

Monterrey, México a 23 de abril de 2015. – Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. (BMV: GFAMSA)

Reporte del Director General de Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. sobre los resultados de operación del primer trimestre 2015 (1T15), con datos al 31 de marzo de 2015. Los presentes estados financieros preliminares no auditados han sido preparados de conformidad con las IFRS e interpretaciones vigentes al 31 de marzo de 2015.

Resumen de Resultados Financieros Consolidados





(Millones de pesos)

	Primer Trimestre ⁽¹⁾		
	2015	2014	% Var. ⁽²⁾
Ventas	3,530	3,209	10.0%
Costo de Ventas	-1,816	-1,649	10.2%
Utilidad Bruta	1,714	1,561	9.8%
Gastos de Operación	-1,437	-1,310	9.8%
Otros ingresos, neto	24	0	--.
Utilidad de Operación	300	251	19.7%
UAFIRDA	421	345	22.1%
Utilidad Neta	93	184	-49.7%
Margen Bruto	48.6%	48.6%	
Margen UAFIRDA	11.9%	10.8%	
Margen Neto	2.6%	5.7%	

(1) Cifras nominales

(2) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

Acontecimientos Relevantes (1T15)

 S.A.B. DE C.V.	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Las Ventas Netas consolidadas alcanzadas fueron de P\$3,530 millones, creciendo 10.0% durante 1T15 ▶ El UAFIRDA consolidado aumentó 22.1% durante el primer trimestre de 2015, al sumar P\$421 millones
 MX	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Famsa México reflejó un alza significativa del 7.5% en Ventas Mismas Tiendas (VMT), superior a la Guía 2015 ▶ Muebles mostró un sobresaliente desempeño al registrar un incremento en ventas del 17.6% durante 1T15
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ El IMOR se ubicó en 13.3% al cierre de marzo 2015, lo cual representa una mejora de 430 puntos base al compararse con el IMOR de junio 2014 ▶ El Portafolio Comercial aumentó a un ritmo anual de 35.5%, sumando P\$3,492 millones al 31 de marzo de 2015
 USA	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Las VMT en dólares de Famsa USA incrementaron 0.4% durante el primer trimestre de 2015 ▶ Préstamos Personales creció 30.1% en 1T15, comparado con el primer trimestre de 2014, representando el 5.7% de las Ventas Netas de Famsa USA

CARTA DEL DIRECTOR

Humberto Garza Valdéz, Director General de Grupo Famsa, comentó: Durante el primer trimestre de 2015 apuntalamos la productividad de nuestras operaciones, logrando un incremento en Ventas Netas consolidadas de 10.0% comparado con el mismo periodo del año anterior. Adicionalmente, tuvimos un destacado aumento de 22.1% en el Flujo Operativo (UAFIRDA) consolidado, sumando P\$421 millones al cierre de marzo de 2015.

Los resultados obtenidos refrendan nuestro plan de negocio fijado para 2015 el cual estamos ejecutando de manera puntual en cada una de nuestras unidades de negocio. En México, hemos logrado reactivar exitosamente la demanda de categorías fundamentales como Muebles, Línea Blanca y Celulares durante 1T15, las cuales registraron un crecimiento en su volumen de ventas de doble dígito año-a-año. Por su parte, en Estados Unidos sobresale el dinamismo de la categoría Famsa-a-Famsa en términos de ventas, alternativa para que nuestros clientes puedan adquirir en Estados Unidos productos para sus seres queridos en México, así como la colocación de Préstamos Personales en el primer trimestre del año.

La tenaz ejecución de diversas iniciativas implementadas durante 2014 para agilizar la recuperación de créditos, en combinación con la oferta de atractivos planes de financiamiento acorde a las necesidades del mercado, genera una base de clientes con mayor cumplimiento oportuno de pago y una tendencia a la baja en el riesgo crediticio de la institución en 1T15. Aunado a lo anterior, el Índice de Morosidad (IMOR) se ubicó en 13.3% al 31 de marzo de 2015, lo cual representa una mejora de 240 puntos base al compararse con el IMOR registrado al cierre de marzo del año anterior.

Con respecto a nuestro plan de expansión, durante el primer trimestre de 2015 inauguramos 2 tiendas, una en México y otra en Estados Unidos, además de 1 sucursal bancaria. Para los próximos meses se tiene previsto ampliar la presencia de Grupo Famsa en estados tales como Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Sinaloa y Veracruz, con la apertura de 13 nuevas tiendas y 13 sucursales bancarias, cuyas instalaciones se están acondicionando con la imagen y formato de tienda establecido. En paralelo, Banco Famsa proseguirá con la bancarización de al menos otras 60 sucursales de las adquiridas en 2013.

Famsa México

En 1T15, la productividad de la red de tiendas de Famsa México incrementó derivado a un mayor tráfico de clientes en el piso de ventas, así como un crecimiento en el ticket promedio de venta, comparado con los primeros tres meses de 2014.

Como resultado, se registró un alza en las Ventas Netas consolidadas en México de 9.4% durante el periodo, asociado a un buen avance en las principales categorías de bienes duraderos. Particularmente, Muebles creció 17.6% durante el primer trimestre del 2015 comparado con el mismo periodo del año anterior. Asimismo, las categorías de Línea Blanca y Celulares aumentaron 11.3% y 11.0%, respectivamente, impulsadas por la campaña de “99 pesos semanales” dirigida a incentivar la venta a crédito a través de pagos semanales.

Banco Famsa

El ajuste progresivo a los criterios para el otorgamiento de crédito, acorde a las distintas ciudades en donde operamos, así como la continuidad en la supervisión puntal de la recuperación del portafolio de crédito tuvieron un impacto positivo en el IMOR de Banco Famsa. El IMOR, el cual contempla los derechos de cobro en su cálculo, se ubicó en 13.3% al 31 de marzo de 2015, lo cual representa una mejora de 240 puntos base al compararse con el IMOR registrado al cierre de marzo del año anterior. De igual manera, si el resultado se compara con el IMOR a junio 2014, equivale a un avance de 430 puntos base, lo cual refleja un logro significativo en la cobranza del portafolio de crédito a lo largo de los últimos 9 meses.

Es importante comentar que el cálculo del IMOR realizado por la compañía incluye el rubro de "Derechos de Cobro" para hacerlo comparable con 2013. Estos derechos son los créditos otorgados con descuento vía nómina que debido a una reclasificación contable que surtió efectos a partir de Julio 2013, se excluyen del portafolio de crédito considerado para el cálculo de dicho indicador ante la CNBV.

Destaca que tanto la mezcla del portafolio de crédito de Banco Famsa, en donde los créditos al consumo tienen una participación de alrededor del 79%, así como el segmento de mercado al que está enfocado el banco difiere con respecto a la mayoría de las instituciones financieras que conforman el sector de banca múltiple en México, y por tal motivo, no son directamente comparables.

Por su parte, Grupo Famsa prosigue con la diversificación de su portafolio de crédito a través de Banco Famsa, al ampliar el otorgamiento de créditos a los sectores de microcrédito, PYME y empresarial. Al cierre del primer trimestre de 2015, el portafolio comercial alcanzó P\$3,492 millones de pesos, equivalente a un incremento anual de 35.5%. Dicho crecimiento representa un avance sobresaliente en la colocación de crédito para el sector productivo ya que otorgamos P\$580 millones durante los primeros tres meses del año, de los P\$1,500 millones establecidos como meta para 2015, a la par de disminuir 60 puntos base el Índice de morosidad de este portafolio al pasar de 3.7% en diciembre 2014 a 3.1% en marzo 2015.

Finalmente, Banco Famsa mantiene una consistente captación de su base de depósitos, al registrar un aumento anual de 10.0%, alcanzando P\$15,491 millones al cierre de marzo de 2015. Los esfuerzos de Banco Famsa se han enfocado a extender gradualmente la duración de su base de depósitos, por lo que más del 90% de los depósitos bancarios correspondan a instrumentos a plazo. Asimismo, se tuvo una disminución de la tasa promedio de fondeo, que alcanzó un nuevo record al registrar 4.4% al 31 de marzo de 2015.

Famsa USA

La Ventas Netas en Estados Unidos registraron un crecimiento del 13.0% durante el primer trimestre de 2015, derivado en gran parte por la variación en el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar. Sin embargo, las Ventas Mismas Tiendas (VMT) en dólares aumentaron año-a-año 0.4% en 1T15, impactadas de manera desfavorable por condiciones climatológicas adversas en ciertas ciudades así como por retrasos en el abasto de mercancía relacionada con la categoría de Muebles derivado a la interrupción de las operaciones en los puertos del estado de California. A pesar de ello, las ventas de Famsa a Famsa, así como la colocación de Préstamos Personales tuvieron un alza de 21.2% y 30.1%, respectivamente durante el primer trimestre de 2015.

Es importante mencionar que las condiciones adversas que afectaron el dinamismo de la operación de Famsa USA han sido subsanadas y se estima que para los meses subsecuentes se alcance la guía fijada para esta unidad de negocio.

RED DE TIENDAS Y SUCURSALES BANCARIAS

Para facilidad en la interpretación de las unidades de negocio que conforman Grupo Famsa, se presenta el siguiente desglose respecto a la integración de nuestra red de tiendas y sucursales bancarias.

Red de Tiendas y Sucursales Bancarias

	1T15	1T14	% Var.
Total	901	877	2.7%
Tiendas	397	387	2.6%
<i>Famsa México</i>	371	362	2.5%
<i>Famsa USA Texas</i>	26	25	4.0%
Sucursales bancarias ⁽¹⁾	402	327	22.9%
Sucursales por reconvertir ⁽²⁾	102	163	-37.4%

Piso de Venta

(Metros cuadrados)

	1T15	1T14	% Var.
Total	554,230	540,611	2.5%
Tiendas	506,398	494,608	2.4%
<i>Famsa México</i>	439,964	430,174	2.3%
<i>Famsa USA Texas</i>	66,434	64,434	3.1%
Sucursales bancarias ⁽¹⁾	40,692	34,593	17.6%
Sucursales por reconvertir ⁽²⁾	7,140	11,410	-37.4%

Aperturas y Cierres

	1T15	Aperturas	Cierres	4T14
Total	901	3	0	898
Tiendas	397	2	0	395
<i>Famsa México</i>	371	1	0	370
<i>Famsa USA Texas</i>	26	1	0	25
Sucursales bancarias ⁽¹⁾	402	1	0	401
Sucursales por reconvertir ⁽²⁾	102	0	0	102

(1) La mayoría de las sucursales bancarias están ubicadas dentro de las tiendas de Famsa México

(2) Adquisición de sucursales de Monte de México, S.A. de C.V. Los cierres refieren a la conversión de sucursales adquiridas a sucursales bancarias.

ANÁLISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS

Ventas Netas

(Millones de pesos)

	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var. ⁽³⁾
Grupo Famsa ⁽¹⁾	3,530	3,209	10.0%
Famsa México ⁽²⁾	3,032	2,773	9.4%
Famsa USA	473	418	13.0%
Otros	202	161	25.2%
Intersegmento	-177	-143	23.7%

Ventas Mismas Tiendas

	Primer Trimestre	
	2015	2014
Grupo Famsa	+6.3%	-2.3%
Famsa México	+7.5%	-2.8%
Famsa USA ⁽⁴⁾	+0.4%	+2.4%

(1) Incluye las ventas de otros negocios (no menudeo)

(2) Incluye Banco Famsa

(3) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

(4) Variación calculada en Dólares Americanos, excluye efecto por tipo de cambio

Ventas Netas

Las Ventas Netas consolidadas acumuladas al 31 de marzo de 2015 crecieron 10.0% año a año, sumando P\$3,530 millones. Famsa México registró un incremento en Ventas Netas de 9.4% al cierre de marzo de 2015, comparado con el año anterior, como resultado de una recuperación paulatina de las ventas, principalmente de la categoría de Muebles. Similarmente, Famsa USA aumentó sus Ventas Netas en pesos en 13.0% durante el periodo, comparado con 1T14.

Las Ventas Mismas Tiendas (VMT) de Famsa México incrementaron 7.5% para el periodo de enero a marzo de 2015. Excluyendo el efecto por tipo de cambio, las VMT de Famsa USA aumentaron 0.4% durante los primeros tres meses de 2015 debido a condiciones climatológicas adversas en ciertas ciudades así como por retrasos en el abasto de mercancía relacionada con la categoría de Muebles derivado a la interrupción de las operaciones en los puertos del estado de California. Finalmente, las VMT consolidadas tuvieron un alza de 6.3% durante 1T15.

Costo de Ventas y Utilidad Bruta

Durante el primer trimestre de 2015, un mayor volumen de ventas tanto en México como en Estados Unidos, conllevó a registrar un incremento en el Costo de Ventas consolidado de 10.2%, sumando P\$1,816 millones, comparado con el primer trimestre de 2014. Por su parte, el Interés de la Captación para el periodo disminuyó 2.9% año a año, al pasar de P\$173 millones a P\$167 millones, derivado a un menor costo de fondeo.

La Utilidad Bruta consolidada durante los primeros tres meses de 2015 alcanzó P\$1,714 millones, registrando un aumento de 9.8% con respecto al mismo periodo de 2014. El Margen Bruto consolidado se mantuvo constante, en 48.6% en 1T15.

UAFIRDA

(Millones de pesos)

	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var. ⁽³⁾
Grupo Famsa ⁽¹⁾	421	345	22.1%
Famsa México ⁽²⁾	392	322	21.7%
Famsa USA	30	30	1.1%
Otros	-1	-7	-89.8%
Intersegmento	0	0	--

Margen UAFIRDA

(% UAFIRDA / Ventas)

	Primer Trimestre	
	2015	2014
Grupo Famsa ⁽¹⁾	11.9%	10.8%
Famsa México ⁽²⁾	12.9%	11.6%
Famsa USA	6.4%	7.2%

(1) Incluye UAFIRDA de otros negocios (no menudeo)

(2) Incluye Banco Famsa

(3) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

UAFIRDA y Gastos de Operación

El UAFIRDA consolidado para el primer trimestre de 2015 alcanzó P\$421 millones, lo cual representa un aumento de 22.1% con respecto al mismo periodo de 2014. La productividad en el piso de ventas, particularmente en México, impactó positivamente este indicador.

Por su parte, los Gastos de Operación consolidados, los cuales comprenden los gastos de venta y administración, crecieron 9.8% durante 1T15, sumando P\$1,437 millones. Dicho incremento se deriva en parte a un aumento en los gastos de administración, así como en el gasto por depreciación y amortización dado un mayor número de tiendas y sucursales bancarias en operación durante el primer trimestre del año, comparado con 2014. Asimismo, la depreciación por tipo de cambio tuvo un impacto a la alza en los gastos de operación de Famsa USA.

Resultado Financiero, neto

(Millones de pesos)

	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var. ⁽¹⁾
Resultado Financiero, neto	-271	-182	49.5%
Gastos Financieros	-168	-187	-10.2%
Productos Financieros	-103	5	--

(1) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

El Resultado Financiero, neto consolidado al 31 de marzo de 2015 fue de P\$271 millones, aumentando 49.5% con respecto al mismo periodo del año anterior. La pérdida por tipo de cambio reconocida durante el periodo por P\$104 millones, comparada con una ganancia cambiaria de P\$5 millones en 1T14 contribuyó mayormente al resultado obtenido.

Los Gastos Financieros disminuyeron 10.2% durante el primer trimestre de 2015 al pasar de P\$187 millones a P\$168 millones, aunado a mejores condiciones crediticias en los programas de financiamiento vigentes.

Utilidad Neta

La Utilidad Neta consolidada acumulada durante los primeros tres meses de 2015 disminuyó 49.7% con respecto a 1T14, sumando P\$93 millones. A pesar de un incremento en la Utilidad de Operación consolidada de 19.7% durante el periodo, la pérdida cambiaria registrada por P\$104 millones impactó la Utilidad Neta en 1T15 de manera desfavorable.

Principales Cuentas de Balance General

(Millones de pesos)

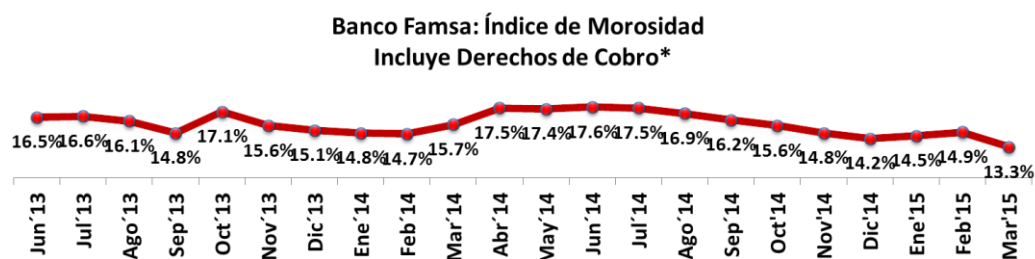
	1T15	4T14	% Var. ⁽¹⁾
Clientes	24,175	23,402	3.3%
Consumo México	18,414	18,386	0.2%
Comercial México (Banco Famsa)	3,492	2,912	19.9%
Consumo EUA	2,270	2,105	7.8%
Inventario	2,176	2,121	2.6%
Deuda Neta	6,303	5,938	6.1%
Captación Bancaria	15,491	14,752	5.0%
Capital Contable	10,402	10,280	1.2%

(1) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

Clientes

Al 31 de marzo de 2015, el saldo de Clientes consolidado, neto de estimaciones para cuentas de cobro dudoso, fue de P\$24,175 millones, un incremento de 3.3% con respecto al cierre del año 2014. Este crecimiento fue impulsado en gran medida por la Cartera Comercial en México, la cual registró un alza de 19.9%, sumando P\$3,492 millones. Asimismo, la Cartera de Consumo en Estados Unidos se ubicó en P\$2,270 millones, creciendo 7.8% al cierre de marzo de 2015, derivado en cierta medida por la variación en el tipo de cambio durante el primer trimestre del año. Finalmente, la Cartera de Consumo en México, la cual aumentó marginalmente 0.2%, sumó P\$18,414 millones al cierre del primer trimestre de 2015.

El índice de morosidad (IMOR), fue de 13.3% durante 1T15, mejorando 240 puntos base comparado con el IMOR registrado al cierre de marzo de 2014. De igual manera, si el resultado se compara con el IMOR a junio 2014, equivale a un avance de 430 puntos base, lo cual refleja un logro significativo en la cobranza del portafolio de crédito a lo largo de los últimos 9 meses. Es importante mencionar que para el cálculo del IMOR se incluye el rubro de "Derecho de Cobro" dentro del total del portafolio del banco, para hacerlo comparable con 2013. Estos derechos son los créditos otorgados con descuento vía nómina que debido a una reclasificación contable que surtió efectos a partir de Julio 2013, se excluyen del portafolio de crédito considerado para el cálculo de dicho indicador ante la CNBV.



Fuente: CNBV, Banco Famsa.

*Derechos de Cobro: Portafolio de los créditos con descuento vía nómina.

Inventarios

El Inventario al 31 de marzo de 2015 sumó P\$2,176 millones, un aumento de 2.6% comparado con el cierre de diciembre de 2014.

Captación Bancaria y Deuda Neta

Durante el primer trimestre de 2015, el saldo de la Captación Bancaria registró un crecimiento de 5.0% con respecto a 4T14, alcanzando P\$15,491 millones, en concordancia con los lineamientos de Banco Famsa por mantener una progresiva captación de su base de depósitos.

La Deuda Neta aumentó 6.1%, sumando P\$6,303 millones al compararse con el saldo al cierre de diciembre 2014. Lo anterior se deriva de un incremento en el saldo de Deuda Bruta de 2.1% y de una disminución en el Efectivo de 10.8% al 31 de marzo de 2015, comparado con lo registrado al 31 de diciembre de 2014.

Capital Contable

Al 31 de marzo de 2015, el Capital Contable creció 1.2% con respecto al 31 de diciembre de 2014, sumando P\$10,402 millones.

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias
Estados Consolidados de Situación Financiera
Al 31 de marzo de 2015, 31 de diciembre de 2014
Cifras en miles de pesos

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
Activo				
ACTIVO CIRCULANTE:				
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 1,657,239	4.6%	\$ 1,858,271	5.3%
Clientes, neto	23,360,951	64.9%	22,545,028	64.2%
Impuestos por recuperar	878,111	2.4%	872,492	2.5%
Otras cuentas por cobrar	957,328	2.7%	814,091	2.3%
Inventarios	<u>2,175,722</u>	<u>6.0%</u>	<u>2,121,313</u>	<u>6.0%</u>
Total activo circulante	<u>29,029,351</u>	<u>80.6%</u>	<u>28,211,195</u>	<u>80.4%</u>
ACTIVO NO CIRCULANTE:				
Efectivo restringido	311,785	0.9%	311,785	0.9%
Clientes, neto	814,301	2.3%	857,288	2.4%
Inmuebles, mejoras a propiedades arrendadas y mobiliario y equipo, neto	2,470,541	6.9%	2,506,459	7.1%
Crédito mercantil y activo intangible, neto	310,984	0.9%	325,673	0.9%
Depósitos en garantía	113,813	0.3%	107,798	0.3%
Otros activos	559,927	1.6%	496,232	1.4%
Impuesto sobre la renta diferido	<u>2,397,725</u>	<u>6.7%</u>	<u>2,291,167</u>	<u>6.5%</u>
Total activo no circulante	<u>6,979,076</u>	<u>19.4%</u>	<u>6,896,402</u>	<u>19.6%</u>
Total activo	<u>\$ 36,008,427</u>	<u>100.0%</u>	<u>\$ 35,107,597</u>	<u>100.0%</u>
Pasivo y capital contable				
PASIVO A CORTO PLAZO:				
Depósitos de disponibilidad inmediata	\$ 11,214,109	31.1%	\$ 10,135,219	28.9%
Deuda a corto plazo	4,157,632	11.5%	3,129,548	8.9%
Proveedores	1,165,995	3.2%	1,305,856	3.7%
Cuentas y gastos acumulados por pagar	531,263	1.5%	516,215	1.5%
Ingresos diferidos por ventas de garantías	210,156	0.6%	221,868	0.6%
Impuesto sobre la renta por pagar	<u>23,059</u>	<u>0.1%</u>	<u>24,392</u>	<u>0.1%</u>
Total pasivo a corto plazo	<u>17,302,214</u>	<u>48.1%</u>	<u>15,333,098</u>	<u>43.7%</u>
PASIVO A LARGO PLAZO:				
Depósitos a plazo	4,277,114	11.9%	4,616,324	13.1%
Deuda a largo plazo	3,802,556	10.6%	4,666,928	13.3%
Ingresos diferidos por ventas de garantías	114,806	0.3%	104,216	0.3%
Obligaciones laborales	<u>109,910</u>	<u>0.3%</u>	<u>106,922</u>	<u>0.3%</u>
Total pasivo a largo plazo	<u>8,304,386</u>	<u>23.1%</u>	<u>9,494,390</u>	<u>27.0%</u>
Total pasivo	<u>25,606,600</u>	<u>71.1%</u>	<u>24,827,488</u>	<u>70.7%</u>
Capital contable:				
Capital social	1,703,928	4.7%	1,709,173	4.9%
Prima en suscripción de acciones	3,811,020	10.6%	3,873,961	11.0%
Utilidades acumuladas	4,460,419	12.4%	4,090,052	11.7%
Resultado del ejercicio	92,696	0.3%	370,367	1.1%
Reserva para recompra de acciones	233,863	0.6%	192,426	0.5%
Efecto por conversión de entidades extranjeras	<u>69,934</u>	<u>0.2%</u>	<u>14,920</u>	<u>0.0%</u>
Capital contable atribuible a los propietarios de la Controladora	<u>10,371,860</u>	<u>28.8%</u>	<u>10,250,899</u>	<u>29.2%</u>
Participación no controladora	29,967	0.1%	29,210	0.1%
Total del capital contable	<u>10,401,827</u>	<u>28.9%</u>	<u>10,280,109</u>	<u>29.3%</u>
Total pasivo y capital contable	<u>\$ 36,008,427</u>	<u>100.0%</u>	<u>\$ 35,107,597</u>	<u>100.0%</u>

Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias
Estados Consolidados de Resultados
Del 1° de enero al 31 de marzo de 2015 y 2014
 Cifras en miles de pesos

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
Total de ingresos	\$ 3,530,202	100.0%	\$ 3,209,153	100.0%
Costo de ventas	<u>(1,816,100)</u>	-51.4%	<u>(1,648,623)</u>	-51.4%
Utilidad bruta	<u>1,714,102</u>	48.6%	<u>1,560,530</u>	48.6%
Gastos de venta y administración	(1,437,402)	-40.7%	(1,309,562)	-40.8%
Otros ingresos, neto	<u>23,794</u>	0.7%	<u>61</u>	0.0%
	<u>(1,413,608)</u>	-40.0%	<u>(1,309,501)</u>	-40.8%
Utilidad de operación	<u>300,494</u>	8.5%	<u>251,029</u>	7.8%
Gastos financieros	(167,583)	-4.7%	(186,586)	-5.8%
Productos financieros	<u>(103,787)</u>	-2.9%	<u>5,054</u>	0.2%
Resultado financiero, neto	<u>(271,370)</u>	-7.7%	<u>(181,532)</u>	-5.7%
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	29,124	0.8%	69,497	2.2%
Impuestos a la utilidad	<u>64,329</u>	1.8%	<u>115,370</u>	3.6%
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 93,453</u>	2.6%	<u>\$ 184,867</u>	5.8%
Utilidad neta atribuible a:				
Participación controladora	\$ 92,696	2.6%	\$ 184,284	5.7%
Participación no controladora	<u>757</u>	0.0%	<u>583</u>	0.0%
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 93,453</u>	2.6%	<u>\$ 184,867</u>	5.8%

Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias
Estados Consolidados de Flujos de Efectivo
Del 1º de enero al 31 de marzo de 2015 comparativo con 2014
Cifras en miles de pesos

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<u>Actividades de operación</u>		
Resultado antes de impuestos	\$ 29,124	\$ 69,498
Depreciación y amortización	120,982	94,047
Estimación para cuentas de cobro dudoso	252,459	257,079
(Utilidad) Pérdida por venta de mobiliario y equipo	(181)	300
Estimación para obligaciones laborales	10,609	11,828
Intereses a favor	(410)	(642)
Intereses a cargo	335,071	359,125
Cientes	(1,025,395)	(103,893)
Inventarios de productos para venta	(54,409)	28,583
Cuentas por cobrar	(184,244)	(162,957)
Proveedores	(131,689)	(574,595)
Otras cuentas y gastos acumulados por pagar	(74,685)	(97,575)
Impuestos a la utilidad pagados	(22,077)	(5,354)
Depósitos de disponibilidad inmediata y a plazo	738,962	154,366
Intereses por captación bancaria	(166,770)	(174,441)
Fluctuación cambiaria, neta	133,860	14,333
	<u>(38,793)</u>	<u>(130,298)</u>
<u>Actividades de inversión</u>		
Adquisición de inmuebles, mobiliario y equipo	(63,640)	(37,520)
Adquisición de activos intangibles	334	
Venta de mobiliario y equipo	2,187	2,199
Intereses cobrados	410	642
	<u>(60,709)</u>	<u>(34,679)</u>
<u>Actividades de financiamiento</u>		
Intereses pagados	(80,154)	(177,118)
Obtención de deuda a corto y largo plazo	604,579	334,786
Pago de deuda a corto y largo plazo	(600,901)	(80,322)
Recompra de acciones propias, neto	(26,749)	
	<u>(103,225)</u>	<u>77,346</u>
Flujos netos de efectivo de actividades de financiamiento	(103,225)	77,346
Decremento de efectivo y equivalentes de efectivo	(202,727)	(87,631)
Fluctuación cambiaria del efectivo y equivalentes de efectivo	1,695	(4,956)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	\$ 1,858,271	\$ 1,509,092
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	<u>\$ 1,657,239</u>	<u>\$ 1,416,505</u>

Este reporte puede contener ciertas declaraciones acerca del desempeño de Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias (en conjunto, FAMSA) en el futuro. Estas declaraciones sobre expectativas reflejan la opinión de la administración con respecto al desempeño de la compañía, las condiciones del entorno y otros aspectos, utilizando información actualmente disponible. Los resultados de FAMSA están sujetos a eventos futuros e inciertos que podrían tener un impacto material en el desempeño de la compañía.