

COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN

COMENTARIOS DE LA GERENCIA

Logramos un trimestre sólido, no sólo en términos de ventas sino también creciendo utilidades por encima de las mismas.

Estamos comprometidos en mantener nuestra disciplina operativa así como en invertir de manera estratégica para posicionar nuestro negocio para el futuro.

El 10 de Agosto, la compañía anunció que llegamos a un acuerdo definitivo para la venta de Suburbia a El Puerto de Liverpool, S.A.B de C.V. El cierre de esta transacción está todavía sujeto a la aprobación de las autoridades competentes.

Por lo tanto, la compañía reporta los resultados de Suburbia de forma separada dentro de "operaciones discontinuas".

INFORMACIÓN A REVELAR SOBRE LA NATURALEZA DEL NEGOCIO

Walmart de México y Centroamérica es una de las cadenas comerciales más importantes de la región.

Al 31 de diciembre de 2016, operan 3,022 unidades distribuidas en 6 países (Costa Rica, Guatemala, Honduras, El Salvador, México, y Nicaragua), incluyendo tiendas de autoservicio, clubes de precio con membresía y farmacias.

Sus acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde 1977; la clave de la pizarra es **WALMEX**.

INFORMACIÓN A REVELAR SOBRE LOS OBJETIVOS DE LA GERENCIA Y SUS ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR ESOS OBJETIVOS

El objetivo de la compañía es duplicar las ventas totales en 10 años y crecer las utilidades más que las ventas apalancando gastos.

El crecimiento de las ventas provendrá de:

- Ventas a unidades iguales
- Ventas unidades nuevas
- *eCommerce*

RESULTADOS DE LAS OPERACIONES Y PERSPECTIVAS

Estamos enfocados en incrementar nuestras ventas y este año, basado en nuestra estrategia 3-3-1, excedimos nuestro objetivo de ventas totales de 7% tanto en el cuarto trimestre como en el resultado anual.

En el cuarto trimestre los ingresos totales de Walmex crecieron 8.9% sin efectos de tipo de cambio, en México crecieron 8.9% y en Centroamérica 9.0%.

Durante 2016, los ingresos totales crecieron 9.0% sin efectos de tipo de cambio, México creció 9.1% y Centroamérica creció 8.2%.

Nuestro desempeño fue impulsado por el momentum en crecimiento en ventas unidades iguales tanto en México como en Centroamérica. Las ventas unidades iguales en México crecieron 7.9% en el cuarto trimestre, en el año crecieron 8.0%. En Centroamérica las ventas unidades iguales aumentaron en 5.0% durante el cuarto trimestre y en el año aumentaron 4.9%.

Nuestro crecimiento en ingresos totales acumulado de dos años fue de 17.6% en México y 15.5% en Centroamérica, sin efectos de tipo de cambio.

En cuanto a ventas unidades iguales, nuestro crecimiento acumulado de dos años fue de 14.6% en México y 9.6% en Centroamérica sin efectos de tipo de cambio, lo cual demuestra el avance que hemos logrado sobre nuestra estrategia.

Continuamos viendo un crecimiento consistente y sostenible en todos los países en los que operamos.

En 2016, México fue el país con el mayor crecimiento en ventas unidades iguales con un incremento del 8.0%.

En Centroamérica, Nicaragua fue el país con el mayor crecimiento, mientras que Costa Rica tuvo un crecimiento menor, pero aún sólido dada su alta penetración y la madurez del mercado.

También logramos crecimiento sano en todas las regiones en México. La región Norte tuvo el mayor crecimiento en ventas, seguido por el Centro. En las regiones Metropolitana y Sur también vimos un muy buen desempeño.

El crecimiento fue consistente en todos los formatos, siendo Sam's el de mejor desempeño.

En términos de divisiones, todas tuvieron un crecimiento robusto. Ropa tuvo el mejor desempeño, seguida por Abarrotes y Consumibles y Mercancías Generales, respectivamente. La única división que aún no muestra un buen desempeño es Farmacia, y ya tenemos planes en marcha para mejorar su desempeño.

Nuestras ventas se vieron beneficiadas por situaciones macroeconómicas como el incremento en remesas que propició un gasto disponible más alto, pero nuestra excelencia operativa, la claridad de nuestra propuesta de valor y el compromiso de nuestros asociados fue lo que nos permitió destacar de la competencia.

La calidad de nuestro crecimiento nos ha permitido superar a ANTAD autoservicio por 8 trimestres consecutivos.

Consistentemente hemos ampliado nuestra ventaja contra ANTAD, de 40 puntos base en 2014 a 330 puntos base en 2016.

En el cuarto trimestre superamos a todas las divisiones de ANTAD. Las ventas a unidades iguales en México crecieron 7.9% en el cuarto trimestre, 240 puntos base por arriba del 5.5% de crecimiento de ANTAD total, 330 puntos base por arriba del 4.6% de crecimiento de ANTAD autoservicio y clubes, 190 puntos base por arriba del 6.0% de crecimiento de tiendas especializadas y 180 puntos base por encima del 6.1% de crecimiento de tiendas departamentales.

La calidad y consistencia de nuestros resultados nos indica lo sostenibles que estos son.

En 2016 todos nuestros formatos individualmente superaron a ANTAD, Sam's mostró el crecimiento en ventas unidades iguales más alto, seguido por Walmart.

Durante 2016, las ventas unidades iguales en México crecieron 8.0%, 330 puntos base por encima del 4.7% de crecimiento de ANTAD autoservicio excluyendo Walmex.

También logramos superar por 240 puntos base el 5.6% de crecimiento en ventas unidades iguales de ANTAD total, que incluye tiendas de autoservicio, departamentales y especializadas.

En Centroamérica, las ventas unidades iguales sin efectos de tipo de cambio fueron positivas en todos los formatos que operamos. Bodega y Walmart mostraron los crecimientos más altos.

Las ventas a unidades iguales continúan siendo el principal motor de crecimiento tanto en México como en Centroamérica. Las tiendas nuevas e eCommerce también están contribuyendo de forma efectiva a nuestro crecimiento.

eCommerce aún representa una pequeña parte de nuestro negocio, sin embargo es un segmento que se está desempeñando muy bien y está creciendo por arriba del mercado a tasas del 27%.

Es importante destacar que las tiendas nuevas contribuyeron con 2.4% del crecimiento en el cuarto trimestre y 1.8% durante el año, lo cual supera a la guía que dimos a principio de año.

En 2016 excedimos la guía de contribución al crecimiento de tiendas nuevas y logramos hacerlo de forma rentable, el cumplimiento al plan de nuestras aperturas ha aumentado 300 pbs contra el promedio que teníamos en años pasados.

En el cuarto trimestre abrimos 45 tiendas nuevas, 32 en México y 13 en Centroamérica.

En 2016 abrimos 92 tiendas nuevas, 58 en México y 34 en Centroamérica.

En cuanto a *eCommerce*, continuamos agregando valor a nuestro negocio y apalancando nuestros activos.

eCommerce tuvo un desempeño sólido, durante el cuarto trimestre creció 36% y durante el año 27%. En el cuarto trimestre *eCommerce* contribuyó con 0.4% del crecimiento de ventas totales y su contribución en el año fue de 0.2%.

RESULTADOS MÉXICO:

- **4T16:**

En México, los ingresos totales crecieron 8.9%.

El margen bruto incrementó 30 puntos base contra el año anterior. Fue afectado de manera positiva por la reclasificación de las aportaciones de promotoría por parte de nuestros proveedores que previamente se reflejaban como una reducción en gastos. El impacto en este efecto es de 12 puntos base.

Los gastos crecieron 6.9%, 200 puntos base por debajo del crecimiento de ingresos totales.

“Otros ingresos” crecieron significativamente dado que en el cuarto trimestre de 2015 la cantidad relacionada al deterioro de cierre de tiendas fue mayor que la de 2016.

La utilidad de operación creció 18.8%, excediendo nuestro crecimiento en ingresos, mientras que el crecimiento en EBITDA fue de 17.2%. Ajustado por los efectos no recurrentes del año pasado, el EBITDA hubiera crecido 11.4%, aún por encima del crecimiento en ventas.

- **2016:**

Los ingresos totales incrementaron 9.1%, el margen bruto mejoró 40 puntos base y los gastos generales crecieron 8.5%, 60 puntos base por debajo del crecimiento de ingresos.

El EBITDA creció 13.9%, y considerando los efectos no recurrentes del 2015, hubiera crecido 12.1%, aún por encima del crecimiento de ingresos totales.

RESULTADOS CENTROAMÉRICA:

- **4T16:**

En Centroamérica los ingresos totales crecieron 9.0%, el margen bruto incrementó 70 puntos base y los gastos generales crecieron 9.7%, sin efectos de tipo de cambio.

Quisiera destacar el crecimiento de 32.0% en utilidad de operación y el 25.7% de crecimiento en EBITDA sin efectos de tipo de cambio.

- **2016:**

Los ingresos totales crecieron 8.2% sin efectos de tipo de cambio y el margen bruto mejoró 70 puntos base.

Los gastos crecieron 7.9%, ligeramente por debajo del crecimiento de ingresos totales, resultando en un crecimiento en la utilidad de operación de 30.0%, 3 veces mayor al crecimiento de ingresos totales y un crecimiento en EBITDA de 23.0%, sin efectos de tipo de cambio.

RESULTADOS CONSOLIDADOS

- **4T16:**

Un sólido crecimiento en ventas totales, aumento en participación de mercado en todos los países, apalancamiento y crecimiento de ingresos, son los factores que contribuyeron a un sólido trimestre, el cual derivó en el cierre un buen año.

Los resultados consolidados para Walmex muestran un crecimiento en ingresos totales de 11.8%, 40 puntos base de mejora en margen bruto y crecimiento en gastos de 11.0% lo cual resulta en un crecimiento en utilidad de operación de 22.8% y un crecimiento en margen EBITDA de 21.0%, sin efectos de tipo de cambio.

- **2016:**

Durante 2016 realizamos inversiones estratégicas para posicionar mejor nuestro negocio en el futuro mientras que continuamos apalancando nuestra base.

A lo largo del año invertimos \$14,300 millones de pesos en nuestro negocio, 14.4% más que en 2015 y en línea con nuestra guía.

Nuestra asignación de capital está en línea con nuestra estrategia a largo plazo. Nos hemos vuelto más productivos en nuestras remodelaciones e inversiones de nuevas tiendas, de este modo hemos podido liberar capital para construir cimientos sólidos y así convertirnos en una empresa digital.

Cabe mencionar que tuvimos incrementos relevantes en gastos operativos relacionados a remodelaciones, mantenimiento y gestión de nuestro portafolio además de la implementación en iniciativas de staff y cambios en los planes de compensación en tiendas con el fin de hacerlo más incluyente y más enfocado en “pago por desempeño”.

A pesar de lo anterior, hemos logrado apalancar nuestra base de gastos para preservar la salud del negocio en el largo plazo.

La relevancia de Centroamérica en nuestro negocio incrementó debido a las variaciones en tipo de cambio y también debido a su sólido desempeño.

Como porcentaje de ingresos totales, la participación de Centroamérica creció de 16.6% a 18.7%.

Los gastos de Centroamérica como porcentaje de ventas son mayores a los de México por lo que su contribución relativa al consolidado impactó de manera negativa el apalancamiento.

Es importante aclarar que Centroamérica contribuyó al 30% del incremento de la utilidad de operación consolidada.

Creemos que el potencial de crecimiento de Centroamérica continuará siendo un elemento importante en el crecimiento de calidad de nuestros ingresos y utilidades.

Los resultados anuales de Walmex fueron muy sólidos.

Los ingresos totales crecieron 11.9%, el margen bruto se expandió 50 puntos base y los gastos crecieron en línea con las ventas, debido principalmente a una mayor penetración de Centroamérica en el negocio y una mayor contribución al crecimiento en gastos.

La utilidad de operación y el EBITDA crecieron 20.2% y 17.7% respectivamente, ambos más rápido que el crecimiento de ingresos totales, sin efectos de tipo de cambio.

Como recordarán, dado el entorno de volatilidad en el tipo de cambio incrementamos nuestra posición en dólares para cubrir la compra de mercancía de importación para la temporada. La ganancia cambiaria de nuestra posición en dólares fue de \$432 millones de pesos en ingresos financieros para todo el año 2016.

El monto de utilidad registrado en operaciones discontinuas relacionada a la operación de Suburbia fue de \$4,842 millones de pesos.

La utilidad neta creció 26.5%.

SITUACIÓN FINANCIERA, LIQUIDEZ Y RECURSOS DE CAPITAL

Entregamos un flujo de efectivo sólido y cerramos el año con \$27,976 millones, \$3,185 millones o 12.8% más que el año anterior, impulsado por una sólida generación de efectivo en nuestras operaciones y nuestro creciente enfoque en mejorar nuestro capital de trabajo.

Invertimos \$14,300 millones de pesos en nuestro negocio y nuestros inventarios crecieron 7.9%, por debajo de nuestro crecimiento en ingresos totales.

El flujo de efectivo operativo creció 14.9% y fue de \$51,343 millones, esta cifra representa el mayor crecimiento en generación de efectivo de los últimos 6 años.

Tuvimos un sólido desempeño en cuanto a capital de trabajo, vimos una clara mejora en cuentas por pagar debido a un mayor enfoque en este tema.

Después de invertir \$14,300 millones de pesos en proyectos de alto retorno, regresamos \$29,000 millones de pesos a nuestros accionistas a través de dividendos.