

Grupo Sports World Reporta Resultados del 1T15

Continúa con su expansión y posicionamiento como la cadena de clubes deportivos líder en México

México, D.F., a 20 de abril de 2015 – Grupo Sports World, S.A.B. de C.V. (“Sports World”, “SW”, “la Compañía” o “el Grupo”) (BMV: SPORT), anuncia el día de hoy sus resultados financieros y operativos consolidados correspondientes al primer trimestre de 2015.

Primer Trimestre 2015

(Cifras en millones de pesos. Variaciones contra el mismo periodo de 2014).

- Sports World se consolida como la cadena de clubes deportivos líder en México con 46 clubes, de los cuales 43¹ clubes están en operación y 3 más en proceso de construcción y pre-venta a la fecha del presente reporte. Al cierre de marzo, el número de clubes en operación fue 42¹ y 4 en construcción.
- Contamos con 55,392 clientes activos al cierre de marzo, un incremento de 6.3% comparado con marzo 2014.
- El Total de Ingresos ascendió a \$268.2 millones de pesos, un aumento de 10.2% respecto al 1T14, que refleja un menor ritmo en la venta de membresías y un incremento del índice de deserción neta, particularmente en enero y febrero.
- El Total de Gastos de Operación aumentaron 18.1% como resultado de los gastos generados por 6 clubes adicionales en curva de llenado, mayores gastos pre-operativos al tener más clubes en proceso de construcción y pre-venta que en el 1T14 y mayor gasto de marketing derivado de acciones comerciales puntuales adicionales para impulsar la venta.
- Los Gastos Corporativos disminuyeron 2.7% y representaron el 7.2% del Total de Ingresos, por debajo del 8.1% reportado en el 1T14.
- La UAFIDA registró \$34.0 millones de pesos, una reducción de 23.5% respecto al 1T14. El Margen UAFIDA fue 12.7% en el 1T15 comparado con el 18.3% registrado en el 1T14.
- La Utilidad del Ejercicio reportó una pérdida de \$3.5 millones de pesos como resultado de la reducción en la Utilidad de Operación y el incremento en el Resultado Integral de Financiamiento.



Eventos recientes:

- Sports World fue incluido en el índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) a partir de febrero 2015 en reconocimiento por su compromiso con la responsabilidad social, medio ambiente y gobierno corporativo.
- El 13 de abril se anunció la apertura del club número 43, SW Zona Esmeralda, en el municipio de Atizapán, en el Estado de México. Este club es la primera apertura del año y es el tercer club que opera bajo el modelo de operación de clubes de terceros.

1) Incluye el club de Tijuana que cuenta con un acuerdo de operación compartida con un tercero y no opera bajo la marca Sports World

Estado de Resultados Consolidados

(En miles de pesos nominales)	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var
Total de Ingresos	268,169	243,280	10.2%
Gastos de Operación Clubes ¹	214,910	179,050	20.0%
Contribución Marginal	53,259	64,230	(17.1%)
<i>Margen de Contribución Marginal</i>	19.9%	26.4%	-6.5 pt
Gastos Corporativos	19,253	19,796	-2.7%
Depreciación y Amortización	32,052	26,541	20.8%
Utilidad de Operación	1,955	17,893	(89.1%)
<i>Margen de Utilidad de Operación</i>	0.7%	7.4%	-6.6 pt
Resultado Integral de Financiamiento	(6,624)	(2,604)	-154.4%
Utilidad del Ejercicio	(3,488)	12,191	(128.6%)
<i>Margen de Utilidad del Ejercicio</i>	-1.3%	5.0%	-6.3 pt
Acciones en Circulación	82,118,949	82,118,949	
UPA ²	(0.04)	0.15	(128.6%)
UAFIDA	34,006	44,433	(23.5%)
<i>Margen UAFIDA</i>	12.7%	18.3%	-5.6 pt

1) Los Gastos de Operación Clubes no incluyen Depreciación y Amortización.

2) La Utilidad por Acción se calculó dividiendo la Utilidad del Ejercicio del periodo entre el número de acciones en circulación.

Número de Clubes

Clubes en Operación y Construcción	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15
Inicio del periodo	29	30	30	33	35	36	37	41	42
Aperturas	1	0	3	2 ^a	1	1	4	1 ^b	0
Total de Clubes en operación al final del periodo	30	30	33	35	36	37	41	42	42
Construcción y Pre-venta	1	5 ^a	3 ^a	2	1	4 ^b	2 ^{b,c}	2 ^c	4 ^c
Total de Clubes en operación y pre-venta	31	35	36	37	37	41	43	44	46

a) Incluye SW Loreto que pertenece al modelo de operación de clubes de terceros.

b) Incluye SW Metepec que pertenece al modelo de operación de clubes de terceros.

c) Incluye SW Zona Esmeralda que pertenecen al modelo de operación de clubes de terceros.

Nota: El número total de clubes en operación incluye el club de Tijuana que cuenta con un acuerdo de operación compartida con un tercero y no opera bajo la marca Sports World.

Mensaje del Director General

El primer trimestre del año ha sido de grandes retos para Sports World. Como lo comunicamos en febrero en la conferencia telefónica del reporte del 4T14, hemos observado desde el mes de diciembre, un consumidor más cauteloso particularmente en el gasto discrecional y dicha tendencia se acentuó en los primeros meses del año. Además, de acuerdo con los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes y el análisis del desempeño de cada club, hemos observado áreas de oportunidad en el tema servicio, particularmente en aquellos clubes con mayor antigüedad. Por lo anterior, durante el 1T15 registramos una desaceleración en el ritmo de ventas de membresías y una mayor tasa de deserción neta particularmente en enero y febrero. Es importante señalar, que los resultados de marzo mostraron una recuperación. Sin embargo, el primer trimestre resultó por debajo de nuestras proyecciones, las cuales ya consideraban el primer trimestre como el más débil del año.

El Total de Ingresos creció 10.2%, sin lograr compensar el incremento de 18.1% registrado en el Total de Gastos de Operación generados por la mayor cantidad de clubes en operación y en construcción y por la necesidad de ejecutar mayores acciones comerciales específicas para contrarrestar el efecto antes mencionado en la actividad comercial.

Particularmente los Gastos de Operación aumentaron debido a los gastos incrementales de 6 nuevos clubes que se encuentran en curva de llenado y que en el 1T14 aún no abrían. Es importante mencionar que de las 7 aperturas que llevamos a cabo durante 2014, sólo una de ellas se realizó en el primer trimestre. Asimismo, el aumento en los Gastos de Venta se debe principalmente a los gastos pre-operativos de los 4 clubes que se encontraron en proceso de construcción y pre-venta durante el 1T15, mientras que en el 1T14 únicamente se registraron gastos pre-operativos de 2 clubes. Además, llevamos a cabo una mayor cantidad de acciones comerciales puntuales para impulsar la venta en comparación con las realizadas en el 1T14, mismas que incrementaron los gastos de marketing.

En base al plan de expansión, en los últimos 2 años aumentamos 45.0% la capacidad instalada de la Compañía con la apertura de 13 clubes, logrando mantener los Gastos Corporativos. Particularmente en el 1T15, el Gasto Corporativo como porcentaje del Total de Ingresos representó 7.2%, comparado con el 8.1% registrado en el 1T14.

Ante este entorno y para lograr alcanzar las tasas de crecimiento esperadas para el resto del año, hemos implementado diferentes estrategias de servicio y satisfacción al cliente, iniciativas comerciales y eficiencias operativas, para lograr revertir esta tendencia.

Dentro de las nuevas acciones enfocadas a servicio y satisfacción al cliente podemos resaltar las siguientes:

1. Incorporación de Gerentes de Servicio que se enfocan exclusivamente en la satisfacción del cliente para lograr la lealtad y permanencia de los clientes. Estos gerentes reportan directamente al área de Servicio en el Corporativo.
2. Compensación variable del personal de los clubes relacionada a la satisfacción de clientes.
3. Reforzamiento del call center para trabajar puntualmente en la reactivación de clientes.
4. Certificación de entrenadores deportivos a través de la capacitación especializada y técnica.
5. Continuidad en la remodelación de los clubes de mayor antigüedad en la Compañía con el objetivo de llevar las instalaciones y la imagen a los estándares de calidad característicos de Sports World.

Las acciones comerciales y eficiencias operativas que estamos llevando a cabo son las siguientes:

1. Promociones focalizadas por periodos de tiempo bien definidos y dirigidas específicamente a determinados segmentos de mercado.
2. Optimización de procesos administrativos a través de la centralización de operaciones.
3. Enfoque en la política y objetivos de calidad encaminados a la obtención de la certificación ISO 9001:2008 en temas administrativos y comerciales.

La estrategia comercial se enfocará en acciones para llegar a segmentos específicos que representen una oportunidad, en adición a las actividades comerciales recurrentes que realiza la Compañía.

Es importante mencionar que durante el mes de marzo, como consecuencia de las acciones implementadas, logramos reducir el índice de deserción a -2.6%, un nivel por debajo no sólo de lo observado en los meses de enero y febrero, sino también por debajo de las tasas reportadas en marzo 2014 y 2013 de -3.3% y -3.2%, respectivamente. Por otra parte, las ventas también mostraron signos de recuperación en marzo, con un incremento de 11.4% en el número de membresías vendidas. Si bien debemos continuar en este camino y tendremos que ejecutar acciones adicionales, estos signos de recuperación nos indican que ya hemos retomado nuevamente la senda de crecimiento.

Por otro lado, un punto importante para resaltar es el buen desempeño del programa de anualidades que inició en noviembre 2014 y terminó en enero 2015, alcanzando un máximo histórico de \$200 millones de pesos. Este monto representa un incremento de 18.0% sobre lo recaudado al mes de enero 2014. Observamos que un mayor número de clientes optaron por pagar por anticipado las cuotas de mantenimiento del año completo y es así que el 24.0% de la base total de clientes activos está inscrito bajo esta modalidad, superando el 20.0% del año anterior, lo cual es un componente que ayuda a la permanencia de los clientes.

Si bien los números del primer trimestre resultaron por debajo del desempeño esperado, seguiremos redoblando esfuerzos y trabajando de manera muy focalizada en las iniciativas implementadas para lograr revertir la tendencia de este trimestre. Consideramos que las acciones que estamos tomando contribuirán a una recuperación que se irá reflejando en los resultados a partir del 2T15. De esta manera, en base a la evolución del desempeño del 2T15, daremos información más certera sobre la expectativa del año completo.

Estamos comprometidos a continuar trabajando para posicionarnos como la cadena de clubes deportivos familiares más grande y rentable dentro del segmento premium en México, proporcionando un servicio de calidad que supere las expectativas de los clientes.

Agradezco a nuestros accionistas por la confianza que han depositado en nosotros y a nuestros clientes que nos distinguen con su preferencia. También, reitero mi reconocimiento a nuestros colaboradores, cuyo trabajo, dedicación y esfuerzo son los pilares para ofrecer un servicio de excelencia y superar las expectativas de los clientes cada día.

Fabian Bifaretti
Director General

Resumen Operativo 1T15

Clientes Activos

Al cierre del 1T15, el número total de clientes activos mostró un crecimiento de 6.3%, alcanzando 55,392 clientes respecto al mismo periodo del año anterior.

Se observó una desaceleración en el ritmo de crecimiento en clientes activos comparado con lo reportado en trimestres anteriores, debido al aumento en la tasa de deserción y una menor venta en el 1T15. Este resultado es consecuencia de un consumidor más cauteloso particularmente en cuanto al gasto discrecional. Además, se han identificado áreas de oportunidad en el servicio a clientes, particularmente en aquellos clubes con más de 12 meses de operación, las cuales se están atendiendo con estrategias específicas.

La tasa de deserción neta del 1T15 superó el -7.0%, siendo enero y febrero los meses de mayor deserción y se compara con una tasa del -5.1% reportada en el 1T14. Sin embargo, en marzo se logró disminuir el índice de deserción a -2.6%, por debajo de lo reportado en marzo 2014 y 2013 de -3.3% y -3.2%, respectivamente.

Asimismo, en marzo se observó una recuperación en la actividad comercial y la venta de membresías aumentó 11.4% comparado con marzo 2014. La evolución del desempeño de marzo es una importante señal de que se ha retomado el camino de crecimiento.

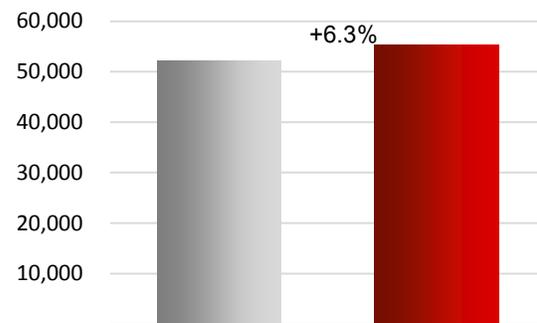
Clientes Activos Mismos Clubes

Al cierre del 1T15, el número de clientes activos en los clubes con más de 12 meses de operación disminuyó 7.9%, comparado con el mismo periodo de 2014.

Este resultado se debe a un menor ritmo en la venta de membresías y al incremento en la tasa de deserción particularmente en los primeros dos meses del año. Sin embargo, en marzo se observó una recuperación en la actividad comercial y una mayor permanencia de los clientes.

Se detectaron áreas de oportunidad en el tema de servicio que se están atendiendo de manera muy focalizada y además se identificaron 9 clubes con mayor antigüedad, que requieren remodelación y/o reequipamiento. El programa de remodelaciones se está acelerando para ejecutarlo y concluirlo en el primer semestre del 2015.

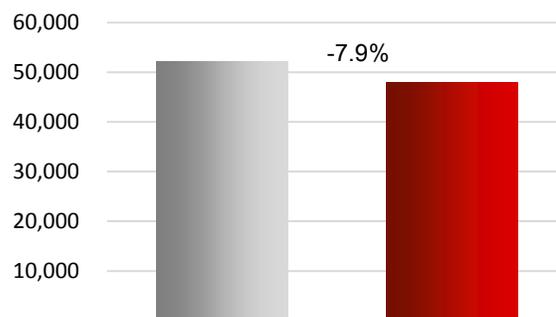
CLIENTES ACTIVOS *



■ 1T14 ■ 1T15

* Excluye el club de Tijuana que cuenta con un acuerdo de operación compartida con un tercero y no opera bajo la marca Sports World.

CLIENTES ACTIVOS MISMOS CLUBES *



■ 1T14 ■ 1T15

* Excluye el club de Tijuana que cuenta con un acuerdo de operación compartida con un tercero y no opera bajo la marca Sports World.

Aforo Promedio Mensual

Durante el 1T15, el número de visitas mensuales promedio fue aproximadamente 441,000, lo cual equivale a un incremento de 18.3% respecto al 1T14. Este crecimiento es resultado de un mayor número de clubes en la cadena y también refleja un incremento en el número de visitas por cliente por mes.

Marzo es el mes con el mayor número de visitas del trimestre, que se puede atribuir a la contribución de acciones de servicio, operativas y comerciales implementadas por la Compañía.

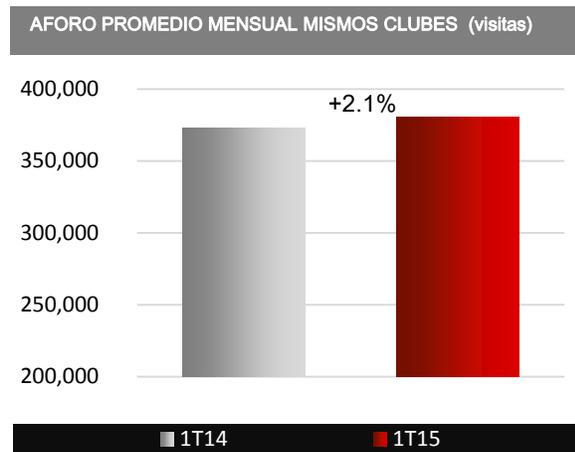


Aforo Promedio Mensual Mismos Clubes

En el 1T15, el número de visitas mensuales promedio en los clubes que cuentan con más de 12 meses de operación fue aproximadamente 380,350, un crecimiento de 2.1% respecto al mismo periodo de 2014.

La desaceleración en el crecimiento del aforo obedece al incremento en la tasa de deserción neta y un menor ritmo de crecimiento en la venta de membresías particularmente en enero y febrero.

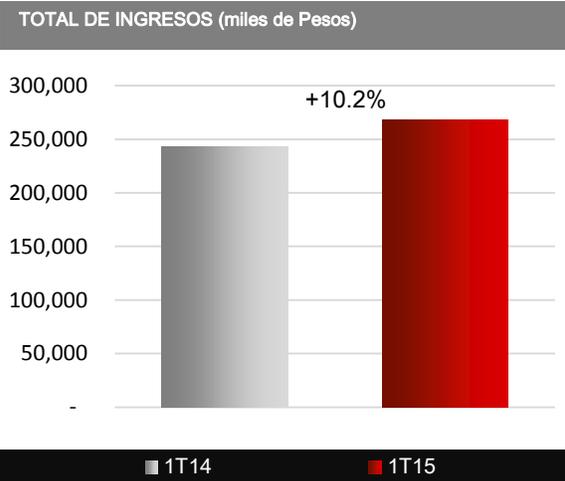
De acuerdo con la información mensual, marzo registró el mayor aforo promedio del trimestre, por lo que se espera que con una mayor focalización en los clubes con más de 12 meses de operación y la ejecución de las nuevas acciones, se retomará el ritmo habitual de crecimiento.



Resultados Financieros

Total de Ingresos

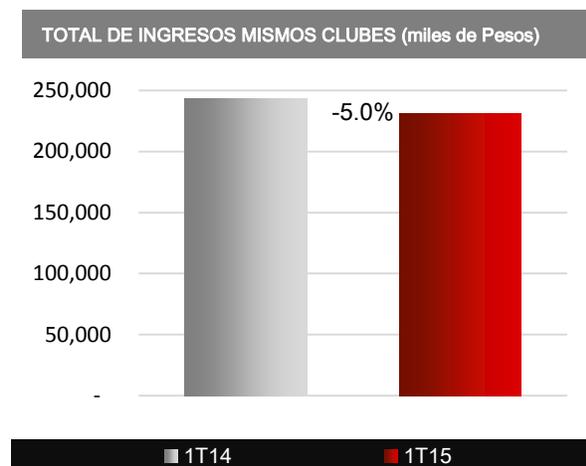
En el primer trimestre de 2015 el Total de Ingresos alcanzó \$268.2 millones de pesos, un crecimiento de 10.2% respecto al mismo periodo del año anterior. Este incremento se deriva principalmente de la obtención de mayores ingresos por cuotas de mantenimiento de los clubes con menos de 12 meses de operación y del incremento de 50.4% en los Ingresos por otros servicios, patrocinios y otras actividades que reflejan una mayor venta de programas deportivos adicionales y mayor cantidad de patrocinios y alianzas comerciales.



Total de Ingresos Mismos Clubes

El Total de Ingresos proveniente de mismos clubes, es decir aquellos con más de 12 meses de operación, mostró una disminución de 5.0% respecto al mismo trimestre de 2014, debido a la reducción en clientes activos.

La disminución en el Total de Ingresos fue menor a la registrada en los clientes activos debido a la contribución de programas deportivos adicionales, patrocinios y alianzas comerciales.



Gasto Corporativo

El Gasto Corporativo registró \$19.3 millones de pesos, una reducción de 2.7% respecto al 1T14. El Gasto Corporativo como porcentaje del Total de Ingresos fue 7.2%, que representa una disminución de 0.9 puntos porcentuales comparado con el 1T14.

Durante el periodo de 2013 al 1T15 se han abierto 13 clubes que representa un crecimiento del 45.0% en el número total de unidades, sin necesidad de incrementar el Gasto Corporativo. Esto es resultado de las inversiones realizadas en desarrollos propios de sistemas y la optimización de la estructura corporativa.

Gastos de Operación y Utilidad de Operación

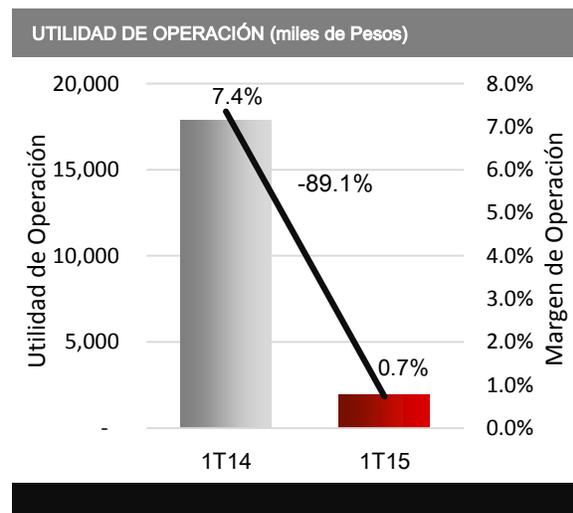
La Utilidad de Operación del 1T15 registró \$2.0 millones de pesos, una reducción de 89.1% respecto al 1T14. Este resultado refleja una menor palanca operativa ya que el incremento en gastos fue mayor al reportado en el Total de Ingresos.

Los Gastos de Operación aumentaron 16.9% debido principalmente a los gastos relacionados con los 6 nuevos clubes que se encuentran en curva de llenado y que al cierre del 1T14 aún no iniciaban operaciones.

Los Gastos de Venta aumentaron 74.0%, principalmente por los gastos pre-operativos de los 4 clubes que se encontraron en proceso de construcción y pre-venta durante el 1T15, mientras que en el 1T14 únicamente se registraron gastos pre-operativos de 2 clubes. Además, se realizó una mayor cantidad de acciones comerciales puntuales para impulsar la venta en comparación con las realizadas en el 1T14 y que impactaron en el crecimiento de los gastos de marketing.

Por lo tanto, el Margen de Utilidad de Operación del 1T15 se situó en 0.7% comparado con el 7.4% reportado en el 1T14.

La Compañía espera que la Utilidad de Operación retome el crecimiento una vez que la tasa de deserción se estabilice, la actividad comercial repunte, y que la curva de llenado particularmente en los clubes de reciente apertura continúe. Una vez cubiertos los gastos fijos de operación de los nuevos clubes, las cuotas de mantenimiento de cada cliente adicional representarán un impacto positivo y directo en la Utilidad de Operación.

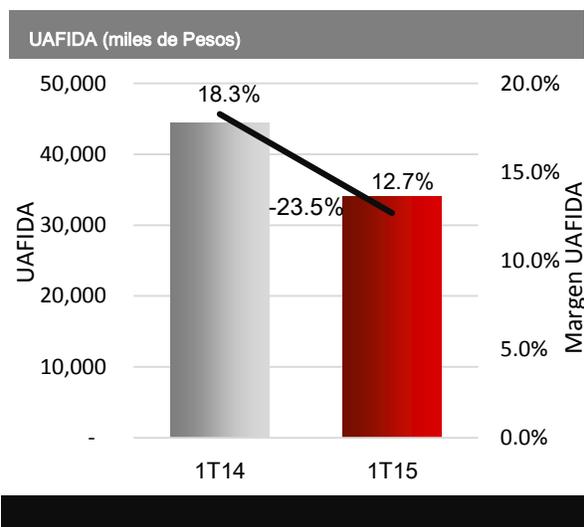


Utilidad antes de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización (UAFIDA)

La UAFIDA del 1T15 alcanzó \$34.0 millones de pesos, una disminución de 23.5% respecto al 1T14. Este resultado se debe a la reducción en la Utilidad de Operación que refleja un incremento en los Gastos de Operación de Clubes por arriba del crecimiento en el Total de Ingresos.

Por lo tanto, el Margen UAFIDA se situó en 12.7% comparado con el 18.3% registrado en el 1T14.

El continuo llenado de los clubes de reciente apertura, la disminución de los niveles de deserción a través de las acciones de mejora en el servicio a clientes y remodelación de los clubes más antiguos, así como una recuperación en la evolución de la actividad comercial, serán la clave para retomar nuevamente la tendencia de crecimiento en UAFIDA.



(Miles de Pesos)	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var
Utilidad del Ejercicio	(3,488)	12,191	-128.6%
Impuestos a la Utilidad	(1,181)	3,098	-138.1%
Resultado Integral de Financiamiento (neto)	(6,624)	(2,604)	-154.4%
Depreciación y Amortización	32,052	26,541	20.8%
UAFIDA ¹	34,006	44,433	-23.5%
Margen UAFIDA	12.7%	18.3%	-5.6 pt

1) UAFIDA se calcula sumando a la Utilidad (pérdida) antes de impuestos, el Resultado Integral de Financiamiento Neto y la Depreciación y Amortización.

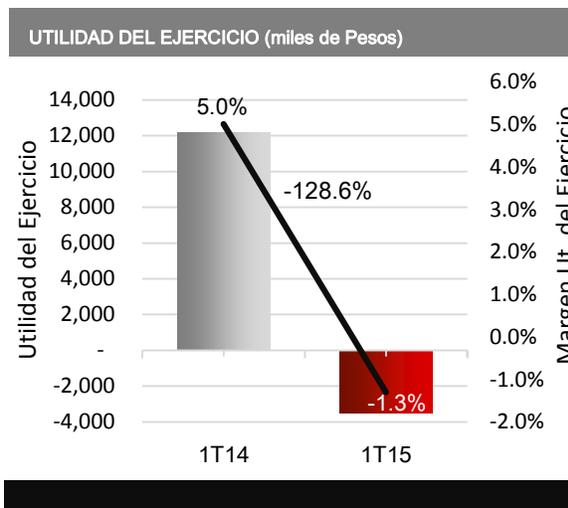
Utilidad del Ejercicio

En el 1T15 el Resultado del Ejercicio registró una pérdida de \$3.5 millones de pesos comparado con la ganancia de \$12.2 millones de pesos reportada en el 1T14. Este resultado es consecuencia de la reducción en la Utilidad de Operación así como el incremento en el Resultado Integral de Financiamiento.

El Resultado Integral de Financiamiento registró un costo por \$6.6 millones de pesos, incrementándose principalmente por el aumento en intereses pagados provenientes de la línea de crédito contratada en 2014. En el 1T15 se realizó la última disposición por \$27.0 millones de pesos, con lo cual se utilizó la totalidad de la línea de crédito de \$165.0 millones de pesos y como consecuencia, la deuda total se incrementó en \$124.7 millones de pesos respecto al 1T14, esta cifra incluye amortizaciones y disposiciones. El incremento en el RIF incluye también el resultado por la valuación de la cobertura de la tasa de interés.

El total de impuestos registró un beneficio por \$1.2 millones de pesos derivado de la pérdida antes de impuestos.

Por lo tanto, el Margen de Utilidad del Ejercicio para el trimestre fue de -1.3% comparado con el 5.0% reportado en el 1T14.



(Miles de pesos)	Primer Trimestre			
	2015	2014	Var. \$	% Var
Intereses Pagados	(7,681)	(3,856)	(3,825)	99.2%
Intereses Ganados	812	1,336	(525)	-39.3%
Ganancia cambiaria	22	-84	107	-126.5%
Otros Gastos Financieros ¹	223	-	223	
Resultado Integral de Financiamiento (neto)	(6,624)	(2,604)	(4,020)	154.4%

1) Incluye el resultado por la valuación de la cobertura de tasa de interés.

Balance General

Efectivo y Equivalentes

El rubro de Efectivo y Equivalentes al cierre del 1T15 registró \$74.3 millones de pesos, una disminución de \$43.4 millones de pesos o 36.9% respecto al año anterior, debido principalmente al anticipo a proveedores para la inversión en la construcción de los nuevos clubes de acuerdo con el plan de expansión de la Compañía, así como reequipamiento de clubes existentes. Adicionalmente, en el primer trimestre del año pasado registramos la venta de acciones del fondo de recompra equivalente a \$19.8 millones de pesos, mientras que en el 1T15 utilizamos recursos para la recompra de acciones por \$12.6 millones de pesos.

Esta cuenta también incluye los ingresos provenientes de la venta de anualidades 2015 así como la última disposición de la línea de crédito contratada en 2014 por \$27.0 millones de pesos.

Mejoras a Locales Arrendados

Este concepto registró \$1,056.2 millones de pesos, un incremento de \$166.6 millones de pesos o 18.7% respecto a 2014 como resultado de las inversiones que se han llevado a cabo para la adecuación y equipamiento de los nuevos clubes. El número de clubes en construcción en el 1T15 es mayor al del 1T14. Asimismo, este concepto incluye las remodelaciones y renovación de equipo que la Compañía realiza de forma permanente en sus clubes con el fin de mantener los estándares de calidad y servicio característicos de Sports World.

Proveedores, Acreedores y Otros (Impuestos por Pagar y Pasivos Acumulados)

La Compañía registró un saldo por \$99.3 millones de pesos en esta cuenta y representa un crecimiento de 14.2% respecto a la cifra reportada en 2014, principalmente por el incremento en Proveedores y Acreedores derivado de un mayor número de clubes en operación y por la construcción de nuevos clubes.

Deuda Financiera Neta

Al mes de marzo de 2015, la Deuda Financiera Neta ascendió a \$234.9 millones de pesos, dada la contratación de créditos de largo plazo ya mencionada, incluida la última disposición de este trimestre por \$27.0 millones de pesos utilizados en remodelación y renovación de unidades existentes, adecuación y equipamiento de nuevos clubes, y capital de trabajo pre-operativo de las unidades en construcción y pre-venta. Esta cifra es neta de la cuenta de Efectivo y Equivalentes.

La razón Deuda Neta/EBITDA se mantiene a niveles conservadores y en el 1T15 fue 1.2x comparado con el 0.4x reportado al cierre de marzo de 2014, lo cual refleja la contratación de la línea de crédito en 2014. Al cierre de diciembre de 2014, la razón Deuda Neta/EBITDA fue 0.85x. La estructura financiera de la Compañía se mantiene sólida y cuenta con la virtud del negocio de no tener un requerimiento importante de capital de trabajo.

Fondo de Recompra

Sports World opera activamente un fondo de recompra de acciones y al 31 de marzo de 2015 cuenta con 1,259,971 acciones recompradas.

Con el fin de reforzar los principios de gobierno corporativo, el 12 de marzo de 2015 se presentaron ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores las políticas y lineamientos sobre operaciones con valores y adquisición y colocación de acciones propias, adoptadas por la Compañía, y que fueron aprobadas por el Consejo de Administración. Estas políticas consideran medidas prudenciales y obligatorias relacionadas con la adquisición y venta de acciones de la Compañía por parte de consejeros, directivos y empleados, con el fin de dar cumplimiento con las disposiciones de carácter general publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 4 de noviembre de 2014.

Eventos Recientes

-  Expectativa de Ingresos Netos y UAFIDA para 2015.
-  Inicio de construcción y pre-venta de SW Cumbres, el segundo club en Monterrey, Nuevo León.
-  Se presentaron ante la CNBV las políticas y lineamientos sobre operaciones con valores que realicen consejeros, directivos y empleados, aprobados por el Consejo de Administración de la Compañía.
-  Inicio de construcción y pre-venta de SW Obrero Mundial, en la Ciudad de México.
-  Después del cierre del trimestre se publicaron los resultados preliminares del 1T15.
-  Inicio de operaciones del club número 43, SW Zona Esmeralda, tercer club en operación bajo el modelo de clubes de terceros.

Acerca de Grupo Sports World

Grupo Sports World, S.A.B. de C.V. es la empresa operadora de clubes deportivos familiares líder en México. La Compañía ofrece varios conceptos específicamente diseñados para que todos los miembros de la familia puedan realizar actividades deportivas dentro de un mismo espacio. Sports World cuenta con una amplia gama de actividades y programas deportivos enfocados a las necesidades y demandas específicas de sus clientes, así como servicios de entrenamiento, salud y nutrición conforme a las últimas tendencias internacionales de la industria del *fitness*. Sports World cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo "SPORT" (Bloomberg: SPORTS:MM).

Información sobre estimaciones y riesgos asociados

La información que se presenta en este comunicado contiene ciertas declaraciones acerca del futuro e información relativa a Grupo Sports World, S.A.B. de C.V. y sus subsidiarias (en conjunto "Sports World" o la "Compañía") las cuales están basadas en el entendimiento de sus administradores, así como en supuestos e información actualmente disponible para la Compañía. Tales declaraciones reflejan la visión actual de Sports World sobre eventos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, factores inciertos y presunciones. Muchos factores podrían causar que los resultados, desempeño, o logros actuales de la Compañía sean materialmente diferentes con respecto a cualquier resultado futuro, desempeño o logro de Sports World que pudiera ser incluida, en forma expresa o implícita dentro de dichas declaraciones acerca del futuro, incluyendo, entre otros: cambios en las condiciones generales económicas y/o políticas, cambios gubernamentales y comerciales a nivel global y en los países en los que la Compañía hace negocios, cambios en las tasas de interés y de inflación, volatilidad cambiaria, cambios en la demanda y regulación de los productos comercializados por la Compañía, cambios en el precio de materias primas y otros insumos, cambios en la estrategia de negocios y varios otros factores. Si uno o más de estos riesgos o factores inciertos se materializan, o si los supuestos utilizados resultan ser incorrectos, los resultados reales podrían variar materialmente de aquellos descritos en el presente como anticipados, creídos, estimados o esperados. Sports World no pretende y no asume ninguna obligación de actualizar estas declaraciones acerca del futuro.

Estado de Resultados

GRUPO SPORTS WORLD, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Estados de Resultados Consolidados

Primer trimestre 2015 y 2014

(Miles de pesos)

	Primer Trimestre		
	2015	2014	% Var
Ingresos por cuotas de mantenimiento y membresías	231,032	218,594	5.7%
Ingresos por otros servicios, patrocinios y otras actividades	37,137	24,686	50.4%
Total de Ingresos	268,169	243,280	10.2%
Gastos de Operación	197,590	169,094	16.9%
Gastos de Venta	17,320	9,956	74.0%
Gastos de Operación de Clubes	214,910	179,050	20.0%
Contribución Marginal de Clubes (sin Depreciación y Amort.)¹	53,259	64,230	-17.1%
<i>Margen de Contribución Marginal de clubes</i>	19.9%	26.4%	-6.5 pt
Gastos Corporativos	19,253	19,796	-2.7%
% Gastos Corporativos sobre Total de Ingresos	7.2%	8.1%	-1.0 pt
Depreciación y Amortización	32,052	26,541	20.8%
% Depreciación y Amortización sobre Total de Ingresos	12.0%	10.9%	1.0 pt
Total de Gastos de Operación	266,214	225,387	18.1%
% Gastos de Operación sobre Total de Ingresos	99.3%	92.6%	6.6 pt
Utilidad de Operación	1,955	17,893	-89.1%
<i>Margen de Utilidad de Operación</i>	0.7%	7.4%	-6.6 pt
Resultado Integral de Financiamiento, neto	(6,624)	(2,604)	-154.4%
Utilidad antes de Impuestos	(4,669)	15,289	-130.5%
Impuestos a la Utilidad	(1,181)	3,098	-138.1%
Utilidad del Ejercicio	(3,488)	12,191	-128.6%
<i>Margen de Utilidad del Ejercicio</i>	-1.3%	5.0%	-6.3 pt
UAFIDA	34,006	44,433	-23.5%
<i>Margen de UAFIDA</i>	12.7%	18.3%	-5.6 pt

1) La Contribución Marginal no considera Depreciación y Amortización ni Gastos Corporativos.

Balance General

GRUPO SPORTS WORLD, S.A.B. DE C.V. Y SUBSIDIARIAS

Balances Generales Consolidados

Al 31 de marzo de 2015 y 2014

(Miles de pesos)

	2015	2014	Var \$	Var %
Efectivo y Equivalentes	74,260	117,644	(43,384)	-36.9%
Cuentas por Cobrar (neto)	19,012	12,089	6,923	57.3%
Almacén de Materiales	14,703	8,413	6,290	74.8%
Pagos Anticipados ¹	29,935	16,112	13,823	85.8%
Total del Activo Circulante	137,910	154,258	(16,348)	-10.6%
Anticipo a Proveedores (equipo)	10,243	5,220	5,023	96.2%
Mejoras a locales arrendados, construcciones en proceso, mobiliario y equipo (neto)	1,056,246	889,692	166,555	18.7%
Activos Intangibles (neto)	64,081	66,743	(2,662)	-4.0%
Otros Activos (neto)	151,932	123,543	28,389	23.0%
Total Activo No Circulante	1,282,502	1,085,195	197,306	18.2%
Total de Activo	1,420,412	1,239,453	180,959	14.6%
	2015	2014	Var \$	Var %
Doc. por Pagar a Bancos Largo Plazo (vencimiento circulante)	61,552	41,481	20,071	48.4%
Arrendamiento Financiero Largo Plazo (vencimiento circulante)	2,973	1,934	1,039	53.7%
Proveedores, Acreedores y Otros	99,253	86,949	12,304	14.2%
Ingresos Diferidos por Cuotas de Mantenimiento	153,827	125,768	28,058	22.3%
Total del Pasivo Circulante	317,605	256,132	61,473	24.0%
Documentos por Pagar a Bancos Largo Plazo	216,020	112,572	103,448	91.9%
Arrendamiento Financiero a Largo Plazo	28,628	28,518	110	0.4%
Otros Pasivos Largo Plazo	12,445	7,942	4,503	56.7%
Total del Pasivo No Circulante	257,093	149,032	108,061	72.5%
Total del Pasivo	574,698	405,164	169,534	41.8%
Capital Social y Prima en Suscripción de Acciones	575,604	575,604	0	0.0%
Utilidades Retenidas	273,598	246,494	27,104	11.0%
Utilidad del Ejercicio	(3,488)	12,191	(15,679)	-128.6%
Total del Capital Contable	845,714	834,289	11,426	1.4%
Pasivo y Capital Contable	1,420,412	1,239,453	180,959	14.6%

1) Seguro empresarial de los clubes, seguro médico de empleados, licencias de programas deportivos, etc.

Flujo de Efectivo
GRUPO SPORTS WORLD, S.A.B. DE C. V. Y SUBSIDIARIAS

Estados Consolidados de Flujos de Efectivo

Periodo de 3 meses terminados el 31 de marzo de 2015

(Miles de pesos)

	2015
Actividades de Operación:	
Utilidad antes de Impuestos a la Utilidad	(4,669)
Depreciación y Amortización	32,052
Subtotal	27,383
Cambio en Capital de Trabajo	(14,562)
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Operación	12,821
Actividades de Inversión:	
Adquisiciones de mejoras a locales arrendados, mobiliario y equipo y construcciones	(53,032)
Disminución en Activos Intangibles y Otros Activos	(8,461)
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Inversión	(61,493)
Efectivo antes de Actividades de Financiamiento	(48,672)
Actividades de Financiamiento:	
Incremento de Capital Social	-
Prima en Suscripción de Acciones	-
Recompra de Acciones	(12,631)
Pagos de Préstamos y Arrendamiento Financiero	15,268
Flujos Netos de Efectivo de Actividades de Financiamiento	2,637
Incremento Neto de Efectivo y Equivalentes	(46,035)
Efectivo y Equivalentes:	
Al principio del periodo	120,295
Al final del periodo	74,260

Indicadores Adicionales

Operación	1T13	2T13	3T13	4T13	1T14	2T14	3T14	4T14	1T15
Deserción Mensual Neta U12M* (mismos clubes)	-3.3%	-3.6%	-4.1%	-4.3%	-4.5%	-4.6%	-4.4%	-4.3%	-5.0%
Aforo Promedio Mensual	311,054	350,686	343,968	326,482	372,671	388,612	419,000	412,451	440,934
No. de Clubes en Operación	30	30	33	35	36	37	41	42	42
No. de Clubes en Construcción	1	5	3	2	1	4	2	2	4
Personal									
Operación de Clubes	1,399	1,460	1,556	1,578	1,611	1,652	1,700	1,671	1,728
Administración Central	109	114	112	115	108	117	116	119	126
Total	1,508	1,574	1,668	1,693	1,719	1,769	1,816	1,790	1,854

*U12M: Últimos 12 Meses.

Notas:

- 1) El número total de clubes en operación incluye el club de Tijuana que a partir de septiembre 2014 cuenta con un acuerdo de operación compartida con un tercero y no opera bajo la marca Sports World.
- 2) A partir del 3T14 no se considera el número de empleados del club en Tijuana.

Conferencia Telefónica 1T15

La conferencia telefónica sobre los resultados del 1T15 se llevará a cabo en inglés, el martes 21 de abril de 2015 a las 11:00 am tiempo de la Ciudad de México (12:00 pm tiempo del Este de EU). La conferencia cuenta con una presentación a la cual podrán tener acceso a través de la página de internet www.sportsworld.com.mx/inversionistas.

Para escuchar solamente el audio en inglés y poder realizar preguntas, favor de marcar:

EU: 1- 877-407-4018

México: 1-800-522-0034

Otros países: 1-201-689-8471

Contacto

Juan Alberto Pastrana Acevedo

Director de Administración y Finanzas

inversionistas@sportsworld.com.mx

Tel. +52 (55) 5481-7777

Begoña Orgambide García

Relación con Inversionistas

inversionistas@sportsworld.com.mx

Tel. +52 (55) 5481-7790