

ALMACENES EXITO, S.A.

Moderadora: María Fernanda Moreno, IRM

30 de octubre de 2014

9:00 a.m. ET (Hora del este de los Estados Unidos)

Operador(a): Buenos días, mi nombre es (Estalani) y voy a ser su operador(a) de conferencia el día de hoy. En este momento, me gustaría dar la bienvenida a todos a la conferencia telefónica de resultados correspondiente al tercer trimestre de 2014.

Todas las líneas se han silenciado para evitar cualquier ruido de fondo. Después de los comentarios de los ponentes, habrá una sesión de preguntas y respuestas. Gracias por su asistencia.

La señora María Fernanda Moreno iniciará la conferencia hoy. Señora Moreno puede comenzar ahora.

Maria F. Moreno: Gracias, (Estalani) y buenos días para todos. Hoy desde el Grupo Éxito, tengo el placer de presentarles al presidente, Carlos Mario Giraldo; y al vicepresidente Financiero y Administrativo, Felipe DaSilva.

La agenda de hoy, como se muestra en la diapositiva número tres, cubrirá los siguientes temas. (Inaudible) Aspectos más destacados de la operación seguido por los resultados financieros consolidados para el tercer trimestre de 2014. A continuación, haremos un seguimiento de la estrategia del Grupo Éxito y concluiremos con una sesión de preguntas y respuestas. Tenemos una presentación para complementar la información discutida durante esta teleconferencia que se encuentra disponible en

nuestro sitio web o en el enlace incluido en el correo electrónico que fue enviado a todos.

Me gustaría cederle la palabra al Sr. Carlos Mario Giraldo para que él pueda compartirle sus comentarios. Adelante.

Carlos M. Giraldo: Gracias María y gracias a todos por asistir a la conferencia telefónica de la empresa. Apreciamos sinceramente su interés.

Durante la primera parte de la presentación, voy a compartir los resultados más destacados de la compañía en el trimestre como pueden verlo en la diapositiva cuatro. En primer lugar el Grupo Éxito se complace en anunciar la aprobación de una de las actividades más importantes desarrolladas este año con Super Inter. La empresa fue notificada en septiembre que la transacción firmada en febrero para adquirir Super Inter fue autorizada por la Superintendencia de Industria y Comercio de Colombia.

Seguida cuenta, la Autoridad de Defensa de la Competencia revisó y aprobó la adquisición de Super Inter bajo los siguientes términos. En primer lugar, la adquisición del Éxito de 19 establecimientos comerciales valorados en COP200.000 millones.

En segundo lugar, la operación por parte del Éxito de un total de 31 establecimientos comerciales durante cinco años con pago anual fijo de (COP10.000 millones).

En tercer lugar la utilización por parte del Éxito de las marcas registradas de Super Inter al Éxito a cambio de una compensación anual pagadera a partir del segundo año del contrato y durante un período de cinco años. Esto representa el 2 por ciento de las ventas netas de las tiendas identificadas con las marcas licenciadas.

Y por último, un Acuerdo de Opción de Compra mediante el cual Super Inter otorga a Éxito la opción de adquirir en 2015, los 31 almacenes pendientes, así como las marcas antes mencionadas.

El Grupo Éxito evaluará si el ejercicio de la opción de compra crea valor para la sociedad y sus accionistas, de acuerdo con las condiciones del mercado y de negocios en el momento de la operación.

Cabe destacar que con el fin de garantizar un entorno competitivo justo en las regiones en donde opera Super Inter, y para mantener relaciones justas con los proveedores, la no objeción de la Superintendencia de Industria y Comercio requiere el cumplimiento por parte del Éxito de las siguientes condiciones.

La primera: vender a un competidor cuatro almacenes conocidas como Super Inter Miracali e Inter Poblado en la ciudad de Cali, el Super Inter Plaza en la ciudad de Pereira y Super Hacienda en la ciudad de Armenia. Las ventas de estas tiendas representan cerca de siete por ciento de las ventas totales de la operación de Super Inter.

Cambiar el formato actual del Éxito Cartago en uno no alimentario, formato exclusivo no alimentario, o su venta en función de la situación competitiva en los siguientes meses, y una correcta ejecución de comercio justo con los proveedores de Super Inter, particularmente los pequeños proveedores en las regiones.

El Grupo Éxito ha comenzado ya con el proceso de ejecución de los contratos de acuerdo con las condiciones descritas anteriormente y la integración de las operaciones de Super Inter bajo su estructura operativa actual.

Hasta hoy, hemos integrado de manera efectiva un total de 13 almacenes, de las 46 que deberíamos estar integrando a finales de año. No ha habido ningún problema importante, todo va según lo previsto y creemos que habremos integrado el número total de almacenes para el 20 de diciembre de este año.

La integración (general) de Super Inter se espera esté terminada antes de finalizar el año, como lo he dicho, y el proceso actual es el siguiente: En primer lugar la inclusión de todos los empleados de Super Inter y del equipo directivo principal a la operación del Grupo Éxito; retener a los empleados de las adquisiciones, mientras alineamos la base de acuerdo a los requisitos operacionales ha demostrado ser exitosa en adquisiciones anteriores, ya que facilita el proceso de integración, al tiempo que reduce la incertidumbre relacionada con las contingencias, las prácticas comerciales etcétera.

Somos optimistas y creemos que trabajando de cerca con los empleados y la gerencia del equipo Super Inter mantendrá el rendimiento del negocio a través del proceso de adquisición, mientras que se prepara la operación para capitalizar las sinergias.

La segunda área de la integración se refiere las tiendas y sus necesidades operativas. En este sentido el Grupo Éxito está recibiendo una a una las tiendas con todos sus activos, incluyendo los inventarios, los accesorios, etc. que están siendo incorporadas conforme a la logística y distribución de redes de Tecnologías de la Información y estructuras del *back office* del Éxito.

Por último, reconocer la posición que la marca Super Inter tiene en el mercado, que se beneficia de una excelente percepción entre los clientes en términos de precio y calidad del producto; las tiendas seguirán operando bajo esa promesa de marca de este modo Super Inter es ahora nuestra cuarta marca líder en el Eje Cafetero y el Valle del Cauca y complementará nuestra presencia en descuentos con Surtimax en Bogotá, (inaudible) y la costa norte de Colombia. Esto significa que vamos a tener dos marcas de descuentos totalmente complementarias geográficamente y también en virtud del portafolio que ofrecen a sus clientes.

Los efectos financieros de esta transacción se verán reflejados en los estados financieros del Éxito una vez efectiva la integración de la

operación del Super Inter. Las ventas de las 46 tiendas se incluirán en el resultado financiero del Éxito de conformidad con el proceso particular de integración de cada tienda.

Con todo, el Grupo Éxito espera beneficiarse de las ventas anuales de más de \$400.000 dólares de Super Inter y del aumento en su área de ventas en cerca de 50.000 metros cuadrados. Esto representará cerca de un 7 por ciento adicional en área de ventas y 3.5 en participación de mercado para el Éxito en Colombia.

En resumen, la consolidación de ambas operaciones mostrará cerca de 41.000 empleados directos, 7 millones de clientes y 4.500 proveedores y la primera vez que el Grupo Éxito llega a las ciudades de Caicedonia, Jamundí y Zarzal en el Valle del Cauca, Circacia y La Tebaida en Quindío y Santa Rosa en Risaralda.

El Grupo Éxito estima que el desempeño operativo de Super Inter con la implementación del plan de negocios creado para esta unidad se beneficiará de la centralización de la logística y distribución, el *back office* y compras bajo la estructura del Grupo Éxito. Se espera que las sinergias alcanzadas permitan aumentar el margen EBITDA de Super Inter entre 200 y 300 puntos básicos en un período de tres años.

Además, el Grupo Éxito se beneficiará de las sinergias provenientes de Super Inter relacionadas con el conocimiento y las mejores prácticas en la gestión de categorías clave como carnes, frutas y verduras que han demostrado ser un modelo ganador en sus tiendas de descuento las cuales, si aplican, podemos encontrar interesantes para replicar en Surtimax y otras marcas.

El acuerdo con Super Inter sin duda fortalece el posicionamiento de Grupo Éxito como principal jugador en el formato de descuento en el eje cafetero, en el Valle del Cauca, que representan el tercer mercado más grande de Colombia en términos de ventas, lo que evidencia la expansión

en el atractivo mercado dominado por los jugadores regionales y refuerza su estrategia para aprovechar ambas oportunidades en Colombia.

Vamos ahora a la diapositiva número cinco para hablar de la expansión orgánica, Grupo Éxito abrió un total de 13 nuevas tiendas en el tercer trimestre de 2014, ocho bajo la marca Éxito, en su mayoría tiendas de conveniencia en ciudades como Bucaramanga, Villavicencio, Puerto Salgar, (Inaudible), además de cinco tiendas Surtimax en los barrios populares de las ciudades de Montería, Cereté, Barbosa, Rionegro y Planeta Rica.

Con la expansión mediante el crecimiento orgánico y excluyendo la adquisición de Super Inter, la compañía llegó a un total de 538 tiendas hasta el tercer trimestre de 2014, geográficamente 484 tiendas en Colombia y 54 tiendas en Uruguay, para una superficie total de ventas de casi 845.000 metros cuadrados. Por tipo de tienda, al final del período, 242 eran tiendas Éxito; 86 Carulla; 154 Surtimax; dos (Home Mart); 24 Devoto; 28 Disco y dos tiendas Geant.

Importantes actividades de marketing desplegadas en el tercer trimestre de 2013, también son dignas de mención. La diapositiva 5 también presenta nuevas características ofrecidas exclusivamente a (marcas), tales como el lanzamiento de una colección exclusiva con nuestra marca privada Bronzini, en alianza con el reconocido jugador de fútbol colombiano, James Rodríguez. A través de nuestra red de tiendas, la colección J10 James para Bronzini Black, llegó a las tiendas de Éxito y Carulla, con 54 referencias de más de 250.000 artículos tales como camisetas, ropa interior y pijamas todos fabricados por nuestra empresa textil, Didetexco.

Del 22 al 24 de agosto la Compañía fue sede de la cuarta edición de “Carulla es Café” con más de 8.000 visitantes. Por otra parte, del 18 al 21 de septiembre la Compañía fue sede de la 4ta feria “Salón del Queso” en Bogotá, con más de 40 mil visitantes, quienes disfrutaron de más de 3 toneladas de queso.

Además, a través del marketing relacional y apoyados por el conocimiento extendido del cliente mediante su base de datos, el Grupo Éxito lanzó por primera vez en Colombia “Cuponmanía” con muy buenos resultados, donde distribuyó 2 millones de estos cupones entre sus clientes, con precios reducidos en categorías específicas, completamente personalizados a sus necesidades a través de micro-segmentación.

Para concluir esta parte de la presentación, nos gustaría compartir con ustedes los reconocimientos que se han hecho al Éxito. La revista de negocios “Gerente” reconoció al Éxito, Carulla y Surtimax en ese orden, como las marcas más reconocidas en la categoría de supermercados en Colombia.

Además, las marcas *top-of-mind* Éxito y Surtimax ocuparon el primer y segundo lugar como marcas más queridas por los clientes. La firma española “Merco” también clasificó a nuestros empleados como los profesionales más cualificados entre las empresas del *retail* en Colombia y en una encuesta realizada por “Invamer Gallup” y publicada por la revista Dinero que se hizo entre profesionales de negocios, pero lo más importante entre los consumidores, quienes reconocen al Éxito como la segunda empresa más admirada en Colombia después de Ecopetrol.

El Grupo Éxito también se ratificó como la única empresa de comercio minorista de Colombia incluida en la encuesta del *Dow Jones Sustainability Index* para Mercados Emergentes, un reconocimiento dado por sus esfuerzos en el mejoramiento de la Responsabilidad Corporativa. Además la Bolsa de Valores de Colombia ratificó las Relaciones con Inversionistas del Grupo Éxito y otorgó un reconocimiento por la adopción voluntaria de mejores prácticas en materia de divulgación de información relevante y gestión de relaciones con los inversionistas.

Moviéndonos ahora a los resultados financieros del tercer trimestre 2014, las cifras consolidadas se ilustran en la diapositiva número seis, incluyen tanto los resultados del Grupo Éxito en Colombia y en Uruguay. Como se puede ver aquí, en el tercer trimestre de 2014, los ingresos operacionales aumentaron 4.1 por ciento mientras que en lo corrido del año el crecimiento alcanzó el 5 por ciento.

En el tercer trimestre de 2014, la utilidad bruta se incrementó 5.6 por ciento y en lo corrido del año creció 4.8 por ciento. La utilidad operacional aumentó 8.5 por ciento alcanzando un margen de 4.3 en el tercer trimestre de 2014, mientras que en lo corrido del año hasta la fecha creció un 8.3 por ciento, entregando un margen de... (Pérdida de audio). La utilidad neta aumentó 16.4 por ciento durante el tercer trimestre y llegó a 3.8 mientras que en lo corrido del año alcanzó un aumento de 9.9 con un margen de 3.5 por ciento.

Este resultado financiero refleja un crecimiento del EBITDA del 2.4 por ciento y un margen de 7.9 por ciento como porcentaje de las ventas en el tercer trimestre de 2014. En lo corrido del año el EBITDA creció 4 por ciento con un margen de 7.7 por ciento.

En la diapositiva número siete, las ventas aumentaron un 4.1 por ciento en el tercer trimestre de 2014 a COP2.62 billones frente a COP2.51 billones reportados en el mismo trimestre de 2013. Las ventas en Colombia en el tercer trimestre de 2014 sufrieron por el de la tasa de cambio, especialmente en categorías tales como electrónicos. Sin embargo, las ventas de categorías no alimentarias fueron parcialmente compensadas por el aumento de las ventas de alimentos que fueron 72 de la mezcla, así como por el buen comportamiento de la promoción Mega Prima.

El crecimiento de las ventas en el tercer trimestre de 2014 incluye el aumento en ventas comparables del 11.2 por ciento en Uruguay en moneda local y una disminución en Colombia de 0.1 por ciento para un consolidado en tiendas comparables de 0.2 por ciento.

Las ventas en Uruguay respondieron bastante bien en el trimestre al consumo interno. Después del lento rendimiento porcentual debido a una disminución en el turismo en el primer semestre del año. Sin embargo, la consolidación de los resultados se vio afectada en 100 puntos básicos, debido a un menor tipo de cambio derivado de la depreciación del peso colombiano y el uruguayo frente al dólar. Por lo tanto el crecimiento en tiendas comparables consolidado excluyendo el efecto del tipo de cambio habría sido positivo en 1.2 por ciento en las ventas de las tiendas para el tercer trimestre de este año.

Hasta la fecha las ventas crecieron 5 por ciento, lo que representó un crecimiento de 9.1 por ciento en las ventas en Uruguay, en Colombia local y luego en el aumento de Colombia en 1.5 para un crecimiento consolidado en tiendas comparables de 1.3 por ciento de las ventas.

El nivel de ventas en Colombia refleja la tendencia moderada en la confianza de los hogares y en el consumo, en la medida en que las ventas minoristas excluyendo el diesel y el gas aumentaron 6.9 por ciento, año corrido hasta agosto, mientras que la producción industrial creció un 1.7 por ciento desde una base negativa de 2.6 por ciento del año pasado.

Adicionalmente, la expansión de la superficie de ventas en el sector minorista, en especial de los actores regionales, ha creado presiones sobre las ventas. Sin embargo, nosotros en el Grupo Éxito continuaremos enfocándonos en nuestra estrategia de expansión responsable, dando prioridad a las aperturas que generen rentabilidad y rápida maduración con el fin de minimizar el impacto de la canibalización y de esta manera continuar con nuestro crecimiento rentable que combina la innovación en la expansión con el crecimiento en los márgenes.

En consecuencia, nuestra expansión en superficie de ventas podría estar por debajo de la expansión del mercado, sin embargo el rendimiento de la empresa, especialmente en nuestro formato de alta calidad nos ha permitido mantener nuestra cuota de mercado y el crecimiento de las

ventas en tiendas iguales. El rendimiento de hipermercado que inevitablemente se dio en términos de las ventas en tiendas iguales en el 2013, está revirtiendo la tendencia y también registró un positivo nivel en tiendas comparables durante el tercer trimestre de 2014.

Al final, nuestra expansión es un efecto combinado de nuevas aperturas orgánicas y la adquisición de Super Inter. El efecto combinado nos dará un notable aumento en la participación de mercado por encima de 300 puntos básicos, aumentando nuestra brecha frente a otros jugadores del *retail* en Colombia. La perspectiva de expansión en alimentos, tanto orgánica y con Super Inter mostrará una expansión entre 9 al 10 por ciento, lo que supera cualquier resultado histórico y el desempeño de nuestros pares.

Continuando a la dispositiva número ocho, podemos ver que la utilidad bruta aumentó 6.6 por ciento en el tercer trimestre en comparación con el mismo período en 2013 y fue 26.9 por ciento como porcentaje de las ventas. La utilidad bruta creció en un entorno competitivo en el que el Grupo Éxito logró invertir en precio y categorías específicas y como resultado de la mayor participación de los negocios complementarios en las ventas, lo que muestra claramente la capacidad de resiliencia del modelo del Grupo Éxito. La Compañía mostró su capacidad de invertir en precios y en el crecimiento en los segmentos de descuento, al mismo tiempo que protegió sus márgenes globales.

Abajo en la diapositiva número ocho, se pueden ver los gastos de venta, generales y administrativos. Son un 22.6 por ciento como porcentaje de los ingresos operacionales e incluyen gastos ligeramente superiores relacionados con las inversiones en actividades *omni-canal* y en la ejecución del plan de expansión de la Compañía. Sin embargo, la Compañía ha logrado operar de manera eficiente lo que se ve reflejado en los gastos de administración y ventas para lo corrido del año, una disminución de 10 puntos básicos al 22 por ciento.

El Grupo Éxito continúa invirtiendo fuertemente en comercio electrónico, en centros comerciales y la expansión del *retail*, en Aliados Surtimax y en otras actividades relacionadas con la integración de Super Inter, a la vez que aumenta la eficiencia operativa.

La diapositiva nueve muestra el aumento de la utilidad operacional en 8.5% durante el tercer trimestre de 2014, en comparación con el mismo periodo de 2013. El margen operacional aumentó 20 puntos básicos al 4.3% como porcentaje de los ingresos operacionales, impulsado por el enfoque de la Compañía en la mejora continua de la productividad y en la eficiencia en las actividades de *retail* en mismos metros para mantener un margen adecuado de rentabilidad y la contribución de los negocios complementarios.

Como se muestra en la diapositiva número nueve, el EBITDA creció 2.4 por ciento en el tercer trimestre en comparación con el mismo período de 2013, de COP200.462 millones a COP205.365. Como porcentaje de las ventas el margen EBITDA fue de 7.9 por ciento en el tercer trimestre de 2014. En lo corrido del año el EBITDA creció un 4 por ciento y el margen se mantuvo en 7.7% como porcentaje de los ingresos netos.

En la diapositiva número 10, podemos ver un crecimiento de los ingresos netos de 16.4% en el tercer trimestre de 2014, en comparación con el mismo período del año pasado. Como porcentaje de las ventas, el margen de la utilidad neta creció 40 puntos básicos de 3.4% a 3.8% en comparación con el tercer trimestre de 2013. El año corrido la utilidad neta aumentó 9.9% y alcanzó un margen de 3.5%.

El resultado financiero neto en el tercer trimestre derivó de un ingreso financiero neto de COP22,755 millones en comparación con un ingreso financiero neto de COP26,444 millones reportados en el mismo período del año pasado. La estrategia conservadora de la Compañía en el manejo de efectivo de los recursos disponibles, continuó con inversiones a corto plazo en el mercado local, a no más de 120 días y calificaciones sobre AA+ para asegurar el nivel más bajo de riesgo de capital.

Los niveles de ingresos netos derivados de la eficiencia operativa y de un ingreso no operacional extraordinario tras la disminución de la participación del Grupo Éxito en Cdiscount Colombia al 49 por ciento. Vale la pena mencionar que el Grupo Éxito continuará la consolidación de esta unidad y que la transacción aprobada con Casino también incluye - discúlpeme el Grupo Éxito no continuará con la consolidación de esta unidad y la transacción realizada con Casino también incluye para esta empresa una participación de 30 por ciento en Cdiscount América Latina y el 0.16 por ciento en el vehículo global Cnova.

La tasa efectiva de impuestos en el tercer trimestre de 2014 disminuyó a 21.2 por ciento en comparación con el 23.3 por ciento registrado en el mismo período del año pasado. Al respecto, es importante mencionar que el Gobierno de Colombia presentó el pasado mes de octubre una ajuste a la última reforma tributaria aprobada en 2012 para compensar la brecha en el presupuesto del país para los próximos cuatro años de cerca de USD53 mil millones. El impuesto recaudado está destinado a financiar este plan y para inversión en educación y otras políticas sociales.

La propuesta incluye cambios importantes como reemplazar un impuesto a la renta actual con un nuevo impuesto sobre el patrimonio, tanto para las empresas como para los ciudadanos (que oscila entre 0.2 por ciento) y el 1.5 por ciento, dependiendo de la retención de capital líquido para el año 2015.

La mayor tasa de 1.5 al impuesto sobre el patrimonio líquido se aplicaría al Éxito si se aprueba de esta manera. Asimismo, la propuesta incluye aumentar el impuesto sobre la renta considerada como (inaudible) de un 9 por ciento a un 12 por ciento y mantener el impuesto a las transacciones financieras conocidas como (4 por mil) para los próximos cuatro años.

Se espera que la propuesta se defina antes de terminar el año. Los efectos de la reforma tributaria sobre la tasa impositiva del Grupo Éxito en 2014 están en línea con los tipos impositivos esperados de entre el 20 al 25 por

ciento. Sin embargo, los efectos de la reforma tributaria de 2015 de acuerdo con la propuesta actual representarán a una tasa efectiva de impuestos para la empresa entre el 30 y el 35 por ciento.

Por favor, vamos ahora a la dispositiva número 11 para discutir el desempeño de los negocios complementarios de la compañía que continuaron ganando participación en el EBIT del tercer trimestre de 2014 de la Compañía en comparación con el mismo período del año pasado. Entre ellos, los bienes raíces continúan como un gran contribuyente a la rentabilidad y a los ingresos beneficiados de las aperturas de Viva Villavicencio y otras galerías comerciales.

En asociación con el Grupo Argos, el centro comercial Viva Villavicencio abrió el pasado 28 de agosto en una de las ciudades más importantes de la región petrolera y minera de la Colombia. Con una tasa de ocupación cercana al 100 por ciento Viva Villavicencio fue testigo de la apertura del centro comercial más grande de una sola planta en Colombia con cerca de 130.000 metros cuadrados de superficie construida y 51.000 metros cuadrados brutos de áreas visibles con un hipermercado Éxito de cerca de 7.000 metros cuadrados.

La construcción de Viva Villavicencio generó más de 1.200 - en la región y creó 145 locales comerciales. Un total de 1.500 parqueaderos, ocho salas de cine y una gran zona de comidas, así como áreas abiertas para que los ciudadanos disfruten. Con la apertura de Viva Villavicencio, el Grupo Éxito alcanzó 10 centros comerciales en Colombia y cerca de 270.000 metros cuadrados de áreas visibles.

Por último, nuestro otro proyecto, Viva (Inaudible) está avanzando en su construcción y se espera que comience a operar en 2016 con una superficie arrendable cercana a 50.000 metros cuadrados. Además de estos proyectos, la Compañía está trabajando activamente en la estructuración de otros desarrollos alrededor de las tiendas existentes y espera completar cerca de 400.000 en todo el espacio visible para el año 2017.

Para concluir, el resultado que presentamos hoy refleja los esfuerzos de la Compañía para operar eficientemente en un ambiente de demanda de consumo moderado y mayor competencia, que es una consecuencia natural de un atractivo entorno de mercado y de negocios en Colombia. La inversión en precios en categorías específicas, tales como carnes, frutas y verduras, mientras que nos concentramos en eficiencia operativa y expansión responsable continuó manteniendo nuestros márgenes de acuerdo a los niveles esperados.

Mayores niveles de ingresos de otras actividades apalancadas en nuestro privilegiado tráfico de clientes, también han mejorado la contribución de las actividades complementarias y ha ayudado a consolidar gradualmente nuestros márgenes y garantizar la rentabilidad global de la empresa en el largo plazo.

La compañía también continúa liderando las tendencias futuras del *retail* mediante el fortalecimiento de sus actividades de un solo canal y crea de esta manera una importante ventaja competitiva en el mercado. Aliados Surtimax aumentó su penetración y alcanzó más de 600 aliados en lo corrido del año. El comercio electrónico continúa posicionando su liderazgo entre nuestros clientes y Cdiscount.com.co en el mercado de descuento, Éxito.com en el segmento de valor mientras Carulla.com en el mercado en línea de alta calidad.

Éxito.com conjuntamente con nuestro sitio Cdiscount y Carulla presentaron una actividad comercial muy innovadora conocida como (el Jueves en línea, *Jueves Online*) en alianza con todos nuestros negocios complementarios y tres socios importantes Avianca, Bancolombia y (Claro). (Jueves Online) impulsó las ventas de tiquetes aéreos, minutos celulares y las pólizas de seguros; los clientes pagan más del 50 por ciento de las compras con nuestra tarjeta Éxito. Por último, los nuevos desarrollos tales como catálogos virtuales disponibles en las tiendas permiten una oferta adicional de productos de precio elevado en las tiendas en un espacio que no permite tenerlos de forma permanente.

El Grupo Éxito cree que la consolidación de su expansión privilegiando aperturas y adquisiciones es el impulsor estratégico de crecimiento en línea con el objetivo de reforzar su liderazgo en el mercado a nivel nacional y regional en el largo plazo. En consecuencia, negocios como Super Inter refuerzan nuestro liderazgo multi-formato, multi-marca, la estrategia de segmentación clara con Carulla en el segmento superior, Éxito en el mercado medio y Super Inter Surtimax combinados en el segmento de descuento.

La transacción con Super Inter sin duda crea sinergias y oportunidades significativas por lo que es un vehículo que aporta oportunidades de creación de valor a largo plazo para los accionistas. El desarrollo de centros comerciales también está haciendo del Grupo Éxito uno de los actores clave del negocio de bienes raíces en Colombia y, además de otros negocios complementarios que continúa el fortalecimiento de la resiliencia de nuestro modelo de negocio.

Hay un mensaje clave que nos gustaría entregar. Éxito mantiene año tras año un margen EBITDA sólido por encima de todos los otros competidores en el país y la mayoría de los jugadores en la región LatAm. También ha logrado una ganancia permanente en la participación de mercado combinando una mezcla de expansión orgánica y adquisiciones.

Hoy el Grupo Éxito lidera cada uno de los segmentos más importantes del mercado. El segmento *premium* con Carulla, el mercado medio con Éxito y el de descuento con la combinación de Surtimax y Super Inter. Además, es el único *retailer* colombiano con una estrategia integral de comercio electrónico y genera ingresos adicionales de crédito inmobiliario y otros negocios. Esto hace que nuestro modelo de negocio sea sostenible en el largo plazo.

Estos son algunos puntos finales, el exceso de efectivo de Éxito se está destinando para el crecimiento a través de la identificación de

oportunidades atractivas y correctamente valoradas. Crecer a cualquier costo es fácil. Sin embargo, hacerlo mediante la adición de valor a los accionistas es nuestro principal objetivo.

Con esto concluimos la presentación de la conferencia telefónica y antes de comenzar la sesión de preguntas me gustaría agradecer una vez más a todos y cada uno por su tiempo, atención e interés en el Grupo Éxito.

Operador, por favor, ¿podemos pasar a la sesión de preguntas?

Operador(a): En este momento, quiero recordarles que con el fin de hacer una pregunta, simplemente pulsan la tecla asterisco y el número uno en el teclado del teléfono. Si desea retirar su pregunta, pulse la tecla numeral. Vamos a hacer una pausa por un momento para compilar el listado de preguntas.

Y la primera pregunta viene de Mauricio Serna con JP Morgan.

Mauricio Serna: Hola, buenos días, gracias por la pregunta. Yo sólo quisiera tener un poco más de ilustración en el desempeño del negocio del *retail* colombiano. Tal vez nos pueda informar si usted considera que en este trimestre hubo un poco más de competencia y pueda proporcionarnos con información sobre las ventas de tiendas iguales en indicadores como el tráfico y el precio - el precio medio de los productos. Y también quisiera saber, ¿por qué los gastos de administración fueron tan altos durante el trimestre? La idea entonces es tener un poco más de contexto en estos temas. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Muy bien. Gracias, Mauricio. Es evidente que el mercado colombiano es hoy en día uno de los más atractivos mercados del *retail* en la región y uno que está recibiendo la mayoría de las inversiones, una realidad no sólo para otros jugadores, sino también para Éxito como podemos ver en la reciente adquisición de Super Inter.

Estamos teniendo una gran expansión impuesta principalmente por el mercado de descuento y especialmente por una tienda de fuertes descuentos conocida como D1 que está habilitando, yo diría algo así

como 12 a 13 mil metros cuadrados por año. Vamos a tener también una expansión de Jerónimo Martins, que creemos que va a abrir un poco más de 40 tiendas este año, algo así como 16.000 metros cuadrados.

Además, estamos veremos la apertura de tres tiendas de PriceSmart para enfocado, pero a la vez muy importante en el segmento de alimentos. Para completar, estamos viendo una expansión de Olimpica, hoy en día el segmento de club de socios, yo diría un nicho muy específico y la segunda empresa en importancia en el mercado del *retail*.

Así que el mercado se está desarrollando principalmente en el formato de club de socios, por el precio de mercado y por los descuentos. Sin embargo, lo que hemos hecho con esto es que, este año, hemos liderado una expansión enfocada de entre 30 a 35 tiendas, principalmente en el mercado de primera calidad con Carulla que, por el momento, está teniendo poca competencia.

Número dos, en proximidad con Éxito Express y la proximidad del nivel medio-alto, yo diría que Éxito Express es el que está haciendo la expansión ya que no estamos viendo ninguna otra expansión importante en el mercado. Estamos planeando tener más expansión en los años siguientes lo que explicaré luego.

Pero siento que la respuesta es adecuada, no abrimos por el hecho de abrir, estamos analizando la canibalización y esa es la razón por la que vamos a enfocar nuestra expansión. Un gran esfuerzo en el segmento *premium* con Carulla, en donde hay una gran oportunidad dado el desarrollo de la población en Colombia hacia segmentos de ingresos altos importante hoy en día en Colombia, asimismo vemos oportunidades en las ciudades donde aun no tenemos presencia hasta la fecha.

Número dos se refiere a la expansión a las ciudades medias, en donde no estamos presentes, estamos hablando de más de 60 ciudades con potencial, algunos con Surtimax o Super Inter y otros con una especie de hipermercado compacto de tamaño medio, bajo la marca Éxito, en donde,

en algunos casos, vamos a tratar de hacerlo con una galería comercial para darle también un valor inmobiliario, para que se convierta en un lugar importante para la población de ciudades intermedias.

Y por último, nos gustaría seguir creciendo cuidando la canibalización, para proteger el formato de descuento donde nos convertimos, afortunadamente, en los líderes sin discusión en el país. Esos son pensamientos sobre la competencia y la expansión.

Con respecto a los precios y clientes, lo que le puedo dar como referencia general es que la mayor parte de las ventas provienen de un aumento del precio final a pesar de que se trata de un aumento, principalmente por el crecimiento en la competitividad del país, este resultado se mantiene claramente por debajo de la inflación; hemos tenido cierta reducción de clientes, lo que es normal debido a la expansión en el mercado, no sólo la expansión de terceros, sino también nuestra propia expansión.

Estos son los principales temas, Mauricio, gracias por su pregunta.

Mauricio Serna: Gracias a usted.

Operador(a): Y la siguiente pregunta viene de la línea de Benjamín Theurer de Barclays.

Benjamin Theurer: Hola, buenos días. Tengo realmente una pregunta y antes que nada mis felicitaciones por los resultados, la transacción con el Super Inter y su aprobación. Una pregunta sobre el negocio complementario, vemos que han estado invirtiendo en el negocio complementario en los últimos meses y ahora con centros comerciales, etcétera, esto significa entrar en un segmento un poco más diferente lejos de lo que es básicamente el *retail* de alimentos. ¿Cuáles son sus planes, digamos en 2015/16 a corto y mediano plazo en cuanto a centros comerciales adicionales, alianzas? ¿Cuáles son sus planes, básicamente, en aperturas, expansión en el negocio complementario y especialmente en el negocio de centros comerciales? Estas serían mis inquietudes. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Gracias, Benjamin. Por su pregunta ya que me da una oportunidad muy importante para hablar acerca de nuestra estrategia en torno a los negocios complementarios.

Nuestra estrategia en el negocio complementario es todo lo que rodea al *retail*. Es por eso que lo llamamos complementario, ya que se está beneficiando, tal es el caso actual con Super Inter en donde cerca de 7 millones de clientes visitan las tiendas en promedio una vez por semana y nos dan oportunidades de negocios en sus 30 a 45 minutos de visita al almacén.

Si tenemos un cliente que pasa por las cerca de 7.000 cajas registradoras y si están listos para usar su tarjeta de crédito o su dinero en efectivo, no tendría sentido no beneficiarnos de las ventas de alto valor, con alta ganancia y alto margen en productos como Garantía Extendida, en donde tenemos un seguro inmediato producto de nuestra alianza con Suramericana, así como productos turísticos que vendemos en Viajes Éxito en nuestra alianza con Avianca y el uso de la Tarjeta de Crédito Éxito, que es un modelo que ha sido muy exitoso en algunos de los canales de *retail* liderados por Éxito.

La diferencia en las estrategias de Éxito es que consideramos que no debemos tener el 100 por ciento de la propiedad. Nosotros no somos los que tenemos el conocimiento sobre la gestión del riesgo y esa es la razón por la cual hemos vendido este negocio de crédito a Bancolombia y nos sentimos muy cómodos de esta manera, ya que cada uno aporta lo que más sabe en el negocio.

Así que en negocios complementarios, recientemente, lo que hemos hecho es realizar transacciones financieras de las tiendas a los bancos, de los bancos a las tiendas, ya que se pueden realizar en las cajas registradoras. Nos hemos convertido también un corresponsal bancario tanto para Bancolombia y el Grupo Aval, lo que nos da un ingreso muy importante cada año. Este año, por ejemplo, estará cerca de los \$4

millones (de dólares), simplemente por los pagos de servicios públicos o sus cuentas a través de las registradoras.

Y comenzamos hace casi un año con una marca privada de telefonía móvil, Éxito Móvil. Esto tiene mucho sentido porque estamos teniendo hasta la fecha una gran, gran transformación de los clientes, en la movilidad y vemos una gran oportunidad en los hipermercados de vender teléfonos móviles y también servicios móviles, mediante esta operación Éxito se convirtió en el primer vendedor de celulares sin ser operador en Colombia. Estos son los negocios complementarios que se benefician claramente de una presencia del cliente en las tiendas o en el comercio electrónico.

Y de los bienes raíces, lo que yo diría es que se está convirtiendo en algo muy importante. Es algo que la compañía comenzó como un objetivo fundamental hace cinco años y hoy estamos viendo los resultados, es algo que toma algún tiempo.

Los principios y la razón de nuestros bienes raíces responden a que contamos con los hipermercados o supermercados con grandes parqueaderos, por lo que podemos generar tráfico a galerías comerciales o centros comerciales, podemos alquilar y luego obtener una mejor rentabilidad de la inversión para nuestros accionistas.

Como sabrán, hemos estado trabajando fuertemente para aumentar nuestro retorno en la inversión para los accionistas, el cual hemos casi duplicado en los últimos cinco años. Pero todavía está por debajo de los estándares que deseamos y una de las grandes estrategias es sacar provecho de nuestros activos. Los activos están ahí y tenemos el tráfico, de esta manera podemos atraer otros comerciantes en nuestros centros comerciales y a centros de compras, los cuales están muy bien localizados en las zonas centrales de ciudades como Bogotá, (inaudible), Cartagena, etcétera.

Ahora los resultados más importantes. Como pudieron observar en la presentación con la apertura de Villavicencio y dos o tres galerías comerciales este año, estamos llegando a 270 mil metros cuadrados de SBA. Y como lo mencionamos en nuestro informe estamos considerando la apertura de entre 40.000 y 50.000 metros cuadrados de SBA adicionales por año que nos permitirá llegar al final de 2017 a un mínimo de 400.000 metros cuadrados de SBA.

Esto es muy importante porque crea estabilidad en ingresos, equilibra también los riesgos que la organización pueda tener y también complementa el tráfico de nuestras tiendas con el tráfico de otras marcas comerciales importantes en Colombia.

Gracias por su pregunta, Benjamin

Benjamin Theurer: Perfecto, muchas gracias, muy claro. Gracias.

Operador(a): Nuestra siguiente pregunta viene de Katina Metzidakis del Deutsche Bank.

Katina Metzidakis: Hola, buenos días a todos. La mayoría de mis preguntas han sido contestadas, pero sólo tendría un par temas adicionales. ¿Podría darnos un poco de luz sobre cómo el mercado informal está reaccionando frente al formal en términos de participación de mercado? ¿Y entonces, tal vez en los mismos términos si pudiera también proporcionar una actualización en el programa Aliados, ¿cómo va, es relevante para las ventas generales?

Y como segunda pregunta, en las últimas conferencias telefónicas no se ha mencionado mucho acerca de un interés potencial y expansión a Centroamérica, como lo habían anunciado en el pasado y me pregunto si esto responde a que tal vez ya no están interesados en la región. Si pudiera hablar de eso y tal vez de cuales otras regiones pueden tener sentido en materia de expansión en el futuro, medio, o largo plazo. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Katina, gracias por sus preguntas y la primera sobre el mercado informal. La informalidad todavía sigue siendo la mitad del mercado de alimentos y de productos de consumo en general en Colombia. Es muy estable. El año pasado fue ganando un poco de participación, hoy se ha detenido, incluso está perdiendo participación, no sustancial, pero pérdida al fin y al cabo. Estoy hablando de la tendencia del año pasado, medida por Nielsen en los análisis generales administrados por Nielsen.

Todavía tenemos alrededor de 400.000 tiendas de barrio en Colombia, que son una parte muy importante de las compras. Principalmente debido al servicio y la proximidad y cosas como crédito informal y algunos relacionados con los impuestos.

Lo que hemos hecho a través de los Aliados es seleccionar de este mercado informal las mejores tiendas de barrio, que podríamos llamar supermercados independientes de entre 80 y 100 metros con uno o dos cajas registradoras y con personas que están dispuestas a pagar buenos salarios, impuestos y seguridad social.

Esto no es una parte muy importante en número, pero una parte importante ventas y creemos que el potencial en el largo plazo es entre 3.000 a 4.000 supermercados importantes. Por el momento, hemos venido trabajando con un número de 500 a 550 por año. Este año, vamos a terminar por encima de 800.

Nuestra estrategia es primero extender, es decir ser capaces de seleccionar los mejores supermercados y en los años siguientes, será profundizar nuestra relación con cada uno de ellos. Por el momento, estamos teniendo *co-branding* que es Aliados Surtimax y estamos vendiendo principalmente nuestras marcas privadas, Surtimax y Econo. En el futuro, vamos a trabajar en la profundización del portafolio de productos que van a comprar de nosotros y, finalmente, también comercializaremos servicios.

Creemos que es una estrategia de valor compartido, que es muy bueno para la reputación del Éxito porque no es bien visto trabajar en contra de las pequeñas tiendas, sino también asociarse y dar lo mejor de ambos; la proximidad con los clientes, la proximidad de la tienda de barrio con el soporte que una organización como la nuestra y un poder de una marca muy reconocida como Surtimax y en el futuro Super Inter, puede ser una buena fórmula.

El segundo tema sobre la expansión internacional. Como usted sabe, sólo hablamos de lo que has hecho en adquisiciones cuando ésta se ha hecho y eso es lo que realmente tratamos de hacer. No nos gusta crear expectativas, no es razonable y no es responsable.

Lo que te puedo decir es que todavía seguimos interesados en la región y que estamos trabajando en un objetivo rentable. Pero al mismo tiempo, lo que hemos aprendido de mirar experiencias *retail* es que adquirir sólo por la adquisición no es un buen negocio. Hemos entendido esto y pensamos que debemos considerarlo solo para negocios que agreguen valor a nuestros accionistas y para una transacción al precio justo.

Déjeme decirle que hay un montón de *retailers* para la venta, pero muchos son demasiado costosos y muchos de ellos no están en la calidad que nos gustaría por lo que queremos ser muy selectivos, pero mi respuesta es clara: nos interesa, estamos buscando, pero vamos a tomarnos el tiempo y en el debido momentos daremos la noticia a nuestros accionistas.

Katina Metzidakis: OK. Gracias.

Operador(a): Y nuestra siguiente pregunta viene de (Hierro Agudelo) con Bancolombia.

(Hierro Agudelo): Sí, hola a todos y gracias Carlos por la presentación y por aceptar mis preguntas. Tengo un par de preguntas. La primera de ellas es que usted dice durante la presentación que está esperando a tener alrededor de 200 a 300 puntos básicos de crecimiento en el margen EBITDA de la

integración con Super Inter. Me preguntaba si usted podría darnos un poco de información dónde estarían las sinergias.

Mi segunda pregunta es si podría darme el número de la expansión inmobiliaria para los próximos años, ya que perdí la conexión cuando usted estaba respondiendo a la pregunta anterior, requiero el número nuevamente. Creo que usted habló de 50.000 metros cuadrados de incremento para los próximos años, algo así.

Y mi tercera pregunta es sobre el impuesto sobre el patrimonio en Colombia. Como usted ha mencionado tener efectivo podría implicar un impacto negativo en relación con el Impuesto sobre el Patrimonio en los Resultados Consolidados del Grupo Éxito.

Carlos M. Giraldo: Hola, (Hierro), perdí parte de su pregunta sobre el impuesto al patrimonio. ¿Podría repetirla por favor?

(Hierro Agudelo): Me preguntaba si usted puede darnos un poco más de información en cuanto a la...

Carlos M. Giraldo: OK, voy a responder las tres preguntas y si me falta algo dado que tenía algunos problemas de comunicación, por favor, puede preguntarme de nuevo.

Voy a responderlas dos primeras y dejaré a María Fernanda la tercera en relación con el impuesto sobre el patrimonio y también a Filipe DaSilva para que ellos dos nos compartan su respuesta.

En primer lugar, en cuanto a las sinergias con Super Inter. Hay una sinergia muy importante. La más importante proviene de las condiciones de compra. El 50 por ciento de las ventas de Súper Inter provienen de productos PGC, es decir productos industriales. La mayoría de ellos son suministrados por grandes proveedores nacionales e internacionales y existe una gran diferencia en las condiciones de compra entre ellos y

nosotros. Así que por la integración en las condiciones de compra de Éxito, vamos a obtener automáticamente una parte de este beneficio.

La otra ventaja viene de la distribución. En la centralización de la distribución de una parte importante de los portafolios de Super Inter. Y la tercera sinergia más importante proviene del *back office*, ya que no vamos a necesitar una parte importante del *back office* que Super Inter tiene en la actualidad.

Sin embargo, debemos ser muy cuidadosos, razón por la cual estamos manteniendo gran parte de la estructura de Super Inter, en lo que tiene que ver con este *know-how* en productos frescos, especialmente en cárnicos. Sólo para ilustrarlos, la carne puede representar en las ventas Éxito, dependiendo del formato, entre 4 a 6 por ciento del total de ventas por tienda. Mientras que en una tienda Super Inter representa cerca del 20 por ciento de las ventas. Por lo que son especialistas en carne y eso es una enorme sinergia, no sólo para la situación actual de Super Inter, sino para el futuro de Éxito en otros formatos como nuestro formato de descuento o nuestras tiendas populares Éxito y nuestra compra de la carne, por lo que vamos a mantener esa estructura para ese servicio.

Esto sobre Super Inter y es por esta razón que dijimos vamos a tener entre 200 y 300 puntos de crecimiento del EBITDA en los próximos tres años. El fundamento que tenemos par esta afirmación proviene de la experiencia de integraciones anteriores, la última fue (Kapram) donde capturamos absolutamente toda la rentabilidad que teníamos en ese momento.

En segundo lugar, sobre las cifras de bienes raíces. Hoy en día, ingresamos con 270.000 metros cuadrados de SBA para el final de este año. Creemos que abriremos entre 40.000 a 50.000 SBA anuales en los próximos años. Probablemente tendremos menos aperturas el próximo año debido a que no tenemos un gran proyecto previsto para el próximo año, pero vamos a tener una gran cantidad de pequeños proyectos. Y luego, en 2016, vamos a tener una gran cantidad de pequeños proyectos,

pero tendremos también Barranquilla que por sí solo sumará cerca de 50.000 metros cuadrados de SBA.

En 2017 vamos a tener una gran cantidad de proyectos medianos y algunos centros comerciales en algunos de nuestros hipermercados; y en 2018, probablemente tendremos un gran proyecto que todavía está pendiente de aprobación, lo que sería (inaudible) centro comercial y tenemos algunos detalles más, que informaremos al mercado en su momento.

Para hablar del Impuesto sobre el Patrimonio, le doy la palabra en primer lugar a Filipe y María Fernanda para complementar.

Filipe DaSilva:

En cuanto a su pregunta sobre el Impuesto al Patrimonio, me informa si me olvido de algo o si me desvíó en la respuesta. En primer lugar, es muy importante mencionar que todavía es un proyecto de ley, por lo que aún no es definitivo. Queríamos, yo diría que con (inaudible) con respecto a eso porque, por supuesto, tendrá un impacto en los próximos cuatro años y creemos que es importante tener esto presente.

Dicho esto, es cierto que tener efectivo, no es necesariamente una buena noticia cuando se está calculando el impuesto sobre el patrimonio. Así que lo que estamos diciendo hoy, no puedo dar muchos más detalles, porque como ya he dicho, no es una ley definitiva. Estamos trabajando con nuestros abogados y con nuestros asesores fiscales con el fin de limitar en lo posible el impacto en los estados financieros de Éxito.

Pero es verdad, pero no queremos gastar este dinero en efectivo debido a una ley tributaria (inaudible) muy rápidamente. No queremos gastar este efectivo sólo por eso, por la reflexión, en cuanto a la forma de optimizar el impacto tributario, pero no diría, por ejemplo, generará un impacto en nuestra percepción sobre la expansión o con las adquisiciones.

(Inaudible) espero haber podido responder su pregunta.

(Hierro Agudelo): Si. Respondió todas mis preguntas. Gracias por las respuestas todas fueron muy claras.

Operador(a): Y la siguiente pregunta viene de Mauricio Restrepo de BTG Pactual.

Mauricio Restrepo: Hola a todos, otra en el tema de la competencia. Ya se comentó sobre las aperturas, pero me gustaría un poco más de ilustración en cómo se ve la competencia en estrategias comerciales, en los márgenes, en ese tipo de cosas. Y también, cómo debemos pensar en las ventas de mismos metros en el cuarto trimestre, que es claramente el trimestre más importante para Éxito.

Carlos M. Giraldo: OK. En primer lugar sobre la competencia, siempre trato de ser muy cauteloso sobre la competencia porque prefiero que cada uno se refiera a su propia estrategia y desarrollo.

Lo que sí puedo decirle es que hoy lo que estamos tratando de hacer es trabajar en los segmentos más importantes de la competencia. Y déjame ponerlo de esta manera. Tenemos un mercado Premium cubierto por Carulla y, probablemente, lo que debemos hacer es conseguir que Carulla siga siempre mejorando, frente a sí misma. Porque en algún momento puede haber cierta competencia, pero estamos tratando de poner a Carulla en un nivel cada vez más alto, especialmente con las reformas y su renovación.

Tenemos también el mercado de la carne con Éxito. Allí tenemos una expansión de (inaudible) y lo que estamos intentando es identificar los servicios intermedios más importantes donde no estamos presentes, y de esa manera fortalecer nuestras posiciones también en otros territorios en los que nuestro mercado no es tan grande, en donde estamos trabajando.

El tercero es la cercanía y allí el único jugador que existe es (Oxxo), pero considero que nuestra estrategia será continuar desarrollando nuestra cercanía a través de Éxito Express y Carulla Express, que es un formato que nos tiene muy contentos y que poco a poco está llegando a la rentabilidad promedio en la organización con un formato muy sostenible.

Por último, las grandes aperturas de los competidores son (inaudible). En el segmento de descuento, creo que va a existir una competencia como lo mencioné antes, con jugadores como D1 o (Inaudible), que son muy buenos jugadores y debemos respetar. Pero diría que la integración y adquisición de Super Inter tiene mucho sentido, porque de esta manera ahora podemos añadir a la participación de mercado de 3.38 por ciento en Colombia de Surtimax una participación de 3.5 de Super Inter para tener un 7 por ciento de participación total en Colombia.

Alcanzamos algo así como cerca de COP750,000 millones en el segmento de descuento lo que nos convierte claramente en líder indiscutible en el segmento de descuento con una participación complementaria (grande) en las regiones entre Super Inter y Surtimax, siempre tendremos que (encontrar), tendremos que (inaudible) con los Aliados, pero tendríamos que (inaudible) al mismo tiempo una gran tarea, y es hacer que el segmento de descuento sea rentable alcanzando un agradable nivel EBITDA mientras competimos contra (la industria).

En el tema de competencia, tenemos otra observación y es que cuando nos fijamos en la competencia también es importante analizar la rentabilidad, allí existe un índice que compara la expansión con la rentabilidad, siempre tratamos de analizar nuestra expansión propia de esa manera.

(No) apertura - por apertura, la apertura debe tener una propuesta rentable para mantener los márgenes de la compañía intactos.

Y por último en el tema de las ventas en mismos metros, queremos ser cautelosos sobre el cuarto trimestre, no quiero enviar un mensaje sobre este tema, sólo quiero que tengamos en cuenta que tuvimos una (inaudible) promoción en octubre, los resultados fueron buenos, pero todavía tenemos por delante la gran temporada de Navidad y aun no vemos los resultados, así que quiero ser cauteloso en este tema.

Las buenas noticias es que el comercio electrónico sigue siendo muy dinámico y al mismo tiempo, durante el mismo período, estaremos integrando Super Inter, vamos a comenzar a ver algunas ventas de Super Inter durante el período.

Mauricio Restrepo: Gracias. Una pregunta más, si me lo permite. Ya ustedes tienen la aprobación de las autoridades sobre el negocio de Super Inter, están considerando el tema de la colección o si ustedes ejercen la colección tendrían que hacer un poco de (inaudible) análisis de la participación de mercado de la competencia para ver si tienen que vender más tiendas.

Carlos M. Giraldo: No, Super Inter (inaudible) ha analizado el negocio completo, así que desde el punto de vista del dueño de las tiendas o el operador de las tiendas, todo el tema de competencia ha sido resuelto, por lo que sólo tendríamos que vender cuatro tiendas y convertir una y, finalmente, - en función de la competencia, (inaudible), pero no se verán afectadas otras tiendas.

Y la opción de pasar de operador a propietario es una opción que está sólo en nuestras manos. Es una opción que depende de Éxito.

Mauricio Restrepo: Muy bien, Mario.

Carlos M. Giraldo: Muchas gracias.

Operador(a): Y nuestra siguiente pregunta viene de la línea de (Lara Salamanca) con (Inaudible) Asociados.

(Lara Salamanca): Buenos días, Carlos Mario, tengo una pregunta relacionada con las importaciones. Dada la reciente (revaluación) del peso colombiano, me gustaría saber cuánto pesan las importaciones sobre las ventas totales del grupo y cuál será la estrategia en términos de precios si esta revaluación continúa en los próximos meses. Usualmente se traduce en aumento en los costos para los consumidores o ¿ustedes están asumiendo los grandes costos?

Carlos M. Giraldo: Lo que puedo decirle es que entre todos los *retailers* en Colombia que tienen algún contenido importante de productos no alimentos, yo diría que el Éxito es el más protegido. Por dos razones; la primera es que nuestra composición de importaciones frente a las ventas totales es cercana al 6 por ciento, por lo que es una pequeña parte de nuestras ventas.

Y la segunda razón es que en los negocios clave como los textiles, producimos nuestro propio producto a través de Didetexco y a través de 320 productores que han sido parte de la red Éxito por largo tiempo y que son sostenibles.

Lo que puedo decirte es que nuestro escenario competitivo más difícil es cuando hay una gran revaluación, pero cuando hay devaluación obviamente podemos sufrir en alguna parte y lo que hacemos es cubrir posiciones en divisas, pero tenemos una ventaja comparativa frente a los demás.

(Lara Salamanca): OK. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Gracias.

Operador(a): Y nuestra última pregunta proviene de José Restrepo con Serfinco.

José Restrepo: Hola, buenos días, tengo un par de preguntas. La primera es que he visto que tienen un ingreso financiero extraordinario durante el trimestre. ¿Podría conocer la tasa de rendimiento promedio que se está logrando de estos valores (negociables) en los que ha invertido? esta es mi primera pregunta.

Y nos podría informar en el negocio inmobiliario ¿cuánto dinero está recibiendo de este negocio o en la generación de flujo de caja? Y también si me pudiera dar - usted conoce el valor total del pago de Super Inter relacionados con la adquisición, incluso si se ejecuta la (opción de compra). Gracias.

Carlos M. Giraldo: ¿Podría repetir la última parte de Super Inter por favor?

José Restrepo: Sí, si me pudiera dar una descripción del pago total que harán en los próximos cinco años, incluyendo la (opción de compra).

Carlos M. Giraldo: OK. Voy a responder la segunda relacionada con bienes raíces y dejaré (Pérdida de audio) a Filipe DaSilva y María Fernanda. En relación con el pago de Super Inter y también sobre los ingresos, los ingresos financieros que tenemos en nuestros resultados.

En bienes raíces, estamos llegando al punto en el que en este próximo año creo que los bienes raíces serán cerca del 20 por ciento del total del EBIT de la compañía. Como saben los ingresos del negocio de bienes raíces tienen un alto margen de EBIT y un alto margen de EBITDA. Creo que se va a consolidar como un mayor porcentaje del EBITDA anual de la compañía año tras año. Es parte del modelo de sostenibilidad que hemos planeado.

Y dejo que Filipe responda las otras dos preguntas.

Filipe DaSilva: Hola, con respecto a la variación de la opción de compra, lo que puedo decir es que está en la (mezcla compatible) (inaudible), tanto el primer tramo de tiendas, por lo que puedo (inaudible) que se encuentran en una comparable y (inaudible) como el primer paso de la operación.

En cuanto a su primera pregunta con respecto a la tasa de colocación, somos muy cautelosos y (comparativo) en la política de inversión de efectivo por lo que estamos poniendo todos nuestros fondos a tres meses, 90 días máximo y nuestras tasas son entre 4 y 4,8 por ciento.

José Restrepo: OK. Gracias.

Operador(a): Nuestra última pregunta viene de la línea de Ignacio Ochoa con Credit Suisse.

Ignacio Ochoa: Hola a todos, gracias por aceptar mi pregunta. Me preguntaba si usted podría, mencionaba que de los bienes raíces, se está recibiendo el 20 por ciento del EBIT, pero ¿podría ilustrar un poco más con todos los negocios complementarios incluidos (Aliados) Surtimax y otros? ¿Qué porcentaje de EBIT o ventas estarán alcanzando el próximo? Y tal vez, no sé en el 2017, cuando superen los 400.000 metros cuadrados en SBA.

Y para complementar sobre el consumidor colombiano. ¿Qué piensan ustedes sucederá con el consumidor colombiano el próximo año con una economía en crecimiento? No sé si ustedes esperan que las ventas de mismos metros crezcan de igual manera. Este año las ventas en mismos metros han sido muy planas con una economía en crecimiento, me preguntaba si podía conocer su punto de vista sobre el tema. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Muchas gracias. Para la primera, pensamos que para el año completo la participación del EBIT de todos los bienes inmuebles más crédito, más seguros, más (operaciones), más viajes, más ingresos por celulares será entre el 35 y el 40 por ciento del EBIT total al final del año que viene.

Número dos, sobre los consumidores. Es difícil ver qué va a pasar. Por el momento lo que estamos viendo es que a pesar de que estamos teniendo un gran crecimiento económico, el aumento proviene de infraestructura y construcción. Creo que esto producirá gran cantidad de salarios que podrían impulsar el consumo, pero quiero tener cuidado en este aspecto.

En Éxito preferimos tomar medidas, ser agresivo en el mercado para impulsar las ventas, pero hacer presupuestos con aumentos cautelosos en ventas, para ser racionales y responsables en el lado de los costos.

Ignacio Ochoa: Muy bien, perfecto, (inaudible). Usted mencionó que para el próximo año el 35 al 40 por ciento del EBIT con todos los negocios complementarios. Me preguntaba ¿si las ventas de este año, serán iguales los porcentajes o cambiarán de manera importante el año que viene?

Carlos M. Giraldo: Yo diría que este año van a estar por debajo de 35 y el año que viene van a estar en el rango entre 35 y 40.

Ignacio Ochoa: Perfecto, muy claro. Gracias.

Carlos M. Giraldo: Muchas gracias.

Operador(a): Gracias. Si tienen más preguntas la empresa les pide que contacten al Grupo Éxito directamente.

Ahora le doy paso al señor Carlos Mario Giraldo para sus comentarios de cierre.

Carlos M. Giraldo: Sí, me gustaría en primer lugar agradecer a todos ustedes por su interés, por su presencia en esta teleconferencia, y me gustaría decir que tratamos de ser muy cautelosos en lo que decimos y en lo que vamos a hacer y en lo que vamos a lograr, ya que parte de esos resultados, obviamente, no dependen sólo de nosotros, tiene que ver con la situación de mercado y también con el escenario competitivo.

Lo que hemos dicho en el pasado es que abriríamos este año entre 20 y 25 tiendas y efectivamente abriremos más que eso, alcanzando entre 30 y 35.

Dijimos en el pasado que a 2017 crearíamos con 180.000 metros cuadrados de bienes raíces adicionales. Desde ese momento a hoy podemos proyectar que cerraremos con 260.000 metros cuadrados adicionales para llegar a 400.000 superando lo que se había prometido en ese momento.

Dijimos que estábamos buscando adquisiciones y realmente la adquisición de Super Inter es muy estratégica para la compañía ya que le da liderazgo en el segmento de descuento y también representa el quinto jugador de alimentos en el mercado colombiano y haber pasado sin dificultades por la autoridad antimonopolio también fue un reto para la organización.

Hemos dicho que estamos trabajando para mantener los márgenes y en los últimos años, le hemos dado (problema de audio) márgenes y continuamos con el objetivo de, al menos, sostener los márgenes, pero protegiendo nuestro precio y nuestra participación de mercado.

Hablamos sobre Aliados como algo que sólo estaba empezando y hoy es claramente (Problema de Audio) y sólo funciona en el sur de Bogotá y al ver la presencia plena de Aliados Surtimax en casi todos los barrios de la zona sur de Bogotá y en (inaudible) en el popular (Nirihin) por ejemplo.

Dijimos que íbamos (Problema de audio) participación en los resultados de la compañía que nos daría respuesta competitiva, pero una respuesta competitiva diligente y razonable, lo que se ha hecho en los diferentes segmentos y nuestra más reciente fue la adquisición de Super Inter como respuesta a esa movida de la competencia al segmento de descuento en el mercado colombiano.

Y, por último, hablamos de omni-canal. El omni-canal se está materializando hoy en día. En el pasado, lo que teníamos que hacer era construir una base importante, hoy vamos a terminar con Cdiscount, exito.com, carulla.com, además de la entrega a domicilio, representará a finales de este año cerca de 2 por ciento de las ventas totales de la organización con aumentos muy importante año tras año.

Así que este es el mensaje que quiero enviar de un negocio sostenible, en el cual tratamos de ser muy razonables sobre lo que le decimos al mercado y cuando tenemos dificultades, tratamos de comunicarlas como siempre lo hemos hecho.

Muchas gracias de nuevo por estar presente en esta conferencia y para (Problema de audio) en la empresa.

Operador(a):

Con esto concluimos la teleconferencia de hoy. Ahora pueden desconectarse.

ALMACENES EXITO, S.A.

Moderadora: María Fernanda Moreno, IRM

10-30-14/9:00 a.m. ET (Hora del Este de Estados Unidos)

Confirmación # 18414706

Página35

FIN