
- Área de ventas de 4,000 a 7,500 metros cuadrados

LA COMER METEPEC

Servicio entrega a domicilio-Omnicanal

Desde el inicio de La Comer, se creó una nueva área enfocada en el comercio electrónico y el servicio a domicilio

- Estrategia de diferenciación basada en un mejor servicio y una calidad inigualable en productos perecederos.

2016: Mejora en operaciones y servicio

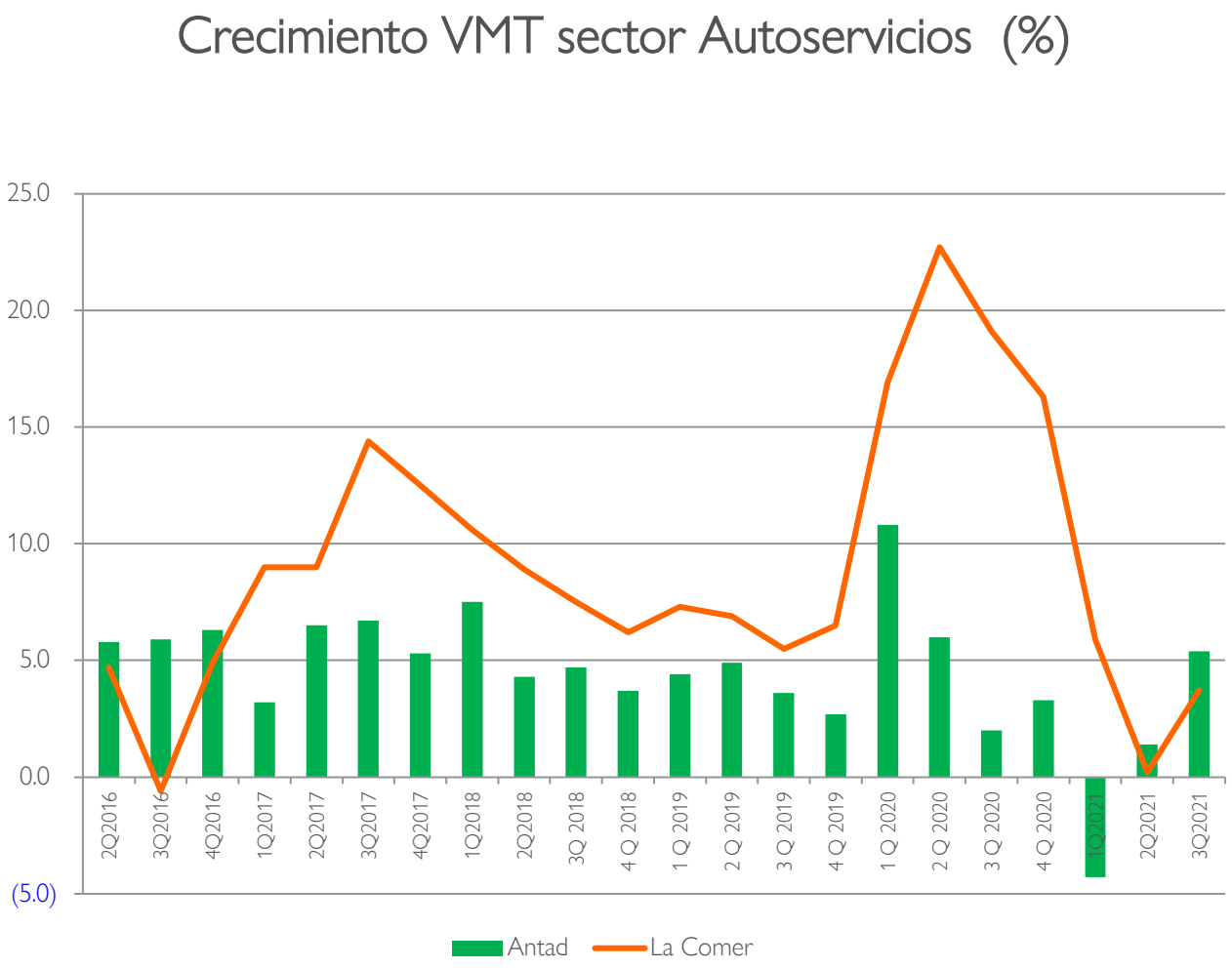
2017: Nueva plataforma fácil de usar
- ✓ Integrada con sistemas internos

2018: Campaña promocional: "Tú a lo tuyo y La Comer en tu Casa"
- ✓ Nueva app
- ✓ Plan, duplicar las ventas

2019: Nuevas formas de pago
- ✓ Mejor marketing en línea
- ✓ Actividades promocionales mejoradas
- ✓ 2.0% de las ventas totales

2020: Pandemia Mundial COVID 19
- ✓ Incrementos extraordinarios en nuestra plataforma de e-commerce

CRECIMIENTO VMT



INFORMACIÓN FINANCIERA

	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%	2020	%
Ventas netas	14,757	100	16,635	100	19,119	100	21,591	100	27,021	100
Costo de ventas	11,148	75.5	12,423	74.7	14,078	73.6	15,698	72.7	19,636	72.7
Utilidad bruta	3,610	24.4	4,213	25.3	5,041	26.4	5,893	27.3	7,384	27.3
Gastos	3,184	21.6	3,441	20.7	3,994	20.9	4,775	22.1	5,651	20.9
Ut. operativa	416	2.8	772	4.6	1,047	5.5	1,117	5.2	1,734	6.4
Ut. operativa proforma*	416	2.8	576	3.5	817	4.3	1,117	5.2	1,734	6.4
EBITDA (1)							1,979	9.2	2,748	10.2
Flujo operativo(2)	938	6.4	1,374	8.3	1,753	9.2	1,783	8.3	2,529	9.4
Flujo operativo proforma*(2)	938	6.4	1,178	7.1	1,523	8.0	1,783	8.3	2,529	9.4

Millones de pesos

(1) Incluye efectos de la Norma NIIF 16

(2) Flujo operativo se refiere al EBITDA menos el flujo por pago de rentas. EBITDA sin aplicar NIIF 16

**Proforma - Excluyendo efectos extraordinarios por utilidad en venta de propiedades de $196 millones en 2017 y $230 millones en 2018.*

INFORMACIÓN FINANCIERA

Estado de Resultados 3Q 2021

	3Q 2021				
	2021	%	2020	%	Var %
Ventas netas	**7,339.1**	100.0	**6,882.5**	100.0	**6.6**
Costo de ventas	5,291.6	72.1	4,999.4	72.6	5.8
Utilidad bruta	2,047.5	27.9	1,883.1	27.4	8.7
Gastos generales	1,553.7	21.2	1,463.0	21.3	6.2
Utilidad de operación	**493.8**	6.7	**420.1**	6.1	**17.5**
EBITDA [1]	**758.2**	10.3	**668.3**	9.7	**13.5**
Flujo Operativo [2]	**697.5**	9.5	**614.3**	8.9	**13.5**
RIF	(1.8)	(0.0)	8.1	0.1	(122.2)
Impuestos y otros	101.1	1.4	76.5	1.1	32.2
Utilidad neta	**390.9**	5.3	**351.7**	5.1	**11.1**
Venta Mismas Tiendas %	3.7		19.1		
Clientes (miles)	16,294		14,457		12.7
Número de tiendas	75		73		2.7
Área de venta en m^2	320,907		310,290		3.4

Millones de pesos mexicanos

(1) EBITDA se refiere a la utilidad en operación antes de depreciaciones y amortizaciones.

(2) Flujo operativo se refiere al EBITDA menos el flujo por pago de rentas. EBITDA sin aplicar NIIF 16.

BALANCE

AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2021

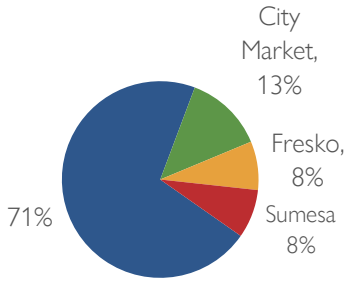
Activos		Pasivo y Capital Contable	
Activo circulante			
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,957	Proveedores y otras cuentas por pagar	4,420
Clientes neto (cuentas y documentos por cobrar)	1,155	Impuestos por pagar	254
Impuestos por recuperar	84	Pasivos por arrendamiento a corto plazo	68
Inventarios	3,684	Total provisiones circulantes	516
Otros activos no financieros	110	**Pasivos ciruclantes**	**5,257**
Activos circulantes distintos de los activos no circulantes	7,989		
Activos mantenidos para la venta	17	Pasivos por arrendamiento a largo plazo	1,345
Total activos circulantes	8,006	Provisiones por beneficios a los empleados a largo plazo	153
		Pasivo por impuesto diferido	624
Propiedades, planta y equipo (neto)	15,734	Total pasivos a largo plazo	**2,122**
Propiedades de inversión	624	**Pasivos totales**	**7,379**
Activos por derecho de uso	1,317		
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,278	Capital Social	1,967
Activos por impuestos diferidos	84	Prima en emisión de acciones	265
Otros activos no financieros no circulantes	342	Utilidades acumuladas	21,087
		Otros resultados integrales acumulados	1,686
Total activos no circulantes	**24,378**	Total participación controladora	25,005
		Capital contable	25,005
Activos totales	**32,384**	**Total pasivo y capital contable**	**32,384**

Millones de pesos

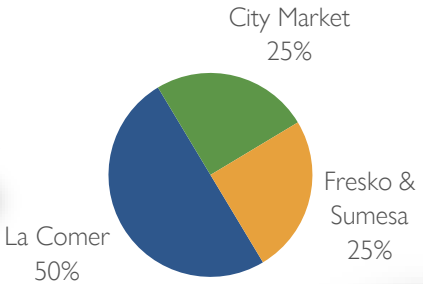
APERTURAS

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

Inicio La Comer 1° de enero de 2016		Año 2025
# tiendas 54	→	Más de 100 tiendas



Participación por formato



GRUPO
LACOMER
laComer
ENTRADA
fresko
LA COMER
city market
LA COMER