

INFORME DE LA DIRECCIÓN CUARTO TRIMESTRE DE 2014.

Corporativo Fragua S.A.B de C.V., informa los resultados del cuarto trimestre del año 2014, resaltando temas y áreas importantes de la empresa. Las cifras incluidas en este informe son nominales.

- **El plan de expansión 2014 volvió a superarse abriendo 150 nuevas sucursales; se inauguró una “SúperFarmacia” cada tres días en promedio.**
- **Con 1322 puntos de venta en operación, la cobertura es de 290 ciudades, 23 Estados y el Distrito Federal.**
- **26,498 colaboradores bien capacitados han hecho de éste, otro año de metas y logros alcanzados.**
- **Fragua permanece como la cadena de “SúperFarmacias” más importante de México por su volumen de ventas y también por el número de sucursales.**

Nuevamente se superaron nuestras metas de crecimiento ordenado, además hemos fortalecido de manera importante los procesos y operaciones haciendo cada vez más eficiente a la Empresa.

Para Fragua algunos de los hechos más relevantes del año 2014 fueron:

- Por décimo séptimo año consecutivo, se cumplió con creces el plan de expansión. Este año se abrió una “SúperFarmacia” cada tres días en promedio. A diciembre del 2014 los puntos de venta llegaron a 1322, en comparación con los 1172 al cierre del 2013, lo que representó 150 nuevas sucursales.
- La presencia en la República Mexicana llegó a 290 ciudades, 23 Estados y el Distrito Federal, logrando en 2014 incorporar 19 nuevas ciudades.
- Las ventas totales en el año ascendieron a \$32,032.6 millones de pesos, lo que representó un crecimiento de 11.0% con relación al año anterior.
- La utilidad bruta, así como otras utilidades presentaron aumentos comparados con el año anterior.

- El área de venta se incrementó en un 12.9% en relación con los metros cuadrados del año 2013.
- El número de clientes atendidos creció un 6.3%, superando los 463 millones de clientes este año.

❑ EXPANSIÓN

2014 fue otro año muy positivo en lo que se refiere a la expansión y el programa de crecimiento. Nuevamente se superó el objetivo de crecimiento, llegando a 150 aperturas. Estas acercaron a Fragua a mayor número de clientes, localizados en 290 ciudades en 23 Estados y el D.F., adicionando 19 nuevas ciudades en el año.

En el primer trimestre del año 2014, se abrieron 29 sucursales en: Aguascalientes, Durango, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas y Veracruz.

En el segundo trimestre del año, se abrieron 33 sucursales en los Estados de: México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, Puebla, San Luis Potosí, Sonora, Tamaulipas y Veracruz.

En el tercer trimestre se logró la inauguración de 36 sucursales, en: Aguascalientes, Chihuahua, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas y Veracruz.

En el último trimestre del año las aperturas fueron 52 y se dieron en: Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas.

Esta expansión en nuevas “SúperFarmacias” implicó inversiones importantes, además se continuó con la capacitación al personal y con las mejoras a nuestros sistemas tecnológicos.

❑ VENTAS

En el año, las ventas totales tuvieron un buen crecimiento aumentando en un 11.0% con relación al año anterior. El importe acumulado de ventas del 2014 llegó a \$32,032.6 millones de pesos, contra \$28,833.9 millones de pesos del año anterior. Durante el cuarto trimestre del 2014 se vendieron \$8,454.9 millones de pesos, contra \$7,509.6 millones de pesos en el cuarto trimestre del 2013, lo cual representó un crecimiento de 12.5%.

Las “ventas mismas tiendas”, que son las ventas de las sucursales con más de un año en operación, alcanzaron un importe de \$29,045.4 millones de pesos en 2014 contra \$28,168.4 millones de pesos en 2013, esto implica un crecimiento de 3.1% con respecto al año anterior.

Las “ventas mismas tiendas” del cuarto trimestre individual, tuvieron un crecimiento del 3.8%, logrando un importe de \$7,738.2 millones de pesos comparado con \$7,451.5 millones de pesos del cuarto trimestre del año anterior.

El área de venta de las sucursales se vio incrementada por la expansión, llegando a 595,161 metros cuadrados en el 2014. El crecimiento representa un 12.9% contra los 527,315 metros cuadrados del ejercicio anterior.

□ PRODUCTIVIDAD

En 2014, los resultados, crecimientos y logros presentados son muestra de que las estrategias aplicadas han dado buenos resultados.

La utilidad bruta del año creció 12.3% contra 2013; pasando de \$5,474.6 millones de pesos a \$6,149.8 millones de pesos. El margen bruto pasó de 19.0% a 19.2% de las ventas netas este año.

El margen bruto del trimestre fue de 19.8% contra el 19.5% del mismo trimestre de 2013.

Aun cuando se realizó el proceso para poner en operación el nuevo Centro de Distribución en el Noreste, así como el agresivo programa de expansión, los gastos se mantuvieron estables. El proceso gradual de funcionamiento del CEDIS Noreste, se clasificó en la cuenta de Gastos Preoperativos. El año anterior los gastos fueron de \$4,977.0 millones de pesos, mientras que este año fueron de \$5,481.7 millones de pesos, con un crecimiento del 10.1%. El porcentaje representó 17.1% de las ventas en 2014 contra un 17.3% en el ejercicio anterior.

En el cuarto trimestre los gastos representaron 18.1% de las ventas netas, comparado con un 18.0% al del cuarto trimestre del 2013.

La utilidad operativa anual presentó un incremento de 29.4%, pasando de \$1,379.6 millones de pesos en 2013 a \$1,786.1 millones de pesos en 2014; el margen operativo incrementó pasando de 4.8% de las ventas netas en 2013, a 5.6% en 2014.

En el cuarto trimestre el margen de operación pasó de 4.7% en 2013 a 5.8% durante 2014.

Finalmente, la utilidad neta del año tuvo un incremento de 0.8% pasando de \$963.2 millones de pesos en 2013 a \$971.9 millones de pesos en 2014. El margen neto del año fue de 3.0% contra 3.3% del año anterior, por los efectos de la reforma fiscal que entró en vigor a partir del primero de enero de 2014.

En términos de estructura financiera y de liquidez, FRAGUA concluye el ejercicio con buenos niveles de liquidez los cuales son apropiados y suficientes para el crecimiento y cumplimiento del plan de expansión del siguiente año.

❑ CAPITAL HUMANO

Los 26,498 Colaboradores de Corporativo Fragua continúan sus estándares satisfactorios de productividad. Se crearon este año 2,991 fuentes de trabajo permanentes, que representan un incremento de 12.7% con relación al año anterior. La capacitación, eficiencia y la mejora continua siguen siendo la base primordial que apoya los planes de expansión y desarrollo de FRAGUA.

❑ DISTRIBUCIÓN

Para lograr tener una logística eficiente y oportuna se mantienen en coordinación los centros de distribución, la flotilla y las sucursales. Juntos permiten llegar a lugares nuevos e incrementar el plan de crecimiento. El hecho de lograr tener los productos en cada una de las 1322 “SúperFarmacias” en tiempo oportuno, permite la satisfacción de los clientes y sirve de base para el crecimiento.

El Centro de Distribución Noreste inició gradualmente operaciones durante este año 2014.

2014 ha sido para FRAGUA otro año de buenos resultados, gracias a la preferencia de sus clientes, apoyados por nuestra gente, por los sistemas, la tecnología, la innovación, las estrategias de eficiencia y la experiencia aplicadas con un esfuerzo permanente para lograr las metas de Corporativo Fragua.

❑ OTRAS NOTAS

El Reglamento Interior de la Bolsa Mexicana de Valores, en el artículo 4.033.01 Fracción VIII en materia de Requisitos de Mantenimiento, menciona la obligación de contar con Cobertura de Análisis.

Con base en este nuevo lineamiento, a la fecha del presente reporte, Corporativo Fragua cumple con la cobertura de análisis requerida por la Bolsa Mexicana de Valores. GBM Casa de Bolsa, es la institución financiera que le ha dado seguimiento al Corporativo desde el ejercicio 2004, presentando reportes en inglés y español al público inversionista.

A T E N T A M E N T E.-

CORPORATIVO FRAGUA