

## **INFORME DE LA DIRECCIÓN CUARTO TRIMESTRE DE 2011.**

**Corporativo Fragua S.A.B de C.V.**, informa los resultados del cuarto trimestre del año 2011, resaltando temas y áreas importantes de la empresa. Las cifras incluidas en este informe son nominales.

- **El plan de expansión 2011 volvió a superarse abriendo 102 nuevas sucursales; se inauguró una “SúperFarmacia” cada cuatro días en promedio.**
- **Con 948 puntos de venta en operación, la cobertura es de 22 estados alcanzando 221 ciudades.**
- **19,653 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 2011 fueron:

\*Por catorceavo año consecutivo, se cumplió con creces el plan de expansión. Este año se abrió una “SúperFarmacia” cada cuatro días en promedio. A diciembre del 2011 los puntos de venta llegaron a 948, en comparación con los 846 al cierre del 2010, lo que representó 102 nuevas sucursales.

\* La presencia en la República Mexicana llegó a 221 ciudades y 22 estados, logrando en 2011 incorporar 23 nuevas ciudades.

\* Las ventas totales en el año ascendieron a 23,237.3 millones de pesos, lo que representó un crecimiento de 9.8% con relación al año anterior.

\*La utilidad bruta así como otras utilidades y los márgenes presentaron aumentos comparados con el año anterior.

\* El área de venta se incrementó en un 12.0% en relación con los metros cuadrados del año 2010.

\* El número de clientes atendidos creció un 8.3%, superando los 377 millones de clientes este año.

## ❑ **EXPANSIÓN**

2011 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 102 aperturas. Estas acercaron a Fragua a mayor número de clientes, localizados en 221 ciudades en 22 estados, adicionando 23 nuevas ciudades en el año.

En el primer trimestre del año 2011, se abrieron 16 sucursales en los Estados de: Coahuila, de México, Jalisco, Michoacán, Morelos, el cual fue nuevo Estado, Nuevo León, Puebla, Sinaloa y Tamaulipas.

En el segundo trimestre del año, se abrieron 24 sucursales en los Estados de: Aguascalientes, Jalisco, Nuevo León, Sinaloa, Tamaulipas y Veracruz.

En el tercer trimestre se logró la inauguración de 22 nuevos puntos de venta, localizados en: Aguascalientes, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Nayarit, Puebla, Querétaro, San Luis y Tamaulipas.

En el último trimestre del año las aperturas fueron 40 y se dieron en los Estados de : Chihuahua siendo este nuevo Estado, Coahuila, Colima, Estado de México, Guerrero el cual también fue nuevo Estado, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas y Veracruz.

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

Como parte de la expansión, Farmacia Guadalajara S.A. de C.V., constituyó la Empresa Innovadora de Productos Mexicanos S.A. de C.V. que se encuentra en proceso de desarrollo, para iniciar operaciones dentro del año 2012, incursionando en la maquila de algunas marcas propias no medicinales.

## ❑ **VENTAS**

En el año, las ventas totales tuvieron un buen crecimiento aumentando en un 9.8% con relación al año anterior. El importe acumulado de ventas del 2011 llegó a 23,237.3 millones de pesos, contra 21,152.3 millones de pesos del año anterior. Durante el cuarto trimestre del 2011 se vendieron 6,043.6 millones de pesos, contra 5,590.5 millones de pesos en el cuarto trimestre del 2010, lo cual representó un crecimiento de 8.1%.

Las “ventas mismas tiendas”, que son las ventas de las sucursales con más de un año en operación, alcanzaron un importe de 20,844.6 millones de pesos en 2011 contra 20,432.4 millones de pesos en 2010, esto implica un crecimiento de 2.0% con respecto al año anterior.

Las “ventas mismas tiendas” del cuarto trimestre individual, tuvieron un crecimiento del 0.7%, logrando un importe de 5,589.5 millones de pesos comparado con 5,548.8 millones de pesos del cuarto trimestre del año anterior.

El área de venta de las sucursales se vio incrementada por la expansión, llegando a 428,349 metros cuadrados en el 2011. El crecimiento representa un 12.0% contra los 382,149 metros cuadrados del ejercicio anterior.

## □ PRODUCTIVIDAD

En 2011, los resultados, crecimientos y logros presentados son muestra de que las estrategias aplicadas han dado buenos resultados.

La utilidad bruta del año creció 12.7% contra 2010; pasando de 3,868.3 millones de pesos a 4,361.0 millones de pesos. Los márgenes brutos pasaron de 18.3% a 18.8% de las ventas netas este año.

Los gastos tuvieron un incremento, principalmente por el agresivo programa de expansión, así como por los aumentos en energía eléctrica y combustibles para los transportes. El año anterior los gastos fueron de 3,306.9 millones de pesos, mientras que este año fueron de 3,785.1 millones de pesos, que representa un crecimiento del 14.4%. El porcentaje representó 16.3% de las ventas en 2011 contra un 15.6% en el ejercicio anterior.

En el cuarto trimestre los gastos representaron 17.8% de las ventas netas contra 17.1% del cuarto trimestre del 2010.

La utilidad operativa anual presentó un incremento de 2.5%, pasando de 561.4 millones de pesos en 2010 a 575.8 millones de pesos en 2011; el margen operativo disminuyó pasando de 2.7% de las ventas netas en 2010, a 2.5% en 2011.

El margen bruto del trimestre fue de 18.9% contra el 18.8% del mismo trimestre de 2010.

En el cuarto trimestre el margen de operación fue del 1.1% contra el 1.7% del cuarto trimestre del 2010.

Finalmente, la utilidad neta del año tuvo un incremento de 16.0% pasando de 730.9 millones de pesos en 2010 a 848.5 millones de pesos en 2011. El margen neto del año fue de 3.7% contra 3.5% del año anterior.

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 19.653 Colaboradores de Corporativo Fragua continúan sus estándares satisfactorios de productividad. Se crearon este año 1,831 fuentes de trabajo permanentes, que representan un incremento de 10.3% 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 el centro 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 948 “SúperFarmacias” en tiempo oportuno, permite la satisfacción de los clientes y sirve de base para el crecimiento.

2011 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.

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

**CORPORATIVO FRAGUA**