

Monterrey, México a 23 de julio 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 segundo trimestre 2015 (2T15), con datos al 30 de junio de 2015. Los presentes estados financieros preliminares no auditados han sido preparados de conformidad con las IFRS e interpretaciones vigentes al 30 de junio de 2015.

### Resumen de Resultados Financieros Consolidados





(Millones de pesos)

	Segundo Trimestre <sup>(1)</sup>			Enero – Junio <sup>(1)</sup>		
	2015	2014	% Var. <sup>(2)</sup>	2015	2014	% Var. <sup>(2)</sup>
Ventas Netas	4,104	3,657	12.2%	7,634	6,866	11.2%
Costo de Ventas	-2,187	-1,963	11.4%	-4,003	-3,612	10.8%
Utilidad Bruta	1,918	1,694	13.2%	3,632	3,254	11.6%
Gastos de Operación	-1,581	-1,430	10.5%	-3,018	-2,740	10.2%
Otros ingresos (gastos), neto	16	15	5.4%	40	15	161.5%
Utilidad de Operación	353	279	26.7%	653	530	23.4%
UAFIRDA	461	370	24.3%	882	716	23.3%
Utilidad Neta	119	42	181.2%	212	227	-6.5%
Margen Bruto	46.7%	46.3%		47.6%	47.4%	
Margen UAFIRDA	11.2%	10.1%		11.6%	10.4%	
Margen Neto	2.9%	1.2%		2.8%	3.3%	

(1) Cifras nominales

(2) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

### Acontecimientos Relevantes (2T15)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sobresaliente crecimiento de 12.2% en las Ventas Netas consolidadas y de 24.3% en el UAFIRDA consolidado durante 2T15 comparado con 2T14</li> <li>▶ Se ratifica que el UAFIRDA consolidado para el año será en línea con el rango alto de la Guía 2015: P\$1,800 millones</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Superior a la Guía 2015:+4.0%, las VMT de Famsa México registraron un alza notable de 10.0% durante el segundo trimestre de 2015</li> <li>▶ Muebles incrementa 18.3% en 2T15, siendo el mayor crecimiento trimestral alcanzado desde el segundo trimestre de 2012</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ El IMOR de la Cartera Total se ubicó en 11.9% al cierre de junio 2015, representando el nivel más bajo registrado en los últimos 3 años</li> <li>▶ El Portafolio Comercial aumentó a un ritmo anual de 41.3% su saldo, sumando P\$3,509 millones al cierre de junio de 2015</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Las VMT denominadas en dólares de Famsa USA aumentaron 2.7% en 2T15 comparado con el mismo periodo del año anterior</li> <li>▶ Las Ventas Netas en pesos crecieron 20.7% durante 2T15, derivado en parte por la variación en el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar</li> </ul>

## MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

Humberto Garza Valdéz, Director General de Grupo Famsa, comentó: Grupo Famsa ratifica su tendencia de recuperación en ventas, respaldada por una adecuada originación de crédito y una exitosa estrategia promocional. Destaca un sobresaliente crecimiento trimestral de 12.2% en las Ventas Netas consolidadas y de 24.3% en el Flujo Operativo (UAFIRDA) consolidado durante el segundo trimestre de 2015, siendo la mayor alza registrada en los últimos cuatro años.

Además de robustecer la operación de Banco Famsa durante los últimos trimestres en términos de otorgamiento de nuevos créditos y gestión oportuna del portafolio de crédito, seguimos apuntalando los buenos resultados de las distintas campañas publicitarias lanzadas durante la primera mitad del año con el objetivo de impulsar la demanda de categorías fundamentales. Trasciende el desempeño del portafolio de crédito de Banco Famsa, cuyo Índice de Morosidad (IMOR)<sup>(1)</sup> disminuyó de 17.6% en Junio 2014 a 11.9% en Junio 2015; así como el dinamismo alcanzado en las operaciones, tanto en México como en Estados Unidos.

Para el segundo semestre del año continuaremos capitalizando la recuperación en el consumo, mismo que ha sido impulsado por una mayor actividad económica en el país. Por tanto, nuestra perspectiva se mantiene optimista y confirmamos que el UAFIRDA consolidado de la compañía para el año será en línea con el rango alto de la Guía 2015 comunicada en febrero pasado. Con respecto a nuestro plan de expansión, durante los meses de enero a junio de 2015 inauguramos 5 tiendas, cuatro en México y otra en Estados Unidos, además de 5 sucursales bancarias. Para los próximos meses se tiene previsto ampliar la presencia de Grupo Famsa con la apertura de 10 nuevas tiendas y 10 sucursales bancarias, cuyas instalaciones se están acondicionando con la imagen y formato de tienda establecido.

### Famsa México

Durante el segundo trimestre de 2015, las Ventas Netas de Famsa México superaron nuestras estimaciones de crecimiento al sumar P\$3,557 millones, 10.9% más que el mismo periodo del año anterior. De igual forma, las Ventas Mismas Tiendas (VMT) incrementaron 10.0% durante el periodo, siendo la mayor alza registrada en el país en los últimos dos años. Dicho dinamismo fue impulsado por fuertes campañas promocionales incentivando mayormente la venta a crédito de bienes duraderos, aunado a un escenario macroeconómico de recuperación.

En 2T15, Muebles mantuvo un destacado desempeño en ventas alcanzando un crecimiento trimestral de 18.3%, equiparable tan sólo con el resultado registrado durante el segundo trimestre de 2012. Adicionalmente, las categorías de Línea Blanca y Motocicletas mostraron un notable volumen en ventas durante el segundo trimestre de 2015, aumentando 13.9% y 7.2%, respectivamente.

Como resultado, el UAFIRDA correspondiente a las operaciones en México incrementó año a año 22.7% durante los meses de abril a junio de 2015, logrando una considerable expansión en el Margen UAFIRDA de 120 puntos base, al pasar de 10.6% en 2T14 a 11.8% en 2T15.

## **Banco Famsa**

Durante 2014 y la primera mitad del año 2015, el principal enfoque de Banco Famsa ha sido adecuar los procesos de otorgamiento de crédito a los requerimientos de cada plaza, así como fortalecer su modelo de cobranza. Lo anterior ha permitido disminuir significativamente el riesgo asociado al portafolio de crédito, impactando de forma positiva el IMOR de la Cartera Total de Banco Famsa. Dicho indicador cerró en 11.9% al 30 de junio de 2015, equivalente a una mejora sobresaliente de 570 puntos base si se compara con el IMOR de 17.6% registrado al 30 de junio de 2014. Este nivel es el menor alcanzado por el banco durante los últimos tres años.

El modelo de negocio de Banco Famsa se distingue por su orientación al crédito al consumo, por lo cual, éste tipo de créditos tienen una participación aproximada del 79% en la mezcla del portafolio de crédito del banco. Aunado a lo anterior, el segmento de mercado al que se dirige Banco Famsa difiere con respecto al de la mayoría de las instituciones financieras que conforman el sector de banca múltiple en México, y por tal motivo, no son directamente comparables.

Finalmente, Banco Famsa continúa robusteciendo la estructura de la división de banca empresarial para impulsar el otorgamiento de los créditos al segmento de micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME). Al cierre del segundo trimestre de 2015, el portafolio comercial alcanzó P\$3,509 millones de pesos, distribuido en poco más de 4,500 clientes. Asimismo, el Índice de Morosidad de esta cartera disminuyó 80 puntos base al pasar de 3.1% en marzo 2015 a 2.3% en junio 2015.

## **Famsa USA**

El desempeño de las ventas mejoró durante el segundo trimestre de 2015, registrando un incremento en VMT en dólares de 2.7% comparado con 2T14. Por su parte, las Ventas Netas en pesos crecieron 20.7% durante el periodo, derivado en parte por la variación en el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar.

Excluyendo el efecto cambiario, las ventas de Famsa a Famsa, sistema a través del cual nuestros clientes pueden adquirir en Estados Unidos productos para sus seres queridos en México, así como la colocación de Préstamos Personales tuvieron un alza de 23.7% y 22.1%, respectivamente, durante 2T15 comparado con el segundo trimestre de 2014.

(1) El cálculo del IMOR incluye el rubro de "Derecho de Cobro" dentro del total del portafolio de crédito de Banco Famsa, 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.

## UNIDADES DE NEGOCIO

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

	2T15	2T14	% Var.
<b>Total</b>	<b>907</b>	<b>879</b>	<b>3.2%</b>
Tiendas	400	388	3.1%
<i>Famsa México</i>	374	363	3.0%
<i>Famsa USA Texas</i>	26	25	4.0%
Sucursales bancarias <sup>(1)</sup>	406	342	18.7%
Sucursales por reconvertir <sup>(2)</sup>	101	149	-32.2%

### Piso de Venta (Metros cuadrados)

	2T15	2T14	% Var.
<b>Total</b>	<b>558,273</b>	<b>542,271</b>	<b>3.0%</b>
Tiendas	510,070	496,116	2.8%
<i>Famsa México</i>	443,636	431,682	2.8%
<i>Famsa USA Texas</i>	66,434	64,434	3.1%
Sucursales bancarias <sup>(1)</sup>	41,140	35,725	15.2%
Sucursales por reconvertir <sup>(2)</sup>	7,063	10,430	-32.3%

### Aperturas y Cierres

	2T15	Aperturas	Cierres	1T15
<b>Total</b>	<b>907</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>901</b>
Tiendas	400	3	0	397
<i>Famsa México</i>	374	3	0	371
<i>Famsa USA Texas</i>	26	0	0	26
Sucursales bancarias <sup>(1)</sup>	406	4	0	402
Sucursales por reconvertir <sup>(2)</sup>	101	0	1	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 prendarias a sucursales bancarias.

## ANÁLISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS

### Ventas Netas

(Millones de pesos)

	Segundo Trimestre			Enero - Junio		
	2015	2014	% Var. <sup>(3)</sup>	2015	2014	% Var. <sup>(3)</sup>
Grupo Famsa <sup>(1)</sup>	4,104	3,657	12.2%	7,634	6,866	11.2%
Famsa México <sup>(2)</sup>	3,557	3,207	10.9%	6,590	5,980	10.2%
Famsa USA	517	428	20.7%	990	847	16.9%
Otros	250	207	20.6%	452	368	22.6%
Intersegmento	-220	-185	18.6%	-398	-329	20.8%

### Ventas Mismas Tiendas

	Segundo Trimestre		Enero - Junio	
	2015	2014	2015	2014
Grupo Famsa	8.8%	-5.2%	8.0%	-3.9%
Famsa México	10.0%	-5.7%	9.0%	-4.5%
Famsa USA <sup>(4)</sup>	2.7%	1.3%	1.6%	1.8%

(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 del segundo trimestre de 2015 sumaron P\$4,104 millones, dando como resultado un destacado incremento de 12.2% al compararse con el mismo periodo de 2014. Este resultado se deriva principalmente de la paulatina recuperación de las operaciones en México apoyada por las distintas campañas publicitarias enfocadas principalmente al Día de las Madres y Día del Padre.

Durante 2T15, Famsa México logró un crecimiento en Ventas Netas de 10.9% impulsado por la efectividad de iniciativas comerciales para estimular la demanda de categorías fundamentales. Ejemplo de ello fueron las categorías de Muebles y Línea Blanca, que registraron un incremento trimestral de 18.3% y 13.9% respectivamente. Por su parte, las Ventas Netas en pesos de Famsa USA registraron un aumento de 20.7% durante el periodo, atribuido en parte al crecimiento en las categorías de Préstamos Personales y Famsa a Famsa (sistema ventas en Estados Unidos, cuya entrega de mercancía se realiza en México).

Las Ventas Netas consolidadas acumuladas al 30 de junio de 2015 crecieron 11.2% posicionándose en P\$7,634 millones, de los cuales P\$6,590 millones corresponden a Famsa México, logrando un incremento de 10.2% comparado con el año anterior, y P\$990 millones a Famsa USA, 16.9% más de lo registrado al 30 de junio de 2014.

Las Ventas Mismas Tiendas (VMT) consolidadas tuvieron un alza de 8.8% en el periodo de abril a junio de 2015 comparado con el mismo periodo del año anterior, y 8.0% para el cierre de la primera mitad del año. Lo anterior como resultado de un crecimiento en VMT de Famsa México de 10.0% en 2T15 y 9.0% en el periodo de enero a junio de 2015. Asimismo las VMT de Famsa USA excluyendo el efecto por tipo de cambio aumentaron 2.7% para el cierre de junio 2015 y 1.6% en la primera mitad del mismo año, contribuyendo así al resultado consolidado.

## Costo de Ventas y Utilidad Bruta

Durante el segundo trimestre de 2015 los intereses por Captación sumaron P\$169 millones disminuyendo 0.5% al compararse con el segundo trimestre de 2014. Para los primeros seis meses del año, los intereses de la captación crecieron 1.7% alcanzando P\$337 millones. Lo anterior es atribuible a un incremento año a año en 1.3% de la captación bancaria al cierre de junio 2015.

En 2T15, el Costo de Ventas consolidado registró un aumento de 11.4%, sumando P\$2,187 millones, con respecto al mismo período de 2014, a consecuencia de un mayor volumen de ventas tanto en México como en Estados Unidos. Por su parte, la Utilidad Bruta consolidada trimestral incrementó 13.2% a P\$1,918 millones, mientras que el Margen Bruto consolidado se fortaleció al pasar de 46.3% en 2T14 a 46.7% en 2T15.

El Costo de Ventas consolidado acumulado al 30 de junio 2015 fue de P\$4,003 millones; 10.8% mayor en comparación al primer semestre de 2014. La Utilidad Bruta consolidada acumulada durante los primeros seis meses de 2015 alcanzó P\$3,632 millones, creciendo 11.6% contra el mismo periodo del año anterior. El Margen Bruto consolidado acumulado fue de 47.6%, registrando una expansión de 20 puntos base comparado con 2T14.

**UAFIRDA**  
(Millones de pesos)

	Segundo Trimestre			Enero - Junio		
	2015	2014	% Var. <sup>(3)</sup>	2015	2014	% Var. <sup>(3)</sup>
Grupo Famsa <sup>(1)</sup>	461	370	24.3%	882	716	23.3%
Famsa México <sup>(2)</sup>	419	341	22.7%	811	663	22.2%
Famsa USA	39	33	19.6%	70	63	10.8%
Otros	3	-4	-159.2%	1	-11	-115.6%
Intersegmento	0	0	-108.3%	0	1	-113.3%

**Margen UAFIRDA**

	Segundo Trimestre		Enero - Junio	
	2015	2014	2015	2014
Grupo Famsa <sup>(1)</sup>	11.2%	10.1%	11.6%	10.4%
Famsa México <sup>(2)</sup>	11.8%	10.6%	12.3%	11.1%
Famsa USA	7.6%	7.7%	7.0%	7.4%

- (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 período de abril a junio de 2015 aumentó 24.3% año a año, alcanzando P\$461 millones, derivado principalmente a un mayor volumen de ventas propiciado por las fuertes campañas promocionales y por un escenario macroeconómico de recuperación. El Margen UAFIRDA consolidado se expandió 110 puntos base, al pasar de 10.1% en 2T14 a 11.2% en 2T15.

Para los primeros seis meses de 2015, el UAFIRDA consolidado se incrementó 23.3% al sumar P\$882 millones, comparado al mismo periodo del año anterior. Como resultado, se logra una considerable expansión en el Margen UAFIRDA consolidado, que llegó a 11.6%, 120 puntos base más que el primer semestre de 2014.

Los Gastos de Operación consolidados, los cuales comprenden gastos de venta y administración, aumentaron 10.5% en 2T15 con respecto al segundo trimestre de 2014, sumando P\$1,581 millones. De igual forma, los Gastos de Operación consolidados crecieron a razón de 10.2% durante el periodo de enero a junio 2015 pasando de P\$2,740 millones a P\$3,018 millones comparado con el primer semestre de 2014. Dicho incremento refiere a un aumento de 7.8% en los gastos operativos de Famsa México durante la primera mitad de 2015 dado un mayor número de tiendas en operación comparado con el mismo periodo del año anterior. Asimismo, los gastos de venta y administración relacionados con la operación de Famsa USA crecieron 11.3% en dólares durante el primer semestre del año a consecuencia de la apertura de nuevas sucursales independientes orientadas a ofrecer préstamos personales en Estados Unidos. Esta variación equivale a 28.4% en pesos debido al efecto por la variación en el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar.

## Resultado Financiero, neto

(Millones de pesos)

	Segundo Trimestre			Enero - Junio		
	2015	2014	% Var. <sup>(1)</sup>	2015	2014	% Var. <sup>(1)</sup>
Resultado Financiero, neto	-249	-172	44.6%	-521	-354	47.1%
Gastos Financieros	-173	-187	-7.7%	-340	-373	-8.9%
Productos Financieros	-77	14	-629.2%	-180	20	-1,023.4%

(1) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

El Resultado Financiero neto se integra principalmente por los Gastos Financieros pagados correspondientes a nuestros planes de financiamiento y la utilidad o pérdida en tipo de cambio. Durante el segundo trimestre de 2015 los Intereses Pagados aumentaron 7.7% a P\$173 millones. A su vez la pérdida por tipo de cambio generada durante 2T15 fue de P\$77 millones mientras que en 2T14 se reconoció una utilidad por tipo de cambio de P\$14 millones. Lo anterior derivó en un incremento del Resultado Financiero neto de 44.6% durante el segundo trimestre de 2015 alcanzando P\$249 millones.

Por su parte, el Resultado Financiero neto acumulado al 30 de junio de 2015 ascendió a P\$521 millones, reflejando un crecimiento de 47.1% al compararse con el primer semestre de 2014. Los Gastos Financieros para la primera mitad del año decrecieron 8.9% al sumar \$340 millones comparado con 1S14. La pérdida por tipo de cambio generada durante los primeros seis meses de 2015 fue de P\$181 millones mientras que en la primera mitad de 2014 se reconoció una utilidad por tipo de cambio de P\$18 millones.

## Utilidad Neta

La Utilidad Neta consolidada correspondiente a la participación mayoritaria para el segundo trimestre de 2015 reflejó un incremento de 181.2%, pasando de P\$42 millones en 2T14 a P\$119 millones en 2T15. Dicho resultado se dio principalmente por un mayor volumen de ventas alcanzado durante el periodo, aumentando así el apalancamiento operativo.

Durante los primeros seis meses de 2015 la Utilidad Neta consolidada fue de P\$212 millones, disminuyendo 6.5% con respecto al mismo periodo del año anterior, esto debido mayormente al impacto de la pérdida cambiaria registrada en el periodo por P\$181 millones.



## Principales Cuentas de Balance General

(Millones de pesos)

	2T15	4T14	% Var. <sup>(1)</sup>
Clientes	24,860	23,402	6.2%
<i>Consumo México</i>	18,981	18,386	3.2%
<i>Comercial México (BAF)</i>	3,509	2,912	20.5%
<i>Consumo EUA</i>	2,370	2,105	12.6%
Inventario	2,295	2,121	8.2%
Deuda Neta	6,829	5,938	15.0%
Captación Bancaria	15,707	14,752	6.5%
Capital Contable	10,568	10,280	2.8%

(1) Variación calculada de acuerdo a estados financieros

### Clientes

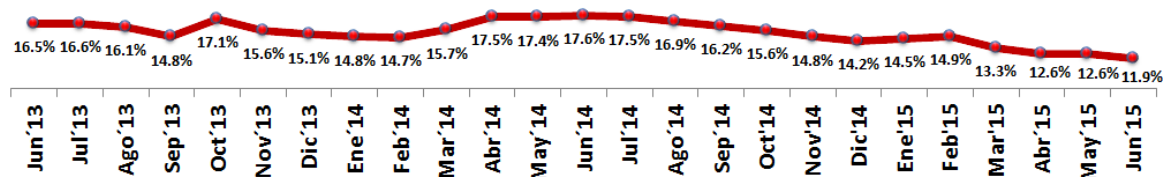
Al 30 de junio de 2015, el saldo de Clientes consolidado neto de estimaciones para cuentas de cobro dudoso, fue de P\$24,860 millones, lo cual representa un incremento de 6.2% con respecto al cierre del año 2014. La variación más importante ocurrió en la Cartera Comercial de México que aumentó 20.5% a P\$3,509 millones como consecuencia de la mayor originación de créditos relacionados con micro, pequeñas y medianas empresas.

De igual manera la Cartera de Consumo en México registró un crecimiento de 3.2%, sumando P\$18,981 millones. Finalmente la Cartera de Consumo en Estados Unidos se ubicó en P\$2,370 millones reflejando un crecimiento de 12.6% al cierre de junio 2015 derivado del incremento en ventas, aunado a la variación del tipo de cambio.

El Índice de Morosidad (IMOR) de la Cartera Total de Banco Famsa, fue de 11.9% durante 2T15, mejorando 570 puntos base comparado con el IMOR registrado al cierre de junio de 2014, reflejando un logro significativo en la cobranza del portafolio de crédito en el transcurso de estos 12 meses. Adicionalmente, es importante mencionar que este nivel es el menor alcanzado por el banco durante los últimos tres años.

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.

**Banco Famsa: Índice de Morosidad  
Incluye Derechos de Cobro\***



Fuente: CNBV, Banco Famsa

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

## **Inventario**

El saldo del Inventario al 30 de junio de 2015 aumentó 8.2% al compararse con 4T14, sumando P\$2,295 millones.

## **Captación Bancaria y Deuda Neta**

Al cierre de Junio 2015, la Captación Bancaria, dispersa en más de un millón de cuentas, sumó P\$15,707 millones, aumentando 6.5% con respecto al saldo al 31 de diciembre de 2014. Es importante resaltar que la Captación Bancaria representa el 66% del fondeo del Grupo.

El saldo de Deuda Neta al cierre de junio 2015 ascendió a P\$6,829 millones reflejando un 15.0% de crecimiento en relación al saldo registrado el 31 de diciembre 2014. El incremento se deriva en mayor medida a una disminución en efectivo de 29.3%, al pasar de P\$1,858 millones en 4T14 a P\$1,313 millones en 2T15, propiciada por un aumento en la colocación de créditos comerciales.

El saldo de la Deuda Bruta, excluyendo la Captación Bancaria, tuvo un alza de 4.4% al compararse con el saldo al 31 de diciembre de 2014, sumando P\$8,142 millones. Este aumento es debido a la variación en el tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar, ya que el 57% de la Deuda Bruta está contratada en esta divisa. Por su parte, al 30 de junio de 2015 el vencimiento promedio de la Deuda Bruta es de 2.4 años.

## **Capital Contable**

El Capital Contable se incrementó 2.8% con respecto a 4T14, alcanzando P\$10,568 millones al 30 de junio de 2015.

## ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

### Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias Estados Consolidados de Situación Financiera Al 30 de junio de 2015, 31 de diciembre de 2014 Cifras en miles de pesos

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
<b>Activo</b>				
<b>ACTIVO CIRCULANTE:</b>				
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 1,313,144	3.6%	\$ 1,858,271	5.3%
Cientes, neto	23,986,841	65.3%	22,545,028	64.2%
Impuestos por recuperar	939,365	2.6%	872,492	2.5%
Otras cuentas por cobrar	1,130,690	3.1%	814,091	2.3%
Inventarios	2,295,066	6.2%	2,121,313	6.0%
<b>Total activo circulante</b>	<b>29,665,106</b>	<b>80.8%</b>	<b>28,211,195</b>	<b>80.4%</b>
<b>ACTIVO NO CIRCULANTE:</b>				
Efectivo restringido	311,785	0.8%	311,785	0.9%
Cientes, neto	873,328	2.4%	857,288	2.4%
Inmuebles, mejoras a propiedades arrendadas y mobiliario y equipo, neto	2,436,903	6.6%	2,506,459	7.1%
Crédito mercantil y activo intangible, neto	298,875	0.8%	325,673	0.9%
Depósitos en garantía	113,609	0.3%	107,798	0.3%
Otros activos	586,377	1.6%	496,232	1.4%
Impuesto sobre la renta diferido	2,445,493	6.7%	2,291,167	6.5%
<b>Total activo no circulante</b>	<b>7,066,370</b>	<b>19.2%</b>	<b>6,896,402</b>	<b>19.6%</b>
<b>Total activo</b>	<b>\$ 36,731,476</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$ 35,107,597</b>	<b>100.0%</b>
<b>Pasivo y capital contable</b>				
<b>PASIVO A CORTO PLAZO:</b>				
Depósitos de disponibilidad inmediata	\$ 11,530,056	31.4%	\$ 10,135,219	28.9%
Deuda a corto plazo	4,230,066	11.5%	3,129,548	8.9%
Proveedores	1,432,990	3.9%	1,305,856	3.7%
Cuentas y gastos acumulados por pagar	424,786	1.2%	516,215	1.5%
Ingresos diferidos por ventas de garantías	186,310	0.5%	221,868	0.6%
Impuesto sobre la renta por pagar	29,623	0.1%	24,392	0.1%
<b>Total pasivo a corto plazo</b>	<b>17,833,831</b>	<b>48.6%</b>	<b>15,333,098</b>	<b>43.7%</b>
<b>PASIVO A LARGO PLAZO:</b>				
Depósitos a plazo	4,176,797	11.4%	4,616,324	13.1%
Deuda a largo plazo	3,912,041	10.7%	4,666,928	13.3%
Ingresos diferidos por ventas de garantías	121,913	0.3%	104,216	0.3%
Obligaciones laborales	118,551	0.3%	106,922	0.3%
<b>Total pasivo a largo plazo</b>	<b>8,329,302</b>	<b>22.7%</b>	<b>9,494,390</b>	<b>27.0%</b>
<b>Total pasivo</b>	<b>26,163,133</b>	<b>71.2%</b>	<b>24,827,488</b>	<b>70.7%</b>
<b>Capital contable:</b>				
Capital social	1,704,113	4.6%	1,709,173	4.9%
Prima en suscripción de acciones	3,813,246	10.4%	3,873,961	11.0%
Utilidades acumuladas	4,460,419	12.1%	4,090,052	11.7%
Resultado del ejercicio	212,085	0.6%	370,367	1.1%
Reserva para recompra de acciones	232,451	0.6%	192,426	0.5%
Efecto por conversión de entidades extranjeras	120,583	0.3%	14,920	0.0%
<b>Capital contable atribuible a los propietarios de la Controladora</b>	<b>10,542,897</b>	<b>28.7%</b>	<b>10,250,899</b>	<b>29.2%</b>
Participación no controladora	25,446	0.1%	29,210	0.1%
<b>Total del capital contable</b>	<b>10,568,343</b>	<b>28.8%</b>	<b>10,280,109</b>	<b>29.3%</b>
<b>Total pasivo y capital contable</b>	<b>\$ 36,731,476</b>	<b>100.0%</b>	<b>\$ 35,107,597</b>	<b>100.0%</b>

**Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias**  
**Estados Consolidados de Resultados**  
**Del 1° de enero al 30 de junio de 2015 y 2014**  
**Cifras en miles de pesos**

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
Total de ingresos	\$ 7,634,464	100.0%	\$ 6,866,091	100.0%
Costo de ventas	<u>(4,002,702)</u>	<u>-52.4%</u>	<u>(3,611,788)</u>	<u>-52.6%</u>
Utilidad bruta	<u>3,631,762</u>	<u>47.6%</u>	<u>3,254,303</u>	<u>47.4%</u>
Gastos de venta y administración	(3,018,060)	-39.5%	(2,739,820)	-39.9%
Otros ingresos (gastos), neto	<u>39,743</u>	<u>0.5%</u>	<u>15,198</u>	<u>0.2%</u>
	<u>(2,978,316)</u>	<u>-39.0%</u>	<u>(2,724,622)</u>	<u>-39.7%</u>
Utilidad de operación	<u>653,445</u>	<u>8.6%</u>	<u>529,681</u>	<u>7.7%</u>
Gastos financieros	(340,149)	-4.5%	(373,499)	-5.4%
Productos financieros	<u>(180,464)</u>	<u>-2.4%</u>	<u>19,544</u>	<u>0.3%</u>
Resultado financiero, neto	<u>(520,613)</u>	<u>-6.8%</u>	<u>(353,955)</u>	<u>-5.2%</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	132,832	1.7%	175,726	2.6%
Impuestos a la utilidad	<u>81,419</u>	<u>1.1%</u>	<u>51,833</u>	<u>0.8%</u>
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 214,251</u>	<u>2.8%</u>	<u>\$ 227,559</u>	<u>3.3%</u>
Utilidad neta atribuible a:				
Participación controladora	\$ 212,085	2.8%	\$ 226,734	3.3%
Participación no controladora	<u>2,166</u>	<u>0.0%</u>	<u>825</u>	<u>0.0%</u>
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 214,251</u>	<u>2.8%</u>	<u>\$ 227,559</u>	<u>3.3%</u>

**Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias**  
**Estados Consolidados de Resultados**  
**Del 1° de abril al 30 de junio de 2015 y 2014**  
**Cifras en miles de pesos**

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
Total de ingresos	\$ 4,104,262	100.0%	\$ 3,656,938	100.0%
Costo de ventas	<u>(2,186,602)</u>	<u>-53.3%</u>	<u>(1,963,165)</u>	<u>-53.7%</u>
Utilidad bruta	<u>1,917,660</u>	<u>46.7%</u>	<u>1,693,773</u>	<u>46.3%</u>
Gastos de venta y administración	(1,580,657)	-38.5%	(1,430,258)	-39.1%
Otros ingresos, neto	<u>15,949</u>	<u>0.4%</u>	<u>15,137</u>	<u>0.4%</u>
	<u>(1,564,707)</u>	<u>-38.1%</u>	<u>(1,415,121)</u>	<u>-38.7%</u>
Utilidad de operación	<u>352,952</u>	<u>8.6%</u>	<u>278,652</u>	<u>7.6%</u>
Gastos financieros	(172,566)	-4.2%	(186,913)	-5.1%
Productos financieros	<u>(76,677)</u>	<u>-1.9%</u>	<u>14,490</u>	<u>0.4%</u>
Resultado financiero, neto	<u>(249,243)</u>	<u>-6.1%</u>	<u>(172,423)</u>	<u>-4.7%</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	103,709	2.5%	106,229	2.9%
Impuestos a la utilidad	<u>17,090</u>	<u>0.4%</u>	<u>(63,537)</u>	<u>-1.7%</u>
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 120,799</u>	<u>2.9%</u>	<u>\$ 42,692</u>	<u>1.2%</u>
Utilidad neta atribuible a:				
Participación controladora	\$ 119,390	2.9%	\$ 42,450	1.2%
Participación no controladora	<u>1,409</u>	<u>0.0%</u>	<u>242</u>	<u>0.0%</u>
Utilidad neta consolidada	<u>\$ 120,799</u>	<u>2.9%</u>	<u>\$ 42,692</u>	<u>1.2%</u>

**Grupo Famsa, S.A.B. de C.V. y subsidiarias**  
**Estados Consolidados de Flujo de Efectivo**  
**Del 1° de enero al 30 de junio de 2015, comparativo con 2014**  
**Cifras en miles de pesos**

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<b><u>Actividades de operación</u></b>		
Resultado antes de impuestos	\$ 132,832	\$ 175,726
Depreciación y amortización	228,552	185,859
Estimación para cuentas de cobro dudoso	592,090	551,293
(Utilidad) Pérdida por venta de mobiliario y equipo	(511)	97
Estimación para obligaciones laborales	29,970	19,596
Intereses a favor	(910)	(949)
Intereses a cargo	677,261	716,519
Clientes	(2,049,943)	(646,221)
Inventarios de productos para venta	(173,753)	24,838
Cuentas por cobrar	(354,999)	(284,085)
Proveedores	134,471	(442,418)
Otras cuentas y gastos acumulados por pagar	(145,267)	(48,697)
Impuestos a la utilidad pagados	(28,924)	(29,732)
Depósitos de disponibilidad inmediata y a plazo	957,736	564,896
Intereses por captación bancaria	(339,538)	(346,766)
Fluctuación cambiaria, neta	181,136	(11,484)
	<u>(159,797)</u>	<u>428,472</u>
<b><u>Actividades de inversión</u></b>		
Adquisición de inmuebles, mobiliario y equipo	(117,027)	(70,556)
Adquisición de activos intangibles	(2,176)	(24,039)
Venta de mobiliario y equipo	3,815	5,801
Intereses cobrados	910	949
	<u>(114,478)</u>	<u>(87,845)</u>
<b><u>Actividades de financiamiento</u></b>		
Intereses pagados	(304,532)	(338,996)
Obtención de deuda a corto y largo plazo	852,352	305,542
Pago de deuda a corto y largo plazo	(795,942)	(115,010)
Recompra de acciones propias, neto	(25,750)	(17,061)
	<u>(273,872)</u>	<u>(165,525)</u>
(Decremento) Incremento de efectivo y equivalentes de efectivo	(548,147)	175,102
Fluctuación cambiaria del efectivo y equivalentes de efectivo	3,020	(4,835)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	\$ <u>1,858,271</u>	\$ <u>1,509,092</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del periodo	\$ <u><u>1,313,144</u></u>	\$ <u><u>1,679,359</u></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.