

ALMACENES ÉXITO, S.A.

Moderadora: María Fernanda Moreno

1 de marzo de 2016

9:00 a.m. tiempo del este de Estados Unidos

Operadora: Esta es la conferencia #44962866.

Buenos días. Mi nombre es Lourdes y yo seré su operadora para la teleconferencia de hoy. En este momento me gustaría dar la bienvenida a todos a la conferencia telefónica del Grupo Éxito correspondiente al cuarto trimestre de 2015. Todas las líneas se han silenciado para evitar cualquier ruido de fondo. Después de los comentarios de apertura habrá una sesión de preguntas y respuestas.

Gracias por su atención. María Fernanda Moreno dará inicio a la teleconferencia del día de hoy. Señora Moreno, puede comenzar.

María Fernanda Moreno: Gracias Lourdes, y buenos días para todos. Gracias por acompañarnos hoy. En este momento, me complace presentar al Presidente Director del Grupo Éxito, el señor Carlos Mario Giraldo, al Vicepresidente Financiero, Filipe Da Silva y al Vicepresidente de Negocios Internacionales, José Loaiza.

La agenda de la teleconferencia de hoy se encuentra en la diapositiva número 3. Hablaremos de los siguientes temas: los resultados operacionales destacados del Grupo Éxito (dificultad en la llamada), seguido por los estados financieros consolidados para el cuarto trimestre y el año completo 2015. En ese momento, comentaremos los resultados de la estrategia del Grupo Éxito para 2016 (inaudible) con una sesión de preguntas y respuestas. La

presentación estará disponible en nuestro sitio web complementando la información que cubriremos hoy. También hemos proveído (inaudible). En este momento daré la palabra al señor Carlos Mario Giraldo para sus comentarios.

Carlos Mario Giraldo: Muchas gracias a todos ustedes por estar aquí presentes. Voy a hablar de los resultados del cuarto trimestre del Grupo Éxito y los resultados para el año completo. En este momento estoy hablando de un nuevo perímetro de Éxito que incluye cuatro países, Colombia, Uruguay, Argentina y Brasil. Vamos a presentar por primera vez los resultados de los cuatro países después de hacer un importante esfuerzo de consolidación a partir del 1 de septiembre para Argentina y Brasil.

Es importante tener en cuenta que Colombia y Uruguay registran año completo, que el funcionamiento del Disco, que es de alrededor del 60 por ciento de la operación de Uruguay se consolida por primera vez, y que Brasil y Argentina se consolidan para cuatro meses. A partir de septiembre de este año, todos los resultados serán totalmente comparables cuando tengamos un año completo de Brasil y Argentina.

Pasando a la diapositiva número 4, vamos a comenzar a observar las diapositivas. El 2015 fue un año realmente histórico para Éxito. Nos convertimos en una empresa Multilatina, como denominamos en Colombia a este tipo de empresas con presencia global en todos los países, la más grande empresa de *retail* en resultados consolidados en toda Suramérica y la segunda más grande en países diferentes a América Latina después de (inaudible) mediante la introducción de los mercados de Brasil y Argentina.

Sólo con las ventas de septiembre a diciembre, Brasil y Argentina contribuyeron con COP19.3 billones. Comenzamos en septiembre a redefinir la estructura corporativa del Grupo Éxito para poder hacer frente a estos

nuevos retos, lo que significaba concentrarnos- con un enfoque muy importante en Colombia, mientras que hacemos frente a los retos de las sinergias de consolidación e integración en el resto del territorio.

Los nuevos ejecutivos de alto nivel se han ubicado en las operaciones bajo el mando de Ronaldo Iabrudi en Brasil, quien es el presidente y se mantiene en ese cargo. Luis Moreno fue nombrado como vicepresidente de Multivarejo; Marcos Samaha fue nombrado y traído para ser director de operaciones de Multivarejo, los dos con el fin de dar mucha fuerza a la que es una operación de alimentos muy importante para el futuro de GPA.

Jean Christophe Tijeras fue nombrado como presidente de Libertad, puesto que fue ocupado previamente por Luis Moreno y (inaudible) como el Jefe de (Bogotá). Carlos Mario Diez, al mismo tiempo fue nombrado como director de operaciones de Éxito para tener un enfoque completo en la operación colombiana de Éxito y José Loaiza fue nombrado como vicepresidente de Negocios Internacionales que se ocupa de la integración y las sinergias en la región, mientras que Camilo Gallego es el nuevo vicepresidente de servicios teniendo en cuenta la importante operación que tenemos y los temas de fundamentales de servicio, servicios compartidos, que tenemos en la región.

El Comité de Sinergias ya está en funcionamiento y se puede decir que al 31 de diciembre capturamos beneficios por 5 millones de dólares dentro de las diferentes operaciones y que tenemos ahora en ejecución 18 proyectos conjuntos en los diferentes países. Mantenemos nuestro objetivo de capturar 50 puntos básicos en todo el perímetro durante los siguientes cuatro años.

En la expansión minorista en Colombia, tuvimos la expansión orgánica más alta, no sólo con la integración de Super Inter, que trajo un poco más de 50.000 metros cuadrados de nuevas áreas de alimentos, sino también con la

expansión orgánica de 36.000 metros cuadrados, es una expansión de 4.3 por ciento y 47 nuevos almacenes.

El énfasis se hizo en Carulla, que tuvo su más importante expansión histórica con 10 almacenes y también en Éxito que consiguió una expansión de 23 almacenes. Super Inter se integró con éxito al sistema, y tuvo tanto éxito, que cuando se integró por completo a partir de noviembre, comenzó a ganar aumento en ventas mismos metros que no es frecuente cuando hay una integración de *retail*.

Hablando de Brasil; en Brasil el énfasis en la expansión se llevó a cabo en Assaí que es el formato ganador en Brasil con 11 aperturas y en proximidad, donde GPA es el líder del país y en donde hay una gran oportunidad. La tendencia de *Cash & Carry* es muy clara en Brasil y esto le dio Assaí la oportunidad de aumentar sus ventas de alimentos en un 25 por ciento.

En Uruguay, nuestra expansión fue una de las más importantes con 10 nuevas tiendas Devoto Express, que es una sinergia que se ha capturado del *know-how* llevado por Éxito con su formato Éxito Express.

Los proyectos inmobiliarios se han vuelto importantes - y cada vez más importantes, hemos fortalecido la cartera inmobiliaria en Argentina con la apertura del centro comercial Lugones en Córdoba, con 35.000 metros de Superficie Bruta Alquilable, SBA, adicional. El Grupo Éxito anunció su intención de crear un vehículo inmobiliario en Colombia, comenzando únicamente con los activos colombianos controlados por Éxito y donde haya participación mayoritaria por parte de Éxito. La intención es llegar a cerca de 200 millones de dólares en efectivo que será dedicado completamente a desarrollar la unidad de negocios inmobiliaria dentro del vehículo.

En la primera etapa, aproximadamente 13 centros comerciales o galerías comerciales y seis proyectos dentro de ellos, se aportarán grandes proyectos, muy importantes (inaudible). Esto finalizará a mediados de 2016 o como máximo en el tercer trimestre de 2016.

Pasemos ahora a la diapositiva número 5, vemos las ventas consolidadas del Grupo Éxito. Es importante decir que el *mix* de ventas en su mayor parte está relacionado con alimentos y ofrece una estructura equilibrada y resiliente en el medio de algunas dificultades económicas en algunos países y especialmente en Brasil. En el cuarto trimestre, tuvimos ventas consolidadas por 18.9 billones. En el año completo de 2015, con una consolidación de cuatro meses de Brasil y Argentina, y el año completo para Uruguay y Colombia, tuvimos ventas consolidadas por COP31.8 billones un crecimiento de 113 por ciento y donde alimentos tuvo una participación del 64 por ciento.

En la diapositiva número 6, observamos el comportamiento de las ventas en Colombia. Estoy muy contento de decir que el cuarto trimestre registró un cambio de tendencia para el Éxito, que vemos ha continuado durante los dos primeros meses de este año. Excluyendo el efecto calendario, porque tuvimos diferencias en nuestra promoción tradicional de la última parte del año, es decir, excluyendo el efecto calendario, tuvimos un aumento en ventas mismos metros de 2,2 por ciento, siendo el mejor trimestre de todo el año y capturando una temporada navideña muy dinámica.

Las fuertes ventas mismos metros fueron especialmente evidentes en la marca Éxito con un aumento en mismos metros del 2,4 por ciento, si se tiene en cuenta el efecto calendario. En el cuarto trimestre de 2015, las ventas totales se incrementaron en 3,7 por ciento, las ventas mismos metros en Carulla aumentaron 2,6 por ciento, y las ventas con descuento, es decir en Surtimax, sumadas a las primeras ventas comparables de Super Inter mostraron un

aumento muy interesante en mismos metros de 8,1 por ciento, el mejor en todas nuestras marcas.

Esto es especialmente importante porque en Colombia hoy en día existe una tendencia a la alta competencia en el segmento de descuento y capturar el liderazgo de mercado con nuestras 210 tiendas de descuento con Super Inter y Surtimax es absolutamente importante desde un punto de vista de estándar estratégico para Éxito.

El año completo 2015 registró un aumento en ventas de 8,1 por ciento y las ventas mismos metros fueron ligeramente negativos en 0,2 por ciento que está dentro de las pautas que claramente informamos al mercado a mediados de año. Es interesante mencionar que la categoría alimentos, la más importante del crecimiento y ventas de Éxito, registró un aumento en ventas, en ventas mismos metros cercana al 15% en el cuarto trimestre, la categoría de alimentos representó el 70 por ciento de las ventas en Colombia y este segmento de alimentos registró un nuevo impulso, que había sido negativo durante el tercer trimestre, registró una importante recuperación en el último trimestre.

Es importante también decir que las sinergias procedentes de Super Inter fueron capturadas, especialmente en la negociación con proveedores, y también en la nueva sinergia del *know-how* que Super Inter tiene en carnes, frutas y verduras que se ha llevado no sólo a Surtimax, pero que se está traduciendo poco a poco a algunos de los más populares almacenes Éxito con resultados iniciales muy interesantes.

Por último, voy a hacer una mención a la marca Éxito y su formato Éxito. Estamos comenzando con un piloto, que llamamos el piloto textil EDLP, que se está haciendo en la región cafetera con muy buenos resultados y va a ser llevado a finales de año a todos los almacenes Éxito con alto enfoque en lo

que es una de nuestras categorías más importantes, históricamente importante en Éxito, que es la categoría de textiles.

Éxito llegó a 262 almacenes, se mantiene como la marca *top of mind* en Colombia y abrió almacenes claves, que son sombrillas de la marca como Chía Fontanar en Bogotá, (Mayorca) en (inaudible), y en las ciudades intermedias, que son muy exitosas como (Riohacha) en conjunto con nuestra galería comercial a partir de (inaudible) y en Sabanalarga en el Atlántico.

Pasando ahora a la diapositiva número 7, vemos los resultados financieros de Éxito en Colombia. El cuarto trimestre (4T) registró un gran desempeño y llevó todas las cifras de 2015 a terrenos positivos, tanto en las utilidades operacionales recurrentes y en el EBITDA recurrente. Como se puede ver, este fue el mejor trimestre con una utilidad bruta mejorando 120 puntos básicos, seguimos viendo una mejora en la rentabilidad en el formato de descuento, a partir de las importantes ventas en textiles que tuvimos durante el trimestre y de la fuerza proveniente del negocio inmobiliario e ingresos financieros.

Como se puede ver en las cifras, en el cuarto trimestre la utilidad operacional recurrente aumentó cerca de 11 por ciento con un alto margen de 8,4 por ciento. El EBITDA recurrente creció 13 por ciento y llegó a un margen máximo histórico de 10,2 por ciento en el trimestre. Si tomamos año completo, por primera vez Éxito en Colombia llegó a COP2.6 billones, que lo ubican como una de las principales empresas en ventas en Colombia, un aumento de 8,2 por ciento. El margen bruto creció 10 puntos básicos.

Los GA&V se incrementaron en 40 puntos básicos, explicados por el aumento en el costo de alquileres, la inflación en energía, y algunos gastos relacionados con las nuevas empresas y negocios de bienes raíces, que al mismo tiempo nos

darán retornos en el futuro, ya que contribuirán mayores márgenes a la Compañía.

Por último, lo que vimos es que el EBITDA recurrente llegó a COP804.000 millones con un aumento de 4,4 por ciento y con un margen de 7,6 por ciento. Es decir que a pesar de la alta competencia en el mercado colombiano, de las especulaciones sobre de las dificultades en la economía colombiana, Éxito obtuvo el margen más alto entre sus pares en Colombia y también conservó, o mejor preservó el importante margen EBITDA de 7,6 por ciento.

Pasando a la diapositiva número 8, llegamos a Brasil y vemos los resultados de ventas en Brasil durante el período de consolidación con Éxito. Debemos decir que el negocio de alimentos fue resiliente a la crisis económica, sobre todo en la marca *Cash&Carry Assaí*, que aumentó 25 por ciento sus ventas durante el periodo. También podemos decir que los hipermercados y supermercados están siendo intervenidos con la renovación de 62 tiendas durante el año, algo muy importante, ya que significa que casi el 25 por ciento de la superficie de ventas de estos almacenes fueron renovados.

Via Varejo sufrió un poco más debido a que sus ventas de no alimentos, especialmente muebles y productos tecnológicos, obviamente, cuando hay una reducción en el consumo son los primeros en sufrir, ya que serán los primeros en crecer cuando llegue un nuevo crecimiento económico. Es aún más impresionante ver que Via Varejo tuvo un cuarto trimestre mejor que los otros trimestres, con un mejor desempeño. Esta marca está teniendo un liderazgo muy fuerte con Peter Paul Estermann, un gran líder en Brasil, y estamos viendo ese impacto en los números. Podemos decir también que se está teniendo una importante negociación de condiciones con sus proveedores debido a los costos de logística en Brasil.

Cnova no tuvo un buen año. Sufrió en ventas, sobre todo porque las ventas no alimentos son la parte más importante de las ventas Cnova. También tuvo una investigación interna por fraude entre algunos de sus empleados. Esta investigación concluyó de manera drástica con investigaciones externas, además por parte del Comité de Auditoría de Cnova, Via Varejo y GPA. Y la mayor parte del impacto encontrado ha sido registrado en el 4T, es decir el impacto que hemos encontrado que se cree que es el mayor que se puede encontrar.

Lo que observo es que hay un gran potencial de aumento de rentabilidad para el próximo año cuando vamos a comparar los resultados de Cnova contra el año 2015. Y que estratégicamente Cnova es clave para la Compañía, porque es el segundo operador de comercio electrónico en la región.

Nuestra gran tarea va a ser, como ya lo hemos hecho con *exito.com*, la de llevar a Cnova a la rentabilidad. Si vemos las cifras, para todo el año 2015 en Brasil se puede ver un aumento en las ventas de 3,2 por ciento, negativo del 0,9 por ciento en las ventas mismos metros y en alimentos resiliente con ventas totales de 7 por ciento y ventas mismos metros de 2,3 por ciento, mientras que no-alimentos tienen una disminución del 15,6 por ciento, cuando en el tercer trimestre se produjo un descenso que fue inferior a la disminución de todo el año.

Es importante decir que tenemos la suerte de estar presentes en el formato *Cash&Carry*. Sólo hay dos grandes jugadores en *Cash&Carry* (inaudible) y nosotros con Assaí. Estamos tomando participación de mercado y es por eso que vamos a concentrarnos en una gran expansión del formato Assaí.

Brasil tiene gran fortaleza y es que a pesar del gran tamaño de la Compañía, tiene una fuerte posición de caja. En otro momento este año terminó con caja

positiva para el final del año y esto fue altamente reconocido por Standard & Poor's y Fitch al ratificar la calificación AA+ a Grupo Pão de Açúcar, a GPA.

Cuando miramos los resultados financieros de Brasil en la diapositiva número 9 para el período de consolidación, vemos ventas que se consolidan en Éxito cercanas a los COP20 billones. Vemos, finalmente, un EBITDA recurrente cercano a COP1 billón, es decir COP996.000 millones con un margen del 5 por ciento.

El 5 por ciento no es el margen que GPA solía tener, estaba cerca al 8 por ciento, pero creo es un margen muy decente al pasar por las dificultades que Brasil está pasando y cuando se tiene una caída en ventas no alimentos de 15 por ciento, es decir, que el potencial de mejora de rentabilidad en el futuro y beneficio para Éxito es enorme, vamos a trabajar en esa dirección.

La historia uruguaya que inicia en la diapositiva número 10, como se vio, es muy positiva. Las ventas mismos metros registraron un fuerte crecimiento tanto en el trimestre, como en el año completo, el crecimiento en participación de mercado, pasamos de 43 por ciento de la participación de mercado al 44 por ciento en un país muy interesante como Uruguay. En su conjunto, tenemos ventas de COP2.1 billones, incluyendo ahora Devoto, Disco y Geant con una crecimiento comparativo del 11,9 por ciento en ventas totales y del 10,6 por ciento en ventas mismos metros. Eso muy positivo cuando se tiene una inflación cercana al 9 por ciento, que las cifras comparables sean muy positivas para Uruguay. También, como he dicho, tuvimos un avance importante en nuestro formato de proximidad con Devoto Express.

Los resultados financieros en Uruguay en la diapositiva número 11 muestran niveles altos de rentabilidad con un muy interesante equilibrio en formatos que se concentra sobre todo en alimentos. En el cuarto trimestre, vemos un EBITDA recurrente de 9 por ciento como margen que es muy alto y para el

año completo COP169.000 millones en EBITDA recurrente, un margen de 7.8 por ciento y una mejora de 130 puntos básicos en el margen comparativamente con el año anterior.

Así que Uruguay sigue bien y creemos que va a continuar en la tendencia correcta, dado el alto ingreso de la población y los beneficios que está teniendo del creciente optimismo que viene de Argentina y los visitantes procedentes de Argentina y la inversión procedente de Argentina.

Y eso nos lleva a Argentina en la diapositiva 12. Y en Argentina lo que podemos ver es una historia muy interesante, mucho mejor de lo que esperábamos cuando hicimos la adquisición. Como saben, el riesgo país ha disminuido de manera muy importante y aunque todavía hay un montón de problemas en los diferentes escenarios que tenemos, el mejor escenario está siendo seguido por el momento. Se puede ver que las ventas están aumentando por encima de la inflación en un nivel alto de 27,9 por ciento en el acumulado del año y 26,7 por ciento en las ventas mismos metros.

La contribución es hecha mediante el formato de proximidad con un fuerte aumento en las ventas y por la estrategia comercial, la estrategia comercial que se puso en marcha con gran éxito por Luis Moreno en Argentina nos está dando ganancias consecutivas en la participación de mercado en Argentina y que nos hizo pensar que éramos las personas adecuadas para ir y hacer algo similar en Multivarejo en Brasil.

Argentina muestra en la diapositiva número 13 ventas consolidadas de Éxito con un crecimiento de COP637.000 millones, un EBITDA recurrente, uno de los más altos de su historia, en el trimestre del 8,3 por ciento y para el año completo 7,9 por ciento. Es importante decir que ambos segmentos el *retail* y el inmobiliario tuvieron un muy buen desempeño y que bienes raíces tienen

una contribución de cerca de 45 por ciento del total de la utilidad operacional recurrente de la división argentina.

Eso nos lleva a la diapositiva número 14, en el que el estado de resultados consolidado bajo NIIF para Grupo Éxito por primera vez. Como saben, esto no es completamente comparable y esa es la razón por la que se ve un enorme aumento en la mayoría de las líneas.

Sin embargo, es muy comparable a nivel de las utilidades netas. Así que analicemos los puntos más importantes. En primer lugar, los ingresos operacionales llegaron a COP33.4 billones. Esto incluye las ventas procedentes de *retail*, los ingresos procedentes de nuevos negocios, los ingresos procedentes de otros orígenes y el ingreso por bienes raíces. Número dos, el EBITDA recurrente, supera un poco de los COP2 billones para un margen de 6,1 por ciento comparado con el margen de 7,8 por ciento del año anterior.

La diferencia es que el margen provino sólo de Colombia y Uruguay, mientras que este margen incluye el impacto de Argentina y Brasil. Es interesante mencionar que cuando nos fijamos en este 6,1 por ciento, es la combinación de un margen del EBITDA del 7,6 por ciento en Colombia, del 7,8 por ciento en Uruguay, de 7,9 por ciento en Argentina, y del 5 por ciento en Brasil. Creo que cuando nos fijamos en el panorama del *retail* en alimentos en la región, este resultado se encuentra dentro del margen más alto y el potencial de mejora en Brasil, sabemos vendrá cuando la economía vuelva a estabilizarse en algún momento en el futuro.

Esto me lleva a la propuesta de dividendo. La propuesta de dividendo se origina en el hecho de que tenemos una muy interesante utilidad neta atribuible a Grupo Éxito de COP573.000 millones, con un aumento de 14,8 por ciento. Este crecimiento ha llevado a que la Junta Directiva de Éxito

proponga a la asamblea general incrementar el dividendo por acción en 16,3 por ciento, que es casi 2,5 veces la inflación en Colombia acumulada el año pasado y llevarlo a un rendimiento de alrededor del 5 por ciento frente a un rendimiento de alrededor del 2 por ciento.

La proporción de pago sería de alrededor de 52,7 por ciento, que es razonable y es cautelosa al tener en cuenta también los importantes desafíos que el Grupo tiene de cara al futuro y la importancia que tenemos para seguir invirtiendo en nuestro negocio de *retail* y en nuestro negocio inmobiliario y en la consolidación .

Voy a pedirle a Filipe que nos presente las siguientes cuatro diapositivas y luego regresaré para dar las conclusiones finales.

Filipe Da Silva: En la diapositiva 16, podemos ver la evolución del flujo de efectivo consolidado del Grupo Éxito. Como se puede ver de una posición de efectivo de COP3 billones al inicio del 2015, llegaremos a COP10 billones a finales de 2016, básicamente gracias a Brasil y al mejor balance que Brasil está teniendo, aquí podemos hacer énfasis en la generación de capital de trabajo que Brasil está alcanzando.

En la dispositiva 17, yo diría la más interesante de todas, podemos ver el flujo de caja y la evolución de los flujos de efectivo de la *holding*. A nivel Colombia, básicamente, podemos ver que el flujo de caja pasa de COP2.8 billones comenzando en 2015 a COP800 millones, COP1,000 millones a finales de 2015. Básicamente, aquí tenemos el efecto de la adquisición de la operación en Brasil y Argentina que hemos financiado básicamente por el flujo de caja operativo y el préstamo que tuvimos que conseguir durante el año.

Comentado [GB1]: Revisar cifra en el original, creemos es COP800.000 millones

Comentado [GB2]: Igual

Algo importante aquí es en relación con los resultados financieros en Colombia que han sido positivos a pesar del hecho de que teníamos desde septiembre el costo de los intereses debido a la tasa del préstamo. Terminamos el ejercicio en un terreno positivo gracias a la estrategia de cobertura cautelosa que tuvimos durante la adquisición, que nos permite llegar a un importante ingreso *action rate* en 2015.

En la página 18, aquí, básicamente, podemos ver dos relaciones importantes o dos elementos importantes. La primera de ellas es la relación de la deuda sobre EBITDA. A nivel consolidado, estamos a finales de 2015 a 0,35, una vez más, gracias a la fortaleza del balance de Brasil y el nivel de *holding* estamos en 3,8 veces el EBITDA, que sigue siendo adecuado para una compañía como Éxito.

En la parte derecha de la diapositiva, podemos ver el vencimiento de la deuda. Al final del año, hemos operado (inaudible) de la deuda que tiene un buen vencimiento de 3,4 años a 4,3 años. Básicamente aquí ahora tenemos dos bloques de préstamos. La primera parte se lee en pesos colombianos, casi COP2.7 billones, COP1.85 billones a 10 años y COP838.000 millones a cinco años. El costo promedio de estos préstamos está por debajo de IBR más 350 puntos básicos.

Por otro lado, hemos accedido a \$450 millones de dólares a tres años y el costo de este préstamo es inferior a la tasa LIBOR más 175 puntos básicos.

En la diapositiva 19 están los gastos de capital. En el Grupo Éxito hemos – de manera consolidada, hemos pasado de casi COP1 billón durante el año; COP350 millones en Brasil, COP480 millones en Colombia y COP78.000 millones en Uruguay y COP30.000 millones en Argentina. Este billón de pesos es orgánico excluyendo las fusiones y adquisiciones ha permitido abrir 140.000 - más de 140.000 metros cuadrados de espacio de ventas minoristas,

Comentado [GB3]: Revisar la cifras de este párrafo, creemos son miles de millones

Comentado [GB4]: igual

Comentado [GB5]: igual

Comentado [GB6]: igual

casi un 4 por ciento adicional en metros cuadrados adicionales en el año, básicamente, con 35.000 metros cuadrados en Colombia y más de 100.000 metros cuadrados en Brasil.

En general, en términos de gastos de capital, hemos gastado COP5.6 billones - COP5.2 billones, disculpen, durante el año, incluyendo algunos de la fusiones y adquisiciones que hemos hecho en (inaudible).

Carlos Mario Giraldo: Pasando ahora a la diapositiva número 20, mostramos algunos logros adicionales durante 2015. En primer lugar en las actividades omnicanal, que como saben es una parte muy importante de la estrategia del Grupo Éxito, y es uno de los retos más importantes de cualquier empresa de *retail* moderno en el mundo. Aquí tenemos más de 1000 Aliados Surtimax. Este formato de alianza es tan importante que ahora representa más del 15 por ciento de las ventas totales de Surtimax con un retorno de la inversión muy importante ya que la inversión es insignificante y el formato de alianza se está iniciando ahora como una alternativa para proximidad en Brasil.

Ya son 110 catálogos virtuales en tiendas en Colombia. Estos son los catálogos, catálogos electrónicos, que tienen productos que las tiendas no poseen y con un muy bajo CapEx, también representan un impacto, sobre todo en no alimentos. Este segmento de mercado está siendo desarrollado en Colombia en una forma muy dinámica, ya son 258 los lugares *Clic & Collect* en Colombia para ese año.

Hemos abierto en Uruguay geant.com y actualizado devoto.com para llevar la mayor parte de estos aprendizajes a los demás países. En los negocios complementarios, los servicios financieros en Tuya tuvieron un año muy positivo. Formalizamos el *Joint Venture* con Bancolombia con una participación accionaria de 50-50 y en seguros de la mano de Suramericana. Los servicios de viajes conjuntamente con Avianca tuvieron un año muy

positivo y llegamos a 700.000 clientes con Móvil Éxito que es una de las únicas marcas privadas de telefonía móvil en toda América Latina.

Al hablar sobre el negocio inmobiliario, en el negocio de bienes raíces abrimos dos centros comerciales, uno Wajiira en Riohacha y uno en cerca de Medellín, en la vía al aeropuerto. Mediante los dos, se añadieron 35.000 metros cuadrados de SBA para un total de 310.000 SBA para Éxito en Colombia.

Brasil aumentó también los ingresos por bienes raíces en 21 por ciento y llegó a 343.000 metros cuadrados de SBA, y como ya lo dije Argentina añadió 35.000 metros cuadrados de SBA a su actual estructura y llegó 145 metros cuadrados de SBA. Como total esto nos lleva a cerca de 800.000 metros cuadrados de SBA y hace que el Grupo Éxito, a nivel consolidado, sea una de las 10 principales empresas de bienes raíces comerciales en la región y, por supuesto, nos da una gran oportunidad de creación de valor para la Compañía y sus accionistas.

En la diapositiva número 21, presentamos las sinergias. Estamos tomando muy en serio las sinergias. Hemos trabajado con Accenture y con los equipos gerenciales en otros países, pero sobretodo liderados por el Director General Presidente de Brasil y por mí, para generar compromisos en todos los equipos. José Loaiza, el vicepresidente de negocios internacionales, está permanente liderando estas sinergias desde Colombia.

Hemos creado una oficina de integración para seguir de cerca la evolución. Los beneficios iniciales, como ya lo dije llegaron a 5 millones de dólares en especial en las condiciones de compra y de servicios de los proveedores y tenemos 18 proyectos conjuntos, dentro de ellos proyectos de fidelización aprovechando el *know-how* existente en Colombia, las condiciones de compra,

Comentado [GB7]: Consideramos esta cifra es 145.000 m2, favor revisar

especialmente aprovechando las condiciones de Brasil y los nuevos formatos que serán lanzados dentro del *Cash&Carry*.

En las mejores prácticas comerciales vamos – llevamos el formato de proximidad a Uruguay. Estamos promoviendo que el modelo dual de *retail* y de bienes raíces en otros países. El único que no tiene una actividad inmobiliaria activa es Uruguay y en la actualidad los equipos están bajo la ramificación de lo que se hará en lugares tan importantes como (inaudible). Y en el negocio textil, que es un *know-how* claro de Éxito que está siendo llevado a Brasil y Argentina.

En esta reunión, normalmente hablamos de las perspectivas, lo que estamos viendo para 2016. Como saben, somos normalmente prudentes y tratamos de ser prudentes, porque no queremos dar indicaciones erróneas. ¿Qué podemos decir hoy de lo que estamos haciendo - a partir de lo que estamos viendo en el mercado? En Colombia, un crecimiento de un dígito en la línea superior, las ventas mismos metros cada vez mayores entre el 2 por ciento a 3 por ciento y una estabilidad en el margen EBITDA como lo tenemos en torno al nivel de 7,6 por ciento. La expansión de tiendas va a ser entre 20.000 y 25.000 metros cuadrados. Los nuevos gastos de capital serán entre COP300.000 millones y COP350.000 millones y la expansión inmobiliaria a un alto nivel de 17.000 metros cuadrados de SBA; estaremos abriendo Barranquilla y también Viva La Ceja.

En Brasil, esperamos un crecimiento en ventas de alrededor de un solo dígito en su mayoría, obviamente, impulsado por la venta de alimentos, la expansión *retail* de 10 tiendas Assaí, y también con un enfoque en tiendas de proximidad. El presupuesto de inversiones alrededor de COP850.000 millones, con mucho énfasis en la gestión de la reducción de costos en todos los niveles. Esta es una oportunidad durante las dificultades económicas de Brasil para que la Compañía pueda ponerse en forma y nuestra gestión en

Brasil con el gran liderazgo de Ronaldo está haciendo un gran trabajo en esta dirección.

Los hipermercados Extra están en la búsqueda de un reposicionamiento en el precio por sección, es uno de los grandes énfasis este año. Las renovaciones continúan realizándose en las tiendas adicionales y también en las tiendas de Pao de Acucar y para mantener el nivel de deuda en Brasil que ha sido una gran fortaleza y continuará siéndolo.

La participación de Uruguay continuará con el formato de conveniencia con un CapEx entre COP100.000 millones y COP150.000 millones, Argentina con el enfoque en el negocio inmobiliario y con un plan para el aumento de 50.000 metros cuadrados de SBA en los siguientes tres años y con CapEx este año entre COP40.000 y COP 60.000 millones.

Por último, lo que diría es que sentimos que los últimos cuatro meses han sido intensos para todo el mundo en la Compañía y en otros países. La consolidación fue un muy buen trabajo y quiero dar las gracias especialmente a nuestro equipo financiero y a nuestro equipo de contabilidad por haber logrado esta enorme tarea. Creo que mi equipo internacional está trabajando muy duro en las sinergias y estoy viendo los primeros resultados con mucho optimismo y realmente creo que estos números que estamos entregando en tres países muy fuertes y un país que es resiliente a los precios y está actuando para construir nuestro camino hacia el futuro es lo que queríamos ver y es lo que hablamos este año, es lo que va a entregar valor para ustedes, los accionistas de la Sociedad.

Con esto finaliza esta parte de la teleconferencia ahora podemos pasar a la sesión de preguntas y respuestas.

Operadora: En este momento, me gustaría recordar a todos que con el fin de hacer una pregunta, simplemente pulse asterisco y el número uno en el teclado del teléfono. Si desea retirar su pregunta presione la tecla numeral. Haremos una pausa por un momento para compilar la lista de preguntas. La primera pregunta viene de la línea de Andrés Soto, de Santander.

Andrés Soto: Gracias por su presentación y también por la presentación de datos adicionales proporcionados hoy, son muy bien recibidos. Mi pregunta está relacionada con el apalancamiento. Basándonos en su propuesta de dividendo y teniendo en cuenta su previsión de gastos de capital y del esperado *spin-off* de los activos inmobiliarios de Colombia este año, ¿Qué espera del índice de deuda neta a EBITDA del Éxito en el nivel de *holding* a fin de año y de acuerdo con esto ¿Cuál es su suposición para la distribución de dividendos de CDB?

Filipe Da Silva: Nuestro pronóstico en términos de deuda neta sobre EBITDA para el final del año, como hemos mencionado anteriormente, creemos que vamos a estar por debajo de 3 veces, OK, en el nivel de *holding*. Es lo que -

Andrés Soto: ¿Así que menos de 3 veces a nivel de *holding*?

Filipe Da Silva: Si.

Andrés Soto: ¿Y eso supone el *spin-off* de los activos inmobiliarios?

Filipe Da Silva: No, todavía no.

Andrés Soto: No, todavía.

Filipe Da Silva: En estos momentos, no. Ya que no tenemos los datos finales etc., Andrés, no. En el momento en que tengamos la perspectiva completa de esto, lo haremos saber.

Andrés Soto: OK. Y sólo para que quede claro, la presunción de gastos de capital para Colombia refleja - es lo que ustedes están pensando invertir por este vehículo o es --?

Filipe Da Silva: Sí, Andrés, es - Son COP300.000 millones- COP350.000 millones que Carlos Mario habló es solo para *retail*, OK. En lo relativo al negocio inmobiliario, sería año completo, financiado por el vehículo.

Andrés Soto: Está claro ahora. Y, finalmente, sobre los dividendos de CDB, ¿Cuál es su proyección?

Carlos Mario Giraldo: Nuestra hipótesis es que tendremos un índice de distribución de dividendos del 50 por ciento y, por supuesto, todo dependerá del resultado de CDB este año. Sin embargo, una decisión que fue tomada, y, es parte de los movimientos del gobierno que se adaptaron, fue que la distribución de dividendos fue llevada de un 25 por ciento a un 50 por ciento.

Andrés Soto: OK, perfecto. Muchas gracias.

Operadora: La siguiente pregunta viene de la línea de Andrea Teixeira, de J.P. Morgan.

Andrea Teixeira: Sólo quiero volver a esta pregunta del flujo de caja. Es decir, si he entendido bien, quiero decir, ustedes han estado y desde que cubro CDB y (inaudible) y todas las operaciones en Latinoamérica, me refiero a mí me suena que ustedes está cortando gastos de capital en toda la región, que están aumentando dividendos. Quiero decir, ¿Cómo debemos - y, obviamente, están tratando de hacer esto en una empresa inmobiliaria. Es decir, ¿Cómo debemos mirar esto en el largo plazo?

Quiero decir - y también, obviamente, ustedes se enfrentan a mucha mayor competencia y todo eso, por lo que necesito nos ayuden a conciliar el corto plazo con el movimiento estratégico a largo plazo que la Compañía está haciendo, porque entiendo que para ello van a tener recortar gastos de capital - quiero decir, ustedes tendrán que ser muy prácticos en el año 2016 con el fin de hacer que no se rompan los acuerdos porque estoy asumiendo que la deuda neta EBITDA en el nivel del Éxito superará los acuerdos.

Nos puede ayudar a conciliar esos acuerdos y la forma en que debemos mirar al año 2016 y cuál es su proyección para esta operación inmobiliaria de COP200 millones. Así se predijo con la puesta en marcha del negocio inmobiliario y se habló de inversión privada, puede también explicar ¿cómo será esta empresa inmobiliaria?

Comentado [GB8]: Revisar cifra, consideramos es 200,000 millones

Carlos Mario Giraldo: Ok. Andrea, muchas gracias por su pregunta y voy a responder por partes. En primer lugar, los gastos de capital en las diferentes divisiones han sido muy razonables y están siendo inferiores a los del año pasado. Como se ve en Colombia, CapEx estaba cerca de COP500,000 para el *retail* el año pasado. Va a estar entre COP300 millones y COP350 millones. Vamos a pasar de 36.000 a entre 20.000 y 25.000 donde una de las tiendas está completamente financiada, gracias al seguro que estamos recibiendo, eso es para Colombia.

Comentado [GB9]: Revisar...creemos es 500,000 millones

Comentado [GB10]: igual

Comentado [GB11]: revisar

Comentado [GB12]: Revisar

Comentado [GB13]: Revisar

En Brasil, es igual, los gastos de capital el año pasado fueron algo así como BRL2.000 millones y están bajando a BRL1.000 millones, por - y hay un mucha atención, el enfoque se está haciendo sobre Assaí y en proximidad y no en otro formato. Así que ha sido invertido en la dirección en la que va el mercado.

En otras palabras, se trata de una menor inversión en sostenibilidad de la operación y también en las tiendas de proximidad, que son como el CapEx y

en Argentina estamos trabajando más en el negocio inmobiliario que provee un alto retorno a la inversión y que sólo será de entre COP40.000 millones y COP60.000 millones.

En el sector inmobiliario suponemos que el vehículo inmobiliario hará que la financiación de grandes proyectos como Barranquilla, como (inaudible), como Copacabana en el futuro, será mediante los inversores de bienes raíces y el nuevo efectivo con que se creará este valor y Éxito va a obtener una gran cantidad de los beneficios por ser un accionista mayoritario de este vehículo, pero por supuesto compartiéndolo con nuestros nuevos inversores.

Por lo que creemos – sobre dividendos, hablaré ahora sobre dividendos. Los dividendos responden a un aumento importante en la utilidad neta de la Compañía y el índice es de alrededor del 52 por ciento, el cual está inclusive por debajo de índices que hemos tenido en el pasado entre 54 por ciento y 56 por ciento. Así que creo que también - todo se hace por decisiones muy razonables. Y, por supuesto, no podemos decir esto para Colombia y para los demás países, estamos buscando alternativas para expandirnos en el *retail*, con inversiones con CapEx muy bajos y el programa Aliados es uno de los proyectos que ha demostrado ser muy, muy exitoso en este sentido.

Preguntabas sobre el vehículo inmobiliario. Estamos trabajando intensamente él. Estamos en el proceso de hacer la investigación de mercado sobre los inversores potenciales, tanto en Colombia como en otros países, inversores internacionales. Y hasta ahora hemos visto un gran interés debido a que los activos dentro de Éxito son activos muy, muy interesantes con una marca importante. Y está claro que hoy en día somos la primera operadora inmobiliaria comercial en Colombia.

Andrea Teixeira: Pero sólo para conciliar, y agradezco la explicación, pero ustedes tuvieron depreciación del orden de COP515.000 millones. Su plan de gastos de capital

está en realidad por debajo, ¿correcto?, convertido en pesos para todo el Grupo, ¿verdad? Sólo quiero aclarar si van a invertir menos que la depreciación en el año 2016.

Carlos Mario Giraldo: Andrea, creo que en la vida no siempre uno puede hacerlo todo. Es decir, debes tomar decisiones. Y tuvimos nuestra inversión CapEx del año pasado por encima de COP5 billones. No puedes hacer eso todos los años. Debemos organizar la casa para hacer la consolidación, para capturar el valor y seguir adelante.

Dicho esto, también hay que proteger algunos mercados clave. En Uruguay y Argentina no tendremos ningún problema con los mercados en los que estamos centrados. Y en Colombia, creo que tenemos una oportunidad muy importante con Super Inter. Si nos fijamos en el año pasado, lo hicimos entre Super Inter y Éxito, tuvimos 90.000 metros cuadrados de expansión, más que cualquier otro competidor. Pero no podemos hacer eso todos los días, todos los años. Este es un año para seguir consolidando Super Inter, para continuar con Aliados, con 20.000 metros cuadrados centrados en la marca Éxito en las ciudades intermedias y en las oportunidades para Carulla.

Andrea Teixeira: No, eso lo entiendo. Quiero decir, no me malinterprete. Quiero decir que creo Brasil fue donde hubo que invertir, ya que ustedes son los únicos - por otra parte están anunciando que van a renovar las tiendas en Brasil. Cuando se acelere la renovación para cumplir con Extra (inaudible) adicional. Ustedes tienen 25 por ciento de las tiendas renovadas, ahora quieren seguir con ello.

Si recorta los gastos de capital, en Brasil van a invertir menos que la depreciación e incluso para todo el Grupo, no estoy diciendo expansión de CapEx, estoy hablando del mantenimiento del CapEx. Entiendo que, obviamente, sus índices de apalancamiento están muy altos, pero lo que quiero decir - quiero comprobar que esto es cierto. Estoy haciendo la

matemática aquí y veo que van a invertir menos que la depreciación a nivel consolidado es correcto, ¿es esto cierto?

Carlos Mario Giraldo: Sí, es importante entender también que cuando se invierte en proximidad, y este es uno de los enfoques de Brasil, su CapEx es menor. Y en segundo lugar, que el resto de la inversión se va a centrar en Assaí, que tiene - que está teniendo un retorno de la inversión muy interesante. Cuando usted está pasando por una situación, la situación de Colombia como la de Brasil, no se puede caer en el juego de invertir en cualquier oportunidad que aparezca. Hay que ser cautos, y GPA ha tenido una gran fortaleza con su posición de efectivo y queremos que siga siendo así. Y, por supuesto, vamos a mostrar cuándo las oportunidades estén ahí y dónde y cuándo los tiempos sean mejores que los del mercado actual.

Andrea Teixeira: OK. Muchas gracias Carlos.

Operadora: La siguiente pregunta viene de la línea telefónica de Joaquin Ley, de Itau.

Joaquin Ley: Gracias por la teleconferencia. Tengo varias preguntas. El primero tiene que ver con la evolución macro reciente en Brasil, y el crédito mercantil o *Goodwill* (préstamo....) que aparece en su balance, ¿Qué tan cómodos se sienten con las pruebas ambientales que supongo están realizando?

Filipe Da Silva: En cuanto al deterioro, en realidad estamos todavía a hoy realizando el EBITDA. Por lo que la evaluación del *Goodwill* final se tardará hasta septiembre de 2016, Ok. Tan solo realizaremos pruebas de deterioro, en pleno (inaudible), OK. Hasta ahora yo te diría que no prevemos ninguna debilidad en ello, teniendo en cuenta que hemos tomado supuestos bastante buenos durante la inversión que hemos hecho, para la evaluación de esta transacción. Pero hoy en día, es demasiado pronto para darle una visión más clara porque todavía estamos evaluando el valor del *Goodwill*.

Joaquin Ley: Ok. Así que si he entendido bien, por el momento se sienten bien sobre lo que están viendo en el balance, ¿verdad?

Filipe Da Silva: Si.

Joaquin Ley: Ok. Gracias. La segunda pregunta es con respecto a su proyección de ventas mismas metros en Colombia para el 2016. Es decir, ustedes mencionaron un crecimiento de 2 a 3 por ciento frente al desempeño plano en el año 2015. Así que me preguntaba qué es lo que los está haciendo más optimistas acerca de 2016 en relación con 2015, cuando no parece que la macro dinámica va a mejorar en absoluto en Colombia este año, en comparación con el último.

Carlos Mario Giraldo: Sí, voy a responderle. Una gran cantidad de personas está siendo pesimista en Colombia por causa de la devaluación, la inflación, la confianza del consumidor, el déficit del fiscal, la caída en los ingresos petroleros, la reforma tributaria, etcétera. Creo que todo esto es correcto, pero, al mismo tiempo estamos viendo que el crecimiento económico sigue siendo entre 2.5 por ciento y 3 por ciento y no ha caído.

Segundo, vemos como la producción industrial está creciendo por siete períodos consecutivos, lo que no hemos visto antes, es un impacto secundario procedente de la devaluación. Así que vamos a ver mucho más producción industrial en Colombia. Y recordemos que los empleados industriales son nuestros clientes.

Tercero, estamos viendo un ingreso muy interesante en Colombia por efectos del turismo. La última temporada turística fue increíble. A duras penas había una habitación en un hotel o espacio en los llanos y eso es muy importante también para nuestro negocio. La infraestructura de cuarta generación está despegando y eso es importante. Estamos viendo algo muy interesante región

por región. La Costa Caribe sigue con muy buen desempeño como en los últimos años.

Cali se está recuperando de una manera que nunca habíamos visto en los últimos años. Y creo que mucho del nuevo optimismo en Bogotá, proveniente de una medida muy importante como (inaudible) también va a ayudar a la inversión. Y, por supuesto, cuando hablamos de esto, estamos hablando de lo que estamos viendo hasta a la fecha y por el momento son solo dos meses, pero no son meses malos.

Joaquin Ley: Ok. Gracias. Y por último, si me lo permite, nos puede recordar ¿Cómo están los acuerdos de deuda de la *holding* hoy?

Filipe Da Silva: Gracias por la pregunta, Joaquín, porque quería hacer algo de precisión en eso. En cuanto a los acuerdos, tenemos un acuerdo para la recaudación del préstamo (inaudible) y, a nivel consolidado, Ok. Tenemos que comparar este acuerdo a la deuda de 0.35 veces durante el año. Así que este acuerdo para el 2015 fue de 4,5 veces. ¿Ok?

Joaquin Ley: ¿4.5 consolidado?

Filipe Da Silva: Perdón, 3.5 veces. 3.5 veces, OK, en comparación con, si, de 3.5 veces comparado con 0.35 veces. Por lo tanto, significa que ese acuerdo estamos, yo diría, totalmente fuera de riesgo, Ok.

Joaquin Ley: Ok. Y, por supuesto, supongo que en ese índice de apalancamiento consolidado de 0.35 veces, no se está considerando los descuentos de las cuentas por cobrar de CDB, ¿verdad?

Filipe Da Silva: Si, si.

Joaquin Ley: ¿Lo estás considerando?, ¿O, no lo estás considerando?

Filipe Da Silva: Exactamente. No, no, no, no los estamos considerando.

Joaquin Ley: OK. Muy bien. Muchas gracias.

Operadora: La siguiente pregunta viene de la línea de (Juan Serrano), (inaudible).

Juan Serrano: Tengo tres preguntas. La primera es sobre el margen EBITDA en Colombia. Quiero entender el crecimiento en el margen en este trimestre, ¿Cuánto proviene del negocio inmobiliario? Y sobre el rendimiento neto de los ingresos, hemos visto un crecimiento plano en el trimestre, por lo que quiero entender qué espera para los próximos trimestres teniendo en cuenta que ahora está consolidando varias operaciones y que no vemos el crecimiento de estos indicadores.

Y sobre el margen EBITDA en Brasil, hemos visto una disminución en el margen de esta compañía. Por eso quiero entender ¿Qué esperan para los próximos trimestres y cuándo ven una mejora en el margen de esta empresa? Muchas gracias.

Filipe Da Silva: Así que en cuanto a la divulgación del negocio inmobiliario, no lo podemos divulgarlo. Lo que puedo decir es ¿Cuál es la participación de los negocios complementarios en el resultado de la utilidad operacional recurrente total de la Compañía en Colombia y aquí estamos más o menos que es un 20 por ciento - en torno al 20 por ciento, el 25 por ciento de participación ¿Ok?

Carlos Mario Giraldo: Y sobre el margen ajustado EBITDA en Brasil, voy a repetir lo que GPA dijo para el año 2016, es decir, en Multivarejo para mantener el mismo nivel de 2015, alrededor de 7 por ciento o por encima, en Assaí para mantener

la ganancia marginal y de los niveles que tiene de 4.2 o superior y Via Varejo mantendrá el mismo nivel de 2015.

Juan Serrano: Ok. Muchas gracias. Y sobre el desempeño de la utilidad neta, por lo que podemos esperar – ¿Lo vemos creciendo en el próximo trimestre o debe ser plano, como el rendimiento de este trimestre?

Carlos Mario Giraldo: En la utilidad neta, creemos que vamos a tener una ligera disminución en el año y en el primer trimestre, por supuesto, también tenemos el impuesto al patrimonio y otras cosas extraordinarias que decir. Así que no podré dar un número para el primer trimestre, pero también tenemos algunos aspectos positivos y por el momento lo que estamos viendo es una buena actuación en la parte operativa para el primer trimestre, y creemos que para el último trimestre y durante todo el año una ligera disminución en la utilidad neta.

Juan Serrano: OK. Muchas gracias.

Operadora: La siguiente pregunta viene de Miguel Moreno, de Larrain Vial.

Miguel Moreno: Felicidades por el resultado, y gracias por aceptar mi pregunta. Tengo dos preguntas. La primera es sobre el margen bruto en Colombia. Ustedes registraron una mejora positiva de 120 puntos básicos, a pesar del hecho de que tuvieron menores ventas en no alimentos. Así que me preguntaba, podrían dar - por lo que yo sé las ventas no alimentos tienen márgenes más altos, principalmente en textiles.

Así que a pesar de que tendrán una combinación de negocios menos favorable, mejoraron su margen bruto. ¿Nos podría dar más detalles sobre eso y si es correcto, mejoraron sus márgenes brutos en el negocio de alimentos y cómo fue esto posible? Fue- una tendencia diferente en comparación con lo

que hemos visto antes, por lo que va a ser posible en los próximos trimestres, ¿Qué fue lo que hicieron?

La segunda pregunta está relacionada con el negocio inmobiliario y el anuncio de que va a ser una inversión privada en donde van a recaudar \$200 millones de dólares. ¿Podría darnos más información sobre el tema y porcentaje de dilución que están esperando en esta sociedad de \$200 millones de dólares que será comparado por estos inversores, cuál será su participación? Gracias.

Carlos Mario Giraldo: Sí. En primer lugar, es importante ver que la mejora de 120 puntos base en el margen bruto sucede en el último trimestre, y el último trimestre fue muy positivo para no alimentos. Y en no alimentos, los textiles tienen el mayor margen para la Compañía. Así que fue la combinación de textiles, número 1; número 2 del negocio inmobiliario e ingresos financieros y de seguros.

Y, finalmente, el hecho de que la temporada navideña tuvo ventas muy dinámicas de productos frescos, especialmente los productos frescos que se utilizan para celebraciones. En su conjunto, cuando vamos al margen bruto, la mejora es de 10 puntos básicos. Lo que vemos es que el impacto negativo de la mezcla que teníamos de la consolidación de Super Inter se vio contrarrestado muy bien por los ingresos procedentes de otras empresas, en particular de lo inmobiliario.

Cuando se piensa en esto y cuando se piensa en lo que podría estar sucediendo en el resto del mercado que se expone en gran medida a estos segmentos, aquí se ve realmente la fortaleza del modelo de negocio de Éxito que permite ser altamente competitivo en el mercado, altamente agresivo en descuento, siendo el líder en el segmento de descuento y al mismo tiempo mantener los márgenes que el resto del mercado no tiene.

Como se puede creer también, la fuerza de la posición de mercado de Éxito le permite tener una condición de negociación muy positiva con los proveedores. Y en el sector inmobiliario lo que puedo decir, no puedo darle un número de cuánto estaremos diluyendo, lo que puedo decir es que vamos a mantener por lo menos 50 más 1 del vehículo y la decisión acerca de cuál es el porcentaje, dependerá de acuerdo con las condiciones del mercado que veamos.

Miguel Moreno: OK. Gracias. Eso fue muy útil.

Operadora: La siguiente pregunta viene de la línea de (Herman Sunia), de Bancolombia.

Comentado [GB14]: Revisar el nombre

(Herman Sunia): En primer lugar quiero preguntar acerca de - ¿Si usted puede darnos un poco de perspectiva de lo ustedes creen fueron las razones por las que Ripley salió de Colombia? ¿Están ustedes – ellos están dejando seis tiendas, tal vez están planeando hacer algo allí o cuál es su opinión con respecto a esa decisión de uno de sus mayores competidores en el segmento no alimentos en Colombia?

Y mi segunda pregunta es en relación con la operación en Colombia, digamos que la inflación es muy alta en este momento y sus ventas mismos metros durante el cuarto trimestre mejoraron en comparación con los tres primeros trimestres de 2015. Ahora que hemos visto los dos primeros meses de 2016, ¿Que puede decirnos sobre el rendimiento de las ventas mismos metros para este año? ¿Están esperando ser, no estar, por debajo de la inflación o - si nos puede dar un poco de información de sus expectativas en Colombia?

Carlos Mario Giraldo: Cuando pienso en la salida de Ripley del mercado colombiano después de estar - después de haber hecho una gran inversión así como también un importante esfuerzo comercial, me siento muy mal. Creo que no son buenas noticias, no sólo para la empresa, sino para el país, y pienso lo mismo cuando pienso en La Polar, y las noticias procedentes de Mango etcétera, no son buenas noticias. Y, por supuesto, las razones, no puedo entrar

en ello, ya que pertenece a cada empresa tener su propia respuesta. Pero realmente creo que tenemos que pensar en la importancia de las posiciones de líder en el mercado y que el mercado de Colombia no es fácil entrar y que no es fácil de obtener el control de una manera rentable del mercado colombiano.

Hay muchos que están haciendo mucha expansión, pero que pierden dinero, sin embargo realizar expansión y obtener un margen EBITDA del 7.3 por ciento debe tener algún mérito. Y la posición de liderazgo de una empresa como Éxito tiene mucho que ver con eso. Sobre la inflación, sí, creo que hay inflación, por supuesto, sobre todo en alimentos, y especialmente en los productos frescos.

Lo que estamos diciendo es que estamos esperando ventas mismos metros entre 2 y 3 por ciento, por lo menos para este año y queremos ser prudentes, porque no sabemos lo que va a pasar, no creo que sea fácil conseguir ventas mismos metros al nivel de la inflación debido a la expansión que está teniendo el mercado y porque al mismo tiempo, los minoristas, estamos siendo una contención de esa inflación.

Nuestro índice de costo es más alto que el precio al consumidor. Y lo que tenemos que hacer es trabajar sobre la productividad y también en las condiciones de negociación, y eso es lo que Éxito está haciendo hoy. Para ser claro en la respuesta, no creo que las ventas mismos metros estarán en el nivel de la inflación, pero creo que van a ser por lo menos entre el 2 ó 3 por ciento de lo que estamos viendo hoy.

(Herman Sunia): Gracias. Y si se me permiten tener una última pregunta, están hablando de un programa piloto en la división textil en la región cafetera de Colombia. Durante el cuarto trimestre vimos en la presentación que una de las razones de la expansión del margen bruto fue la mejora de las divisiones textiles, tal vez

nos puede hablar un poco más sobre este programa piloto, ¿Cuál podría ser el impacto en los márgenes o un poco más de información sobre eso?

Carlos Mario Giraldo: Sí, lo que estamos viendo es que cuando se pasa de una temporada alta a una baja, una agresiva subida y baja en el mercado textil como lo hemos hecho con normalidad, que es el negocio normal, no sólo para el Éxito en Colombia, sino para todo el mercado incluyendo los especialistas en textiles a un precio bajo todos los días, la conclusión que obtuvimos por parte del piloto es que se reduce el margen, pero incrementa mucho más sus ventas y que al final los pesos que se obtienen en el margen son por lo menos iguales o mejores y se obtiene más tráfico en las tiendas. Este el resultado de ese negocio.

(Herman Sunia): Perfecto, Carlos Mario. Gracias por sus respuestas, muy claras.

Operadora: Su siguiente pregunta viene de (Anacio Choa), de Credit Suisse.

Comentado [GB15]: Revisar nombre

(Anacio Choa): Tengo dos preguntas. En primer lugar, ¿Podría darnos una perspectiva sin entrar en detalles sobre qué tienda o qué formato impulsará el aumento del 2 por ciento a 3 por ciento en Colombia y resultados mismos metros comparables de los resultados que estamos pronosticando, esperan que el formato de descuento siga creciendo, pueden esperar una recuperación dado este programa piloto que se está implementando en el formato (inaudible)? Carulla, supongo que porque Bogotá va a mejorar, obviamente, mejores serán los resultados, pero no sé si nos puede dar una idea de qué esperar en el desempeño de este formato durante el año 2016? Y tendré otra pregunta rápida.

Carlos Mario Giraldo: No es fácil de decir, pero como lo estamos viendo, vemos que descuento se incrementará en cierta medida por encima del resto del formato, pero la buena noticia es que estamos viendo la recuperación de la marca Éxito

y que eso impulsará toda la Compañía. Carulla se mantendrá estable y también una gran cantidad de dinamismo sigue apareciendo a partir de ese sitio de comercio electrónico y estamos consiguiendo un crecimiento muy interesante en el mercado y como saben, el mercado es altamente rentable para el comercio electrónico.

(Anacio Choa): OK, perfecto. Que tasa (X-tasa) esperan en Colombia y de ser posible de forma consolidada en Éxito para el 2016?

Filipe Da Silva: Es difícil de decir, pero hoy es muy necesario, estamos trabajando con una tasa de cambio de 3.400 por dólar, es lo que estamos pensando.

Carlos Mario Giraldo: Quiero decir algo sobre la devaluación. ¿Cuál es el impacto de la devaluación para el Éxito? Yo diría que tenemos diferentes impactos. Primero en la deuda, muy pequeño debido a que los \$450 millones de dólares, tenemos aproximadamente el 92 por ciento - 93 por ciento actualmente cubiertos, número uno. Número dos, en nuestras ventas creo que crea inflación, y por supuesto puede golpear nuestras unidades, pero ayuda a las ventas en pesos.

La tercera cosa que es importante es la dependencia que tiene Éxito en las mercancías importadas. Importa sólo entre 6 y 8 por ciento de los textiles totales y productos para el hogar, y en productos de cuidado del hogar, compramos productos que son importantes de proveedores como Procter & Gamble o Unilever, y, obviamente, la traducción de los precios nacionales a nuestros costos será el impacto. Pero la exposición directa a la tasa de cambio es muy baja en Éxito, diría más baja que casi cualquier minorista en Colombia.

(Anacio Choa): OK. Muchas gracias.

Operadora: La siguiente pregunta viene de Mauricio Restrepo, de BTG Pactual.

Mauricio Restrepo: Dos preguntas de seguimiento, la primera en el crecimiento del EBITDA. Si tal vez pudiera profundizar más sobre el desglose del crecimiento del 15 por ciento, ¿Que parte proviene del negocio inmobiliario? Y el segundo sobre el vehículo inmobiliario, Si pudiera comentar sobre los pasos que debe seguir para cerrar una negociación. Como usted ha mencionado que espera alcanzarlo al menos en el tercer trimestre, me preguntaba ¿A qué velocidad tienen que trabajar para hacer eso?

Carlos Mario Giraldo: Por el momento el resultado del vehículo va a tener un impacto en el EBITDA porque mientras mantenemos el control, va a ser consolidado, totalmente consolidada en la Compañía. Pero no puedo dar directrices al respecto. Informaremos en el futuro a medida que veamos lo que va a pasar con el vehículo. Así que quiero tener cuidado con eso. En lo que tiene que ver con la fecha, creemos que como estamos viendo el proceso, se concluirá a finales del primer semestre o durante el tercer trimestre.

Mauricio Restrepo: Sin embargo, se puede explicar más sobre el proceso de cuándo espera tener una banca de inversión en el proceso, o van a crear una empresa nueva, ¿Cuáles serán los pasos que tendrá que seguir para completar el proceso?

Carlos Mario Giraldo: Lo que puedo decir es que tenemos ya la banca que trabaja desde hace cuatro o cinco meses, que estamos muy activos en el modo de ejecución, pero, francamente, no es fácil dar un momento final, ya que hay que hacer una gran cantidad de papeleo. Lo que puedo decir es que nuestros activos no suponen un problema, ya que son maduros, son jurídicamente viables, ya tienen las valoraciones correctas, son atractivos para los inversores. Por lo que tendrá que hacerse un proceso normal de este tipo en el mercado, lo que se necesita es tiempo para estar bien hecho.

Mauricio Restrepo: OK. Muchas gracias.

Operadora: No hay más preguntas en estos momentos. Sr. Giraldo, ¿Tiene comentarios finales?

Carlos Mario Giraldo: Sí, me gustaría decir que esta es la primera vez que hablamos teniendo un perímetro diferente para Éxito. Creo que el paso histórico que hemos tomado es un cambio en el negocio para la Compañía como lo fue en el año 2000, cuando la compañía compró a Cadenalco y se convirtió durante mucho tiempo, y hoy sigue siendo, líder claro en el mercado colombiano, es algo similar en escala a lo que se hizo en ese momento, solo que ahora en el ámbito Suramericano.

Lo que creemos también es que hoy en día el esfuerzo de consolidación está en curso de una manera muy seria que hemos (comenzado) para capturar sinergias y que los proyectos están ahora en marcha, y que lo más importante también, y para mí una de las más importantes sinergias, es la movilidad de nuestros gerentes alrededor de nuestras diferentes divisiones y como han visto se han venido tomando todas las decisiones adecuadas. Continuamos siendo ahora, de una manera consolidada, un minorista muy fuerte en la región, 3.8 millones de metros cuadrados de venta al por menor; 2.606 tiendas en los cuatro países.

Tenemos una gran oportunidad para la creación de valor del negocio inmobiliario, y estamos empezando en pequeño con la mitad de los activos de Éxito en Colombia, pero - para el futuro tenemos otros pasos a seguir con el resto de los activos de bienes raíces, centros comerciales y galerías en Colombia, además de otros países donde las cosas se pueden hacer de manera similar. Creemos que tenemos que seguir fortaleciendo nuestro único canal en el liderazgo latinoamericano y eso significa trabajar con la rentabilidad de los sitios web, sobre todo para el comercio electrónico en Brasil, que es una de las grandes prioridades de toda la organización.

Hoy podemos decir que tres de los cuatro países tienen márgenes probados de EBITDA para este año de consolidación por encima del 7 por ciento que está en el nivel alto para toda América Latina, y aquel que está sufriendo la economía más difícil tiene una cifra consolidada del Éxito del 5 por ciento, lo cual es razonable teniendo en cuenta los de Brasil y la posición de liderazgo que tenemos en Brasil.

Y por último hay que mirar la historia de Éxito, cuando Éxito hizo lo de Cadenalco o con Carulla o (inaudible) o Super Inter o cualquier otro tipo de adquisición, siempre ha ofrecido valor. Por supuesto hay que esperar un tiempo porque hay mucho trabajo por hacer, pero estamos trabajando en eso y creo que pueden esperar que vamos a dar más noticias sobre los resultados de este trabajo.

Quiero agradecerles a todos por su presencia, por sus preguntas, y por supuesto yo estoy así como el departamento de relaciones con los inversionistas abierto para sus preguntas y comentarios.

Muchas gracias.

Operadora: Esto concluye la teleconferencia del día de hoy. Pueden desconectarse ahora.

FIN