GRUPO
LACOMER
Nov. 2017

Aviso Legal

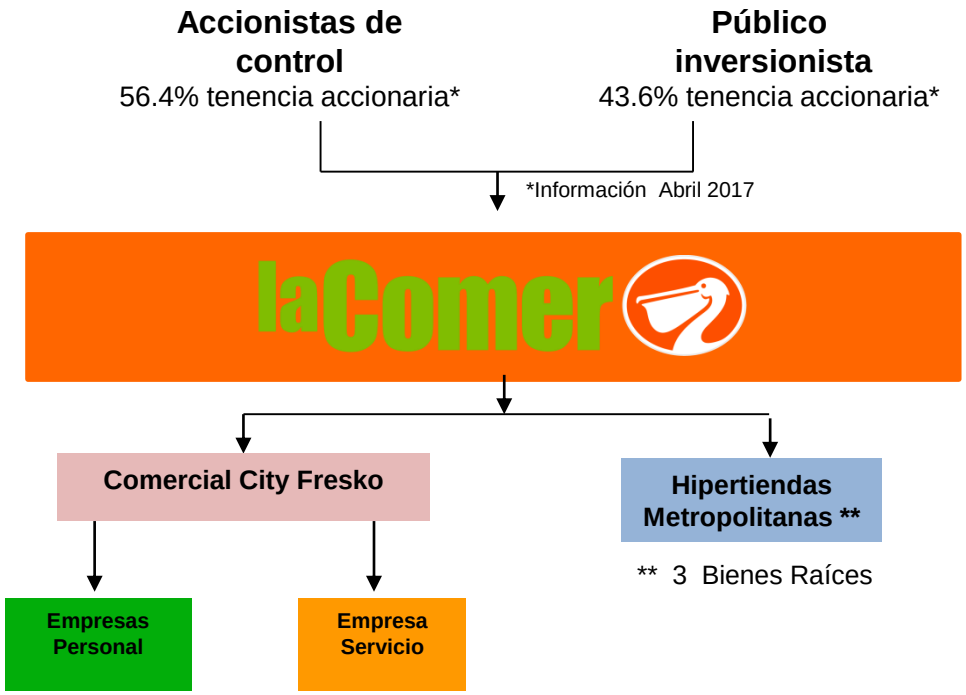
"El siguiente material presenta información general acerca de La Comer, S.A.B. de C.V. "La Comer" tal como es a la fecha de la presentación. Dicha información se muestra en forma resumida y no pretende ser completa. Tampoco constituye una recomendación para inversionistas potenciales. Esta presentación 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."

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
44% público

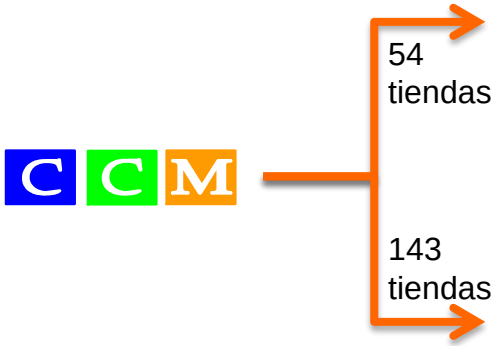
LACOMER

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

Nuevo Grupo La Comer – Racional de la Escisión

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 de143 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:** 61 tiendas en **250,000 m^2 de área de ventas** en 4 diferentes formatos.

  - **9 City Market**
  - **10 Fresko ***
  - **13 Sumesa**
  - **29 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 m^2 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 Pelícano

- **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

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

Formatos

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, 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.
- 9 tiendas
- Área de ventas entre 3,000 a 5,000 m^2
- Localizado en zonas de alto ingreso

city market
LA COMER

spa

Pintxos

cava
vinos premium

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^2
- Se ubicará en zonas donde se pueda aprovechar el crecimiento vertical que se está gestando en las grandes ciudades.

fresko
LA COMER
FRUTAS Y VERDURAS
CAFÉ
CAVA
KOSHER
PESCADOS

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^2

laComer
ENTRADA
COSMÉTICOS
CARNES
TORTILLERÍA
PESCADOS

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

	Sept. 30, 2017	%	Sept. 30, 2016	%	Var.
Ingresos netos	**4,256,411**	**100.0%**	**3,713,261**	**100.0%**	**14.6%**
Costo de ventas	3,188,483	74.9%	2,799,746	75.4%	13.9%
Utilidad bruta	**1,067,928**	**25.1%**	**913,515**	**24.6%**	**16.9%**
Gastos de venta	739,796	17.4%	665,702	17.9%	11.1%
Gastos de administración	162,362	3.8%	137,492	3.7%	18.1%
Otros ingresos	19,683	0.5%	11,839	0.3%	-
Utilidad de operación	**146,087**	**3.4%**	**98,482**	**2.7%**	**48.3%**
Ingresos financieros	55,574	1.3%	35,831	**1.0%**	**55.1%**
Gastos financieros	4,942	0.1%	834	0.0%	492.6%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	**196,719**	**4.6%**	**133,479**	**3.6%**	**47.4%**
Impuesto a la utilidad	61,541	1.4%	36,354	1.0%	69.3%
Utilidad de operaciones continuas	**135,178**	**3.2%**	**97,125**	**2.6%**	**39.2%**
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	-	0.0%	0.0%
Utilidad (pérdida) neta	**135,178**	**3.2%**	**97,125**	**2.6%**	**39.2%**
Depreciación y amortización	153,512	3.6%	118,571	3.2%	29.5%
EBITDA	**299,599**	**7.0%**	**217,053**	**5.8%**	**38.0%**

Miles de pesos al 30 de septiembre de 2017

Fresko
Guadalajara La Rioja

Resultados acumulados 2017

Estado de Resultados

	30-sep-17	%	30-sep-16	%	Var.
Ingresos netos	**12,207,195**	**100.0%**	**10,829,523**	**100.0%**	**12.7%**
Costo de ventas	9,120,889	74.7%	8,176,331	75.5%	11.6%
Utilidad bruta	**3,086,306**	**25.3%**	**2,653,192**	**24.5%**	**16.3%**
Gastos de venta	2,592,410	21.2%	2,277,069	21.0%	13.8%
Otros ingresos	7,946	0.1%	11,318	0.1%	-29.8%
Utilidad de operación	**485,950**	**4.0%**	**364,805**	**3.4%**	**33.2%**
Ingresos financieros	71,474	0.6%	85,281	0.8%	-16.2%
Resultados antes de Impuestos a la utilidad	**557,424**	**4.6%**	**450,086**	**4.2%**	**23.8%**
Impuesto causado	171,315	1.4%	132,064	1.2%	29.7%
Utilidad de operaciones continuas	**386,109**	**3.2%**	**318,022**	**2.9%**	**21.4%**
Utilidad de operaciones discontinuas	-	0.0%	64,594	0.6%	-100.0%
Utilidad neta	**386,109**	**3.2%**	**382,616**	**3.5%**	**0.9%**
Depreciación y amortización	445,805	3.7%	356,506	3.3%	25.0%
EBITDA	**931,755**	**7.6%**	**721,311**	**6.7%**	**29.2%**

Miles de pesos al 30 de septiembre de 2017

Balance General

Balance

Millones de pesos al 30 de septiembre de 2017

Activos		Pasivo y Capital Contable	
Activo circulante			
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,491,659	Proveedores y otras cuentas por pagar	3,201,601
Clientes neto (cuentas y documentos por cobrar)	639,504	Impuestos por pagar	22,588
Impuestos por recuperar	21,243	Otros pasivos circulantes	316,879
Inventarios	2,316,564	**Pasivos ciruclantes**	**3,541,068**
Otros activos no financieros	126,446		
Total activos circulantes	**5,595,416**	Provisiones por beneficios a los empleados a largo plazo	72,582
		Pasivo por impuesto diferido	167,318
		Total pasivos a largo plazo	**239,900**
Propiedades, planta y equipo (neto)	10,745,625	**Total LiabiliPasivos totales**	**3,780,968**
Propiedades de inversión	575,996		
Activos intangibles distintos al crédito mercantil	6,277,998	Capital Social	1,966,662
Activos por impuestos diferidos	226,771	Prima en emisión de acciones	193,896
Otros activos no financieros no circulantes	796,115	Utilidades acumuladas	16,578,820
Total activos no circulantes	**18,622,505**	Otros resultados integrales acumulados	1,697,575
		Total participación controladora	20,436,953
		Capital contable	**20,436,953**
Activos totales	**24,217,921**	**Total pasivo y capital contable**	**24,217,921**

2017 y 2018

Resumen 2017

1) Una tienda cerrada por remodelación total
2) Remodelación parcial en dos tiendas
3) Se estima la apertura de 3 tiendas en el año
4) Mayoría de proyectos para este año retrasados, se espera realizar las aperturas en 2018

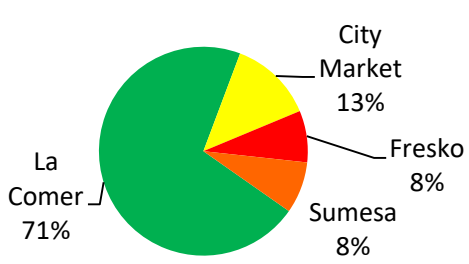
2018

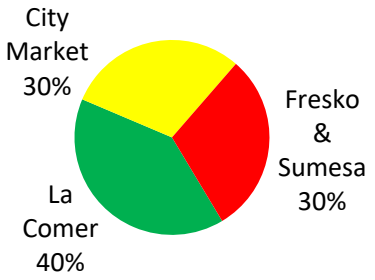
1) Control de gastos preoperativos
2) 8 nuevas aperturas estimadas
3) Se tomarán medidas para recuperar el plan de expansión y poder realizar la apertura de más tiendas durante el año
4) Consolidar el formato City Market no solo en la Ciudad de México

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.

	Comienzo de La Comer 1º Enero 2016		Final año 2022
# tiendas	54	→	117





Participación en ventas

GRUPO
LACOMER
laComer
ENTRADA
fresko
LA COMER
city market
LA COMER