



COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE LA ADMINISTRACIÓN SOBRE LOS RESULTADOS DE OPERACIÓN Y SITUACIÓN FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA

Datos relevantes del cuarto trimestre 2015 (octubre - diciembre) y año 2015:

Ventas totales:

Las ventas totales del cuarto trimestre de 2015 crecieron 10.2% en México, 7.0% sin efectos de tipo de cambio en Centroamérica y 12.8% a nivel consolidado. Este crecimiento estuvo impulsado tanto por factores macroeconómicos como el crecimiento del PIB, empleo y remesas, como por la consistente excelencia operacional del Autoservicio y el reposicionamiento de Sam's Club.

Las ventas totales de 2015 crecieron 11.0% en pesos, o 8.2% sin efectos de tipo de cambio. Las ventas a unidades iguales contribuyeron con 6% a dicho crecimiento; las ventas de nuevas unidades con 2% y eCommerce con 0.2%.

Ventas a unidades iguales:

El crecimiento en ventas a unidades iguales del 8.6% en México en el cuarto trimestre fue el mayor crecimiento en más de ocho años. Centroamérica a su vez logró nuevamente un fuerte crecimiento en ventas a unidades iguales, de 4.6% sin efectos de tipo de cambio durante el trimestre.

Durante el año 2015 México alcanzó un muy sólido crecimiento en ventas a unidades iguales de 6.4% y Centroamérica de 4.7% sin efectos de tipo de cambio. Lo que es más importante aún, crecimos con calidad-rentabilidad, de manera sostenible y en todo nuestro portafolio de países, formatos y categorías.

Nuestros formatos de autoservicio lograron mejoras sustanciales, trimestre a trimestre a lo largo del año, finalizando con un notable 8.8% de crecimiento en ventas a unidades iguales en el cuarto trimestre.

De acuerdo con información de ANTAD, WALMEX superó de manera relevante el crecimiento en ventas a unidades iguales del resto del autoservicio, tanto para el cuarto trimestre como para todo el 2015. El crecimiento en ventas a unidades iguales del mercado excluyendo a WALMEX fue de 4.9%, mientras que WALMEX Autoservicio creció 8.8%, 390 puntos base más. Para el año 2015 el crecimiento del mercado excluyendo a WALMEX fue de 4.3%, mientras que WALMEX Autoservicio creció 6.6%, superando al mercado por 230 puntos base.

Todos nuestros formatos de Autoservicio y Sam's Club superaron en 2015 de manera individual a ANTAD Autoservicio.

Continuamos progresando en el reposicionamiento de Sam's Club. El formato logró un crecimiento en ventas a unidades iguales del 5.8% para 2015, y la suma de los crecimientos de dos años fue de 0.3%. Aún más, en el cuarto trimestre Sam's creció sus ventas a unidades iguales 7%, el mayor crecimiento trimestral del año.

Continuamos progresando en eCommerce, ofreciendo a nuestros clientes la oportunidad de comprar de la manera que deseen. Las ventas a unidades iguales en el cuarto trimestre se incrementaron un sólido 40.9%, contribuyendo con aproximadamente 35 puntos base a nuestro crecimiento en ventas a unidades iguales en México.

Las ventas de eCommerce en el año 2015 crecieron 30.1%, representando 0.8% de nuestras ventas totales y contribuyendo con 0.2% al crecimiento de las ventas totales de WALMEX.

Las ventas a unidades iguales de Walmart Centroamérica crecieron en el cuarto trimestre un sólido 4.6% sin efectos de tipo de cambio, sobre un crecimiento de 5.5% en el mismo periodo del año anterior.

La suma de crecimientos de dos años para el cuarto trimestre fue de un sólido 10.1%, mostrando una mejora trimestre a trimestre.

Todos los formatos y países tuvieron incremento en ventas a unidades iguales.



Resultados 4T15

En 2015 hicimos importantes inversiones en el negocio al mismo tiempo que absorbimos algunos efectos no recurrentes.

En el cuarto trimestre de 2014 reportamos dos efectos no recurrentes que impactaron el comparativo del cuarto trimestre de 2015.

- Comenzamos a incorporar el costo de flete de mercancía como parte de los componentes de valuación del inventario. El efecto total, el cual no tuvo impacto en el flujo de efectivo de la compañía fue de 705 millones de pesos, lo que impulsó una mejora en el margen bruto de 50 puntos base.
- Tuvimos también un efecto positivo en resultados, sin impacto en el flujo de efectivo de la compañía por 1,141 millones de pesos, que incrementó en 90 puntos base la utilidad de operación. Esto es un ajuste contable en relación con la compra de Centroamérica.

La rentabilidad del cuarto trimestre de 2015 se vio impactada por varias decisiones operativas y por efectos no recurrentes.

- Primero, el margen bruto disminuyó 40 puntos base a 22.1% pues decidimos invertir en precios durante la temporada, mejorando nuestra posición competitiva y reduciendo el nivel de inventarios a niveles más sanos.
- En segundo lugar, invertimos otros 50 puntos base de gastos en diferentes áreas. Incrementamos nuestras inversiones en publicidad. Otorgamos, con gusto, un mayor bono a un mayor número de nuestros asociados por haber logrado un gran año; este incremento continuará impulsando el compromiso de nuestros asociados. Finalmente hicimos algunos ajustes organizacionales.

En resumen, el margen EBITDA reportado en el cuarto trimestre de 2015 decreció 190 puntos base como resultado de lo siguiente:

- 50 puntos base del efecto no recurrente de capitalización de fletes del año anterior.
- 90 puntos base debidos a decisiones para mejorar nuestra competitividad.
- Adicionalmente, 50 puntos base se deben primordialmente a dos efectos no recurrentes, que no tienen impacto en el flujo de efectivo de la compañía, relacionados con el deterioro y cierre de tiendas, pues continuamos mejorando nuestro portafolio y a una revisión de la provisión de vacaciones.

Resultados 2015

El impacto de los diferentes efectos no recurrentes que tuvimos en el 2014 y en el cuarto trimestre de 2015 en el margen EBITDA de 2015 se puede resumir como sigue:

El margen EBITDA reportado disminuyó 50 puntos base, pasando de 9.7% a 9.2%.

En términos comparables, la reducción fue de 30 puntos base, reflejando nuestra agresividad en precios y nuestras decisiones de inversión.

Balance

Terminamos el 2015 con 24,791 millones de pesos en efectivo.

Nuestro balance continúa siendo muy sólido con una posición favorable de capital de trabajo.

La generación de efectivo de la operación en el año fue de 50,535 millones de pesos (incluye flujo neto de programa de acciones), con un crecimiento anual del 6%, reflejando la calidad de nuestras utilidades y el sólido desempeño de nuestro capital de trabajo, especialmente el manejo de inventarios y cuentas por pagar. Si excluimos efectos de calendarización del pago de vales, la generación de efectivo operativa hubiera crecido 11.9%, en línea con nuestro crecimiento en ventas totales.

El CAPEX del año fue de 12,526 millones de pesos, 1.3% menor que en 2014 y en línea con el estimado que comunicamos a principio del año.

Durante 2015 regresamos 33,387 millones de pesos a nuestros accionistas, 31,562 millones en dividendos y 1,825 millones en recompra de acciones. Esto representa un incremento de 7,748 millones de pesos o un 30% más que el año anterior.