

Almacenes Éxito S.A.

(BVC: EXITO)



Resultados Financieros Consolidados

Para el cuarto trimestre y a Diciembre 31 de 2015

4T15

BVC (Bolsa de Valores de Colombia): "EXITO" Programa ADR: "ALAXL"

Medellín, Colombia – febrero 29 de 2016 - Almacenes Exito S.A. ("EXITO" o "la Compañía"), la empresa de comercio al detal (retail) más grande en Colombia, anunció hoy sus resultados consolidados a diciembre 31 de 2015. Todas las cifras están expresadas en pesos colombianos.

Tasa de cambio a Dic 31, 2015: 1 USD = COP\$3,149 BRL3.96 ARG 12.93 y UYU 29.92

Un hito en la historia de Grupo Éxito

Hechos destacados del cuarto trimestre de 2015

CONSOLIDADO

- **Ventas**, alcanzaron \$18,9 billones y aumentaron 520,9% debido principalmente a la consolidación de las operaciones de Brasil y Argentina a partir de septiembre 1 de 2015. De igual forma, las ventas en 2015 incluyen el resultado del trimestre de Grupo Disco en Uruguay.
- **Utilidad Operacional Recurrente** registró un margen de 4,4% en el 4T15 y de 4,5% en 2015 comparado con el mismo período de 2014.
- **EBITDA recurrente** aumentó en el cuarto trimestre comparado con el mismo periodo de 2014 de \$293,000 millones a \$1.15 billones para un margen de 5,8% como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Para el total año el EBITDA recurrente aumentó de \$815,000 millones a \$2.0 billones para un margen del 6,1% como porcentaje de los ingresos operacionales. La reducción del margen proviene del menor margen EBITDA de nuestra operación en Brasil así como de los esfuerzos por operar eficientemente en un ambiente competitivo creciente.
- **Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito** aumentó en el 4T15 de \$193.374 millones a \$195.359 millones y en 2015 aumentó de \$499.431 millones a \$573.495 millones.

HECHOS DESTACADOS EN 2015

LATAM

- Grupo Éxito se convirtió en la compañía de retail más grande de Sur América con el ingreso a los mercados de Brasil y Argentina.
- Se redefinió la estructura corporativa en Grupo Éxito con el fin de hacer frente a los nuevos desafíos de la región.
- El comité de sinergias ya capturó beneficios por USD5 millones y comenzó la ejecución de 18 proyectos conjuntos con los países.

EXPANSIÓN RETAIL

- La más grande expansión orgánica de la marca Carulla y la integración exitosa de Super Inter ratificaron el liderazgo de Grupo Éxito in los dos segmentos, el Premium y el de descuento en Colombia.
- Sólida expansión de la marca Assaí en Brasil para consolidar el mercado de descuento en ese país.
- El desarrollo del formato de proximidad en Uruguay con la marca Devoto Express arrojó sólidos resultados.

NEGOCIO INMOBILIARIO

- Fortalecimiento del negocio inmobiliario en Argentina, adicionando áreas comerciales al centro comercial Lugones.
- Anuncio de la exploración de un vehículo inmobiliario en Colombia, a través del cual Grupo Éxito planea crear un fondo de capital privado y obtener cerca de USD200 millones para seguir desarrollando su división inmobiliaria.

Estado de Resultados Consolidado

En millones de Pesos Colombianos

Grupo Éxito

	4Q15*	% Net Revenues	4Q14**	% Net Revenues	% Var	FY15	% Net Revenues	FY14**	% Net Revenues	% Var
Ventas	18.904.006	94,8	3.044.642	96,9	520,9	31.796.694	95,2	10.155.697	96,9	213,1
Otros Ingresos Operacionales	1.027.802	5,2	97.665	3,1	952,4	1.605.517	4,8	329.125	3,1	387,8
Total Ingresos Operacionales	19.931.808	100,0	3.142.307	100,0	534,3	33.402.211	100,0	10.484.822	100,0	218,6
Costo de Ventas	-15.134.511	-75,9	-2.349.030	-74,8	544,3	-25.147.776	-75,3	-7.855.400	-74,9	220,1
Utilidad Bruta	4.797.297	24,1	793.277	25,2	504,7	8.254.435	24,7	2.629.422	25,1	213,9
Gastos O&AV	-3.643.589	-18,3	-500.715	-15,9	627,7	-6.233.043	-18,7	-1.814.808	-17,3	243,5
Depreciación y Amortización	-271.025	-1,4	-47.787	-1,5	467,2	-515.907	-1,5	-197.328	-1,9	161,4
Total SG&A	-3.914.614	-19,6	-548.502	-17,5	613,7	-6.748.950	-20,2	-2.012.136	-19,2	235,4
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	882.683	4,4	244.775	7,8	260,6	1.505.485	4,5	617.286	5,9	143,9
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	-109.037	-0,5	-24.722	-0,8	341,1	-148.678	-0,4	-11.969	-0,1	1142,2
Utilidad Operacional (EBIT)	773.646	3,9	220.053	7,0	251,6	1.356.807	4,1	605.317	5,8	124,1
Resultado Financiero Neto	-526.202	-2,6	8.033	0,3	-6650,5	-404.238	-1,2	56.362	0,5	-817,2
Ingresos de Asociadas y JV	22.180	0,1	6.229	0,2	256,1	18.360	0,1	30.104	0,3	-39,0
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	269.624	1,4	234.315	7,5	15,1	970.929	2,9	691.783	6,6	40,4
Provisión Impuesto Renta	-190.146	-1,0	-36.973	-1,2	414,3	-398.428	-1,2	-179.750	-1,7	121,7
Utilidad Neta Operaciones Continuadas	79.478	0,4	197.342	6,3	-59,7	572.501	1,7	512.033	4,9	11,8
Interés Minoritario	-115.881	-0,6	3.968	0,1	-3020,4	-994	0,0	12.603	0,1	-107,9
Utilidad Neta Grupo Éxito	195.359	1,0	193.374	6,2	1,0	573.495	1,7	499.430	4,8	14,8
EBITDA Recurrente (ROI+D&A)	1.153.708	5,8	292.562	9,3	294,3	2.021.392	6,1	814.614	7,8	148,1
EBITDA (EBIT+D&A)	1.044.671	5,2	267.840	8,5%	290,0	1.872.714	5,6	802.645	7,7	133,3

* La base de 2015 incluye los resultados financieros de las operaciones de Brasil y Argentina desde Septiembre 1 de 2015

**La base de 2014 no es comparable debido a que excluye la operación de Grupo Disco en Uruguay así como los resultados financieros de las operaciones de Brasil y Argentina.

Nota: La información financiera mostrada aquí incluye los resultados 12 meses de las operaciones de Grupo Éxito en Colombia y Uruguay y los resultados financieros desde Septiembre de 2015 de las operaciones de Brasil y Argentina de acuerdo con el momento de la adquisición. Adicionalmente, los resultados 2015 de Uruguay incluyen las ventas de Grupo Disco teniendo en cuenta que Grupo Éxito tomó el control de esta unidad a partir de este año. La información presentada estará sujeta a ajustes hasta la finalización del año después del proceso de consolidación.

Desempeño Financiero Consolidado

- **Ventas Consolidadas** alcanzaron la suma de \$18.9 billones durante el cuarto trimestre de 2015 y aumentaron 213% a \$31,8 billones en 2015. En el 4T15 las ventas de Brasil representaron 79% del resultado, Colombia 16%, Uruguay 3% y Argentina 2%. En 2015, Brasil representó 59% de los ingresos consolidados, Colombia 32%, Uruguay 7% y Argentina 2%.

Grupo Éxito presenta una mezcla de ventas predominante en Alimentos, ofreciendo por lo tanto una estructura balanceada y resiliente en un ambiente macroeconómico retador. Sin embargo, la penetración de las categorías de no alimentos tienen un potencial para impulsar las ventas cuando los cambios de la situación y los ajustes económicos se lleven a cabo.

La mezcla de ventas reflejó un 57% de participación en las categorías de alimentos para el 4T15 y un 64% para el año 2015. Dentro de la categoría de alimentos, los productos frescos particularmente tuvieron un buen desempeño y aumentaron en términos de ventas totales y mismos metros. Sin embargo, la categoría de no alimentos tales como productos de electrónica, experimentaron una tendencia negativa.

- **Margen de Utilidad bruta** fue de 24,1% durante el cuarto trimestre y 24,7% en 2015 comparado con el mismo período de 2015. El margen bruto disminuyó por efecto de la consolidación de las operaciones internacionales recientemente adquiridas, el ambiente de consumo retador en Colombia y Brasil que afectaron principalmente las ventas de no alimentos y la estrategia de precio de la compañía para mantener la competitividad.
- **Gastos de Administración y Ventas** representaron 19,6% como porcentaje de los ingresos operacionales en el cuarto trimestre de 2015 y 20,2% en 2015. El aumento en los gastos de administración y ventas reflejaron el efecto inflacionario en Brasil y Argentina así como los mayores precios de las materias primas que afectaron los niveles de salarios, de arrendamientos y servicios públicos. Sin embargo, Grupo Éxito continuó con su foco en incrementar la productividad para compensar el incremento en los gastos.
- **Utilidad Operacional recurrente** alcanzó un margen de 4,4% como porcentaje de los Ingresos Operacionales durante el cuarto trimestre y de 4,5% en 2015 comparado con los mismos períodos de 2014.
- **EBITDA recurrente** aumentó de \$292,562 millones en el cuarto trimestre de 2014 a \$1.153.798 millones en el 4T15 para un margen EBITDA de 5,8% como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Para el año 2015 el EBITDA recurrente pasó de \$814,614 millones a \$2.021.392 millones con un margen EBITDA de 6,1%. La reducción del margen provino de un menor nivel de margen de la operación en Brasil a pesar de los esfuerzos de la Compañía por operar eficientemente en un ambiente competitivo creciente.
- **Gastos consolidados no recurrentes** incluyeron el impacto del impuesto a la riqueza de aproximadamente \$74.000 millones en Colombia y Uruguay, el costo relacionado con la transacción en la región, la de Super Inter y Cafam así como otras relacionadas con la reducción de la estructura organizacional en Brasil.
- **Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito** en el cuarto trimestre de 2015 ascendió a \$195.359 millones de \$193.374 millones del 4T14. Para el 2015, la utilidad neta alcanzó \$573.495 millones de \$499.431 millones.

Comportamiento de las Ventas en 4T15

Ventas por Segmento

	4T15				FY2015		
	Ventas Totales (Bn COP)	% Var. Ventas totales	Efecto calendario	% Var SSS	Ventas Totales (Bn COP)	% Var. Ventas	% Var SSS (in local currency) †
Total Colombia	2.960	3,7	-2,2	0,0	10.285	8,1	-0,2
Éxito	2.046	-1,0	-3,5	-1,1	6.978	-1,2	-1,3
Carulla	415	5,4	0,8	2,6	1.493	2,7	0,9
Discount	425	38,8	1,9	8,1	1.570	95,5	8,8
B2B*	74	-16,5	N/A	N/A	243	26,1	N/A
Total Brasil	14.876	0,2	-0,9	-2,3	18.794	5,5	-1,2
Alimentos	7.907	6,7	0,1	1,9	9.616	7,1	2,6
No alimentos	4.107	-14,7	-2,4	-15,2	4.948	-15,0	-16,4
E-commerce	2.861	9,5	-0,7	9,5	4.230	56,0	18,3
Uruguay	600	11,3	-1,3	8,7	2.123	11,9	10,6
Argentina	468	28,1	-0,3	26,9	596	27,9	26,7

Nota: Las variaciones en ventas totales y en ventas mismos metros están calculadas en moneda local
Los resultados de 2015 incluyen las ventas de las operaciones en Brasil y Argentina desde Septiembre 1 de 2015.

Ventas en Colombia

En el cuarto trimestre de 2015, Colombia incrementó las ventas 3,7% a \$2.96 billones y aumentó 8,1% a \$10.28 billones en 2015 comparado con el mismo período del año 2014. El incremento en las ventas se benefició en un 3% aproximadamente por la consolidación de Super Inter, totalmente integrado hacia finales de 2014. La expansión orgánica impulsó las ventas, así como el negocio de la unidad B2B principalmente por la expansión de la red de Aliados. Finalmente, el evento promocional “Días de Precios Especiales” en los almacenes Éxito también contribuyó con el aumento en ventas.

La mezcla de ventas en el 4T15 de la categoría de alimentos en Colombia fue de 70% y aumentó 400 puntos básicos comparado con el mismo período del año anterior reflejando la integración de Super Inter y la tendencia negativa de la confianza del consumidor que afectó la categoría de no alimentos.

Al excluir el efecto calendario negativo, las ventas mismos metros en el 4T15 en Colombia registraron un sólido aumento neto de 2,2% en Colombia debido a un desempeño positivo de la categoría de alimentos. Adicionalmente, hubo una mejora secuencial de la marca Éxito para el trimestre, la cual se ha venido registrando en los primeros meses de 2016.

El comportamiento anual de las ventas en Colombia reflejó un incremento de un dígito en el rango alto de la categoría de alimentos, sólido desempeño de ventas de las marcas de descuento y el beneficio de la expansión en retail con la apertura de 47 almacenes en 2015.

Con relación a los segmentos en Colombia, las ventas de **Éxito** en el 4T15 disminuyeron en 1% y registraron un decrecimiento en ventas mismos metros de 1,1%. Un efecto calendario negativo de 3,5% debido al traslado de nuestro evento promocional en un día, afectó negativamente el crecimiento de ventas mismos metros de este segmento. Éxito registró un fuerte crecimiento en la categoría de no alimentos, principalmente en entretenimiento y textiles, las cuales continuaron con una tendencia positiva desde el pasado trimestre.

Las ventas totales de **Éxito** disminuyeron 1,2% y mismos metros decrecieron 1,3%. Las ventas anuales obtuvieron el aporte de 23 almacenes Éxito en 13 departamentos de Colombia, de los cuales 14 son del formato express, confirmando el foco estratégico de la

Compañía por el mercado de conveniencia, así como otros 9 grandes proyectos abiertos en ubicaciones clave. Por lo anterior, la marca Éxito consolidó su presencia en más de 100 ciudades del país con 262 almacenes.

Las ventas de **Carulla** aumentaron 5,4% en 4T15 con un efecto calendario positivo de 0,8% y de ventas mismos metros con +2,6% debido a un mejor desempeño particularmente en el sector turístico en la costa Atlántica y Pacífica así como en la región cafetera. En 2015, las ventas de Carulla aumentaron 2,7% principalmente por el posicionamiento de la marca Premium y hubo un incremento de las ventas mismos metros de 0.9% el cual refleja el ambiente desafiante principalmente en Bogotá, el cual continúa siendo el principal mercado de la marca.

Carulla celebró su aniversario No. 110, siendo la marca más antigua del retail en Colombia y alcanzó los 100 almacenes en 11 departamentos en el país.

El segmento **Descuento** contribuyó satisfactoriamente al desempeño de las ventas en Colombia con un crecimiento del 39% en el 4T15 y de 96% en 2015. Este segmento fue nuestro formato de mejores resultados con un incremento del 8.1% en ventas mismos metros en el 4T15 y de 8,8% en 2015. La transferencia del conocimiento y experiencia de Super Inter favoreció el crecimiento de Surtimax, la optimización del surtido de productos en los almacenes y 14 aperturas en 2015. El formato descuento creció por encima de las expectativas, especialmente en las ciudades de Bogotá y Medellín, reflejando las preferencias de consumo de precios competitivos en retail.

En 2015, Grupo Éxito abrió 5 almacenes Surtimax y 9 Super Inter, para un total de más de 200 almacenes en 8 departamentos de Colombia.

Desempeño Operacional Colombia

	4T15			4T14			FY15			FY14		
	Millones de \$	Millones de \$	4T15/14	Millones de \$	Millones de \$	4T15/14	Millones de \$	Millones de \$	FY15/14	Millones de \$	Millones de \$	FY15/14
Net Revenues	3.059.029	2.937.550	4,1%	10.622.539	9.812.980	8,2%	10.622.539	9.812.980	8,2%	10.622.539	9.812.980	8,2%
Gross Profit	783.120	718.106	9,1%	2.611.361	2.405.740	8,5%	2.611.361	2.405.740	8,5%	2.611.361	2.405.740	8,5%
Gross Margin	25,6%	24,4%		24,6%	24,5%		24,6%	24,5%		24,6%	24,5%	
SG&A Expenses	527.467	487.619	8,2%	2.017.693	1.823.514	10,6%	2.017.693	1.823.514	10,6%	2.017.693	1.823.514	10,6%
SG&A /Net Revenues	17,2%	16,6%		19,0%	18,6%		19,0%	18,6%		19,0%	18,6%	
Recurring Operating Income	255.653	230.487	10,9%	593.668	582.226	2,0%	593.668	582.226	2,0%	593.668	582.226	2,0%
Recurring Operating margin	8,4%	7,8%		5,6%	5,9%		5,6%	5,9%		5,6%	5,9%	
Recurring EBITDA	312.212	276.297	13,0%	804.911	770.875	4,4%	804.911	770.875	4,4%	804.911	770.875	4,4%
Recurring EBITDA margin	10,2%	9,4%		7,6%	7,9%		7,6%	7,9%		7,6%	7,9%	

El desempeño operacional en Colombia reflejó el sólido resultado de la unidad de negocio en el mercado local, con notoria mejoría en los últimos trimestres. Colombia aprovecha la contribución de los negocios complementarios principalmente del inmobiliario y servicios financieros, los cuales parcialmente compensan la expansión especialmente por la integración de Super Inter. Los programas de ahorro en costos, productividad, mejora en logística y distribución así como ahorros a nivel de suministros, parcialmente diluyeron los gastos relacionados con el negocio inmobiliario y al aumento significativo en las tarifas de energía debido al "efecto del Niño".

En consecuencia, el margen ROI en Colombia fue de 8,4% como porcentaje de los ingresos operacionales en 4T15 y de 5,6% en 2015. El EBITDA recurrente aumentó 13% en 4T15 de 9,4% a 10,2% y de 4,4% en 2015 comparado con el mismo período del año anterior reflejando un sólido desempeño de esta unidad de negocio en el mercado local.

Ventas en Brasil

Las ventas de GPA aumentaron en moneda local un 0,2% para un total de \$14,87 billones en el cuarto trimestre de 2015 afectadas por un deteriorado escenario macroeconómico el cual influyó en el consumo, especialmente el de bienes durables. En 2015, las ventas consolidadas aumentaron 3,2% en moneda local y alcanzaron \$18,8 billones de pesos colombianos lideradas por la resiliencia del segmento de alimentos y las mejoras en el tráfico en todas las marcas. Es de resaltar el desempeño de Assaí en términos de crecimiento orgánico y de ventas de más de 25% y el resultado del plan de renovación de 62 almacenes Extra. Adicionalmente, los niveles de ventas respondieron positivamente a las iniciativas llevadas a cabo por la Compañía para adaptarse a las necesidades de los clientes tales como la intensificación en los esfuerzos por precios competitivos, promociones y ajustes a los inventarios.

El crecimiento consolidado en ventas mismos metros en el 4T15 fue de -2,3% y de -1,2% en 2015 debido al ambiente macro adverso. GPA totalizó 1.941 almacenes en 2015 con presencia en 21 estados de Brasil.

Las ventas del segmento de **Alimentos** aumentaron 6,7% en el cuarto trimestre, impulsadas principalmente por la solidez del formato Cash & Carry. Las ventas de alimentos representaron el 53% de la mezcla y se comportó de forma resiliente entre los consumidores que buscan más productos de primer precio y promociones. Las ventas mismos metros crecieron 1,9% en este segmento y reflejaron el efecto de los decrecimientos de productos de no alimentos en los hipermercados.

En 2015, el segmento de alimentos creció 7,1% con la apertura de 91 almacenes en los últimos 12 meses y las ventas mismos metros fueron de 2.6%. La operación reportó ganancia de participación de mercado en las marcas Premium. El segmento medio con la marca Extra, aumentó el tráfico de clientes versus el año anterior, debido a precios más competitivos, modernización del 25% de los hiper y entrenamiento de los empleados de perecederos.

Las ventas de **No Alimentos** en 4T15 disminuyeron 14,7%, siendo este trimestre el de mejor desempeño en ventas desde el 2T15 cuando registró una disminución de 22,2%. La tendencia derivada del aumento en el ambiente competitivo y atractivas actividades promocionales, durante un trimestre en el que la Compañía ganó participación de mercado. Las ventas mismos metros de Via Varejo disminuyeron 15,2%.

En 2015, los no alimentos experimentaron un crecimiento negativo de 15% en las ventas y de 16,4% en términos de ventas mismos metros, comparada con el mismo período del año anterior. Durante el año, esta unidad de negocio intensificó su competitividad en precios y fortaleció las estrategias con el fin de superar un ambiente de bajo consumo y débil confianza del consumidor.

E-commerce. Las ventas de CNovo en el 4T15 registraron un 9,5% de incremento y 56% para el año 2015. Las ventas mismos metros en 4T15 aumentaron 9,5% y 18,3% en 2015. Las discretas ventas de Cnova reflejaron la decisión estratégica de fortalecer el margen sobre el crecimiento. El negocio está ganando participación de mercado y mejoras operacionales debido a la reducción de inventarios y costos así como una mejor administración de actividades comerciales.

Desempeño Operacional Brasil

	4T15	FY15
	Millones de \$	Millones de \$
Ingresos operacionales	15.755.155	19.980.882
Utilidad bruta	3.614.090	4.660.878
Margen bruto	22,9%	23,3%
Gastos de administración y V	3.066.025	3.925.268
GAV / Ingresos Operacionales	19,5%	19,6%
Utilidad operacional recurrente	548.065	735.610
Margen operacional recurrente	3,5%	3,7%
EBITDA recurrente	744.466	996.870
Margen EBITDA recurrente	4,7%	5,0%

Esta operación experimentó importantes ajustes a la estructura de costos, especialmente en Vía Varejo, con énfasis en reducciones de costos laborales de 13,000 empleados durante el año, el cual dio como resultado una mejor dilución de gastos. El desempeño operacional en Brasil también reflejó las iniciativas de la Compañía para reducir gastos e incrementar productividad. Los niveles de EBITDA fueron sólidos a pesar del escenario macroeconómico y el crecimiento en gastos pero significativamente inferiores a la inflación y al crecimiento sustancial en margen especialmente de la marca Assaí la cual incrementó en 100 puntos básicos en 4T15 y en 40 pb en 2015.

La Compañía también invirtió en remodelación de almacenes, alcanzando el más alto nivel en tres años así como en crecimiento orgánico a través de la apertura de 25 almacenes de otros formatos con más altos retornos tales como Assaí y el de proximidad.

La operación en Brasil abrió 117 nuevos almacenes en 2015 y centró la modernización en almacenes Extra los cuales representaron el 25% de las ventas del formato. Brasil registró un margen ROI de 3,5% como porcentaje de los Ingresos operacionales en 4T15 y de 3,7% en 2015, en medio de un ambiente macroeconómico desfavorable.

Ventas en Uruguay

Las ventas en Uruguay registraron una evolución positiva en moneda local en el 4T15 vs 4T14 con un incremento en mismos metros de 8,7% . Las ventas se beneficiaron de la temporada de verano, el efecto positivo de 4 amacenes Devoto abiertos durante el período y del 90% del mix de alimentos. De igual forma, las ventas en 2015 aumentaron 10,6% en mismos metros, 116 puntos por encima de la inflación (9,44%). Las ventas consolidadas tuvieron el efecto positivo de de la consolidación de Grupo Disco y la estrategia de fortalecer el formato de proximidad en el país, con la apertura de 10 Devoto Express abiertos principalmente durante el segundo trimestre del año, así como de la adquisición del almacén “Hiper Ahorro” en la ciudad de Libertad. La operación en Uruguay completó 65 almacenes en 2015.

Desempeño Operacional Uruguay

	4T15			4T14		
	Millones de \$	Millones de \$	4T15/14	Millones de \$	Millones de \$	4T15/14
Ingresos operacionales	616.470	204.757	201,1%	2.162.401	671.842	221,9%
Utilidad bruta	216.242	75.171	187,7%	746.695	223.681	233,8%
Margen bruto	35,1%	36,7%		34,5%	33,3%	
Gastos de administración y V	175.234	60.883	187,8%	616.188	188.621	226,7%
GAV / Ingresos Operacionales	28,4%	29,7%		28,5%	28,1%	
Utilidad operacional recurrente	41.008	14.288	187,0%	130.507	35.060	272,2%
Margen operacional recurrente	6,7%	7,0%		6,0%	5,2%	
EBITDA recurrente	55.278	16.265	239,9%	169.302	43.739	287,1%
Margen EBITDA recurrente	9,0%	7,9%		7,8%	6,5%	

El desempeño operacional en Uruguay registró un margen operacional de 6,7% en el 4T15 y de 6,0% en 2015 como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Uruguay se benefició de la consolidación de Grupo Disco, la expansión de la marca Devoto y el fuerte control y reducción de costos, principalmente en logística.

Durante el año, el desempeño reflejó una vez más nuestro fuerte liderazgo en el país, donde Grupo Éxito tiene una mezcla balanceada de formatos desde proximidad a supermercados Premium e hipermercados. Este portafolio le permite capturar las preferencias del consumidor por delante de la competencia comprobada a través de las ganancias de participación de mercado.

Ventas en Argentina

Las ventas en este país crecieron por encima de la inflación, con 28,1% en el 4T15. El resultado del trimestre representó cerca del 30% de las ventas anuales. El crecimiento en ventas mismos metros se beneficiaron del exitoso resultado de la estrategia de proximidad con la marca Mini Libertad. Las ventas trimestrales también reflejan la estrategia que nos permitió voluntariamente congelar los precios de más de 10.000 PLUs, durante el período producto de la depreciación del peso argentino. Esto le permitió incrementar los volúmenes a la Compañía, los tiquetes y por lo tanto, la participación de mercado. Las ventas más importantes de las categorías de no alimentos fueron tecno, textiles y línea hogar.

Las ventas anuales crecieron 27.9% versus 2014 y las mismos metros un 26,7%. Los positivos niveles de ventas provienen de la implementación de 3 nuevas estrategias comerciales para incrementar el tráfico y la frecuencia de visitas. La mezcla de ventas en el país fue de 64% en la categoría de alimentos.

Desempeño Operacional Argentina

	4T15	FY15
	Millones de \$	Millones de \$
Ingresos operacionales	500,886	637,699
Utilidad bruta	184,711	236,458
Margen bruto	36.9%	37.1%
Gastos de administración y V	146,754	190,758
GAV / Ingresos Operacionales	29.3%	29.9%
Utilidad operacional recurrente	37,957	45,700
Margen operacional recurrente	7.6%	7.2%
EBITDA recurrente	41,753	50,309
Margen EBITDA recurrente	8.3%	7.9%

La operación en Argentina experimentó las acciones de optimización de costos en energía, suministros y tecnología que le permitieron alcanzar mejoras en productividad. Adicional a la dinámica de retail, que condujo a una ganancia en la participación de mercado, nuestro modelo dual de retail-inmobiliario, continuó a un gran paso. Se realizó la apertura de la extensión del centro comercial Lugones con ambiciosos planes para el futuro. La plataforma inmobiliaria es un excelente camino de entrada para aquellas marcas que están dispuestas a penetrar el mercado o a regresar a Argentina, un país que ha ganado tracción en confianza del consumidor y en mercados internacionales tal como lo reflejan las recientes mejoras en el perfil del riesgo del país.

Libertad registró un margen operacional de 7,6% en el 4T15 y de 7,2% en 2015 impulsado principalmente por el gran crecimiento y eficiencias administrativas así como un buen margen de EBITDA recurrente en 8.3% en el 4T15 y de 7,9% en 2015 como porcentaje de los ingresos operacionales.

Crecimiento en Ventas mismos metros

En moneda local

	Colombia	Brasil	Uruguay	Argentina
1T	3,4%		11,5%	
2T	-5,9%		10,8%	
3T	1,8%	-8,3%	11,5%	26,2%
4T	0,0%	-2,3%	8,7%	26,9%
2015	-0,2%	-1,2%	10,6%	26,7%

Balance General Consolidado

En millones de pesos colombianos

	Diciembre 2015	Diciembre 2014	% Var
ACTIVOS	51.958.453	11.298.833	359,9%
Activos Corrientes	23.894.735	4.606.088	418,8%
Efectivo y Equivalentes	10.068.717	2.953.938	240,9%
Inventarios	8.702.015	1.244.231	599,4%
Otros	5.124.003	407.919	1156,1%
Activo no corrientes	28.063.718	6.692.745	319,3%
Plusvalía	6.522.208	1.592.133	309,7%
Activos intangibles	3.706.065	82.070	4415,7%
Propiedades, Planta y Equipo	11.951.037	3.005.793	297,6%
Propiedades de Inversión	1.083.600	754.775	43,6%
Inversiones en asociadas y joint ventures	304.102	1.052.157	-71,1%
Otros	4.496.706	205.817	2084,8%
PASIVOS	36.129.398	3.319.067	988,5%
Pasivo corriente	24.809.097	3.119.644	695,3%
Cuentas por pagar	18.336.741	2.646.415	592,9%
Obligaciones financieras	3.922.558	7.917	N/A
Otros pasivos financieros corrientes	32.602	158.085	-79,4%
Otros	2.517.196	307.227	719,3%
Pasivos no Corrientes	11.320.301	199.423	5576,5%
Obligaciones financieras de largo plazo	6.707.561	36.416	18319,3%
Cuentas por pagar	34.189	572	5877,1%
Otros	4.578.551	162.435	2718,7%
PATRIMONIO	7.528.460	7.705.007	-2,3%
Interés minoritario en compañías consolidadas	8.300.595	274.759	2921,0%
Patrimonio de los accionistas	15.829.055	7.979.766	98,4%

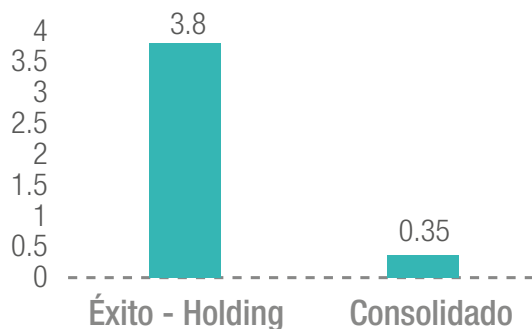
Endeudamiento

La deuda neta en 2015 cerró en aproximadamente \$3.6 billones a nivel de la casa matriz y en \$714,000 millones a nivel consolidado. Grupo Éxito refinanció su deuda a nivel holding el año anterior, con el fin de optimizar su estructura de capital, por consiguiente, el período de madurez pasó de 3.4 a 4.3 años. En una base proforma, el indicador consolidado de Deuda Neta/Ebitda a fin del año fue de 0.3x y de 3.8x a nivel de la holding.

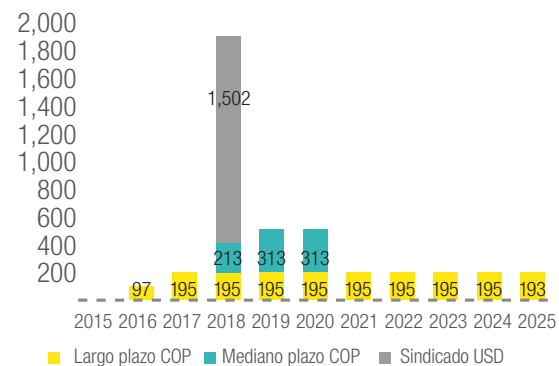
De acuerdo con lo anterior, la estructura de deuda al finalizar el 2015 consistió en un préstamo a 10 años por \$1.85 billones, uno a 5 años por \$838,000 millones, un crédito rotativo a 12 meses por \$400.000 millones indexados a IBR+3.5% aproximadamente y un crédito sindicado en dólares por USD450 millones indexado a LIBOR+1.75% aproximadamente.

Grupo Éxito cuenta con indicadores de deuda saludable y una madurez adecuada de la deuda

DFN / Ebitda



Vencimientos de deuda Éxito



Estado de Flujo de Efectivo

Consolidado Resumido

(En millones de pesos Colombianos)

	2014	2015	%Var 15/14
Ganancia (pérdida)	512.033	572.501	11,8
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	947.185	9.888.989	944,0
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(403.177)	(5.220.260)	1194,8
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(355.982)	2.506.692	-804,2
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	188.026	7.175.421	3716,2
antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio			
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	11.007	(10.817)	-198,3
Ajustes por Interés minoritario	37.743	(49.825)	#REF!
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	236.776	7.114.779	2904,9
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2.717.162	2.953.938	8,7
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	2.953.938	10.068.717	240,9

CapEx

	Aperturas					Total Almacenes		CAPEX Orgánico	
	4T15		FY2015			FY2015		FY2015	
	Almacenes	m ²	Almacenes	m ²	% Var 15/14	Almacenes	m ² (miles)	Millones de pesos	% Capex para Expansión
Grupo Éxito	53	70.104	175	144.102		2.606	3.864	929.091	64%
Brasil	24	41.600	117	105.700	3,8%	1.941	2.820	343.745	57%
Colombia	25	27.673	47	35.735	4,3%	573	846	481.302	72%
Uruguay	4	831	11	2.667	3,3%	65	83	78.266	45%
Argentina	0	0				27	115	25.777	63%

El Capex consolidado del Grupo fue de \$5.6 billones en 2015. La Compañía invirtió cerca de 84% para financiar su expansión inorgánica, 10% en expansión orgánica y 6% en mantenimiento y soporte a sus estructuras operacionales, actualizando los sistemas de Tecnología informática y logística.

Respecto a la expansión retail, la estrategia se focalizó en el crecimiento de áreas de alto tráfico y en los formatos que mejor se adaptaran al mercado en todos los países donde opera la Compañía.

En Colombia, la expansión retail en el 4T15 se dio con la apertura de 25 almacenes, entre estos: 6 Carulla, 16 Éxito y 3 Surtimax. En 2015, la expansión retail en el país superó los presupuestos con la apertura de 47 almacenes y un área adicional de cerca de 36,000 metros cuadrados, con un incremento en área de ventas del 4.3%.

En 4T15 en la operación de Brasil se invirtió el 68% del capex en el segmento de alimentos y 20% en Via Varejo. Se abrieron 24 almacenes entre estos, 1 Pao de Acucar, 6 Minimercados Extra, 9 Minuto Pao de Acucar, 7 Assaí y 1 Casas Bahía. Para 2015, se realizaron 117 aperturas, 90 en el segmento de alimentos y 27 en no alimentos bajo la marca Casas Bahía. De igual forma, en GPA se llevaron a cabo remodelaciones en alimentos, especialmente en la marca Extra, la cual finalizó el año con 62 almacenes renovados las cuales representaron aproximadamente el 25% de las ventas del formato.

Via Varejo también renovó 176 almacenes para la categoría de telefonía móvil con un incremento en el surtido y más servicios, 121 almacenes para esta nueva categoría mejorada y 81 conversiones para mejorar su desempeño.

En Uruguay, la expansión retail alcanzó 11 almacenes y un 3.3% de incremento en áreas. En este país, Grupo Éxito lanzó la estrategia del formato de conveniencia bajo la marca Devoto con 10 almacenes, de los cuales 5 abrieron durante el cuarto trimestre del año. Adicionalmente, la Compañía adquirió la tienda Hiper Ahorro que está ubicada en la ciudad de Libertad.

En el consolidado neto, Grupo Éxito alcanzó 2.606 almacenes, geográficamente distribuidos en 573 en Colombia, 1.941 en Brasil, 65 en Uruguay y 27 en Argentina. El área total en 2015 superó los 3.8 millones de metros cuadrados.

Hechos destacados del 2015

Fortalecimiento de su estrategia omnicanal

- La Compañía consolidó su estrategia virtual y totalizó 110 almacenes en Colombia equipadas con catálogos virtuales con una gran oferta de productos para sus clientes.
- El servicio Click & Collect se posicionó como una estrategia innovadora. La Compañía alcanzó 258 puntos de entrega con más de 48,000 órdenes on-line hacia los almacenes en Colombia.
- Éxito implementó su estrategia Marketplace a través de los sitios éxito.com y Cdiscount.com y de igual forma lanzó una versión móvil de éxito.com. Las actividades on line empezaron en Uruguay con el lanzamiento de la versión móvil de Devoto y el rediseño de Devoto.com, el cual produjo un incremento en ventas de cerca del 40%. Así mismo, lanzó la plataforma para Geant.com con una oferta inicial de productos de no alimentos.
- Grupo Éxito alcanzó 1.095 aliados Surtimax en 166 ciudades de Colombia y continuó ganando participación de mercado en el segmento de Descuento.

Los Negocios complementarios continuaron como los grandes contribuyentes a los resultados de la Compañía

- La tarjeta de crédito Éxito finalizó el año con más de 1.8 millones de tarjetas en el mercado. La Compañía también lanzó otra tarjeta de crédito, franquiciada con MasterCard para dar un acceso universal de compras a los clientes.
- “Movil Éxito” alcanzó más de 700 mil usuarios en 2015, un crecimiento del 100% versus el año anterior.
- “Viajes Éxito” permaneció como el jugador dominante del mercado en términos de paquetes turísticos para destinos nacionales.
- El negocio de seguros “Seguros Éxito” en alianza con Grupo Sura, alcanzó cerca de 1 millón de clientes, un 25% más comparado con el año 2014.

Grupo Éxito continuó fortaleciendo su negocio inmobiliario en toda la región

- En Colombia, Grupo Éxito abrió 35 mil metros cuadrados de GLA en 2015, el 13% de incremento se debió principalmente a la apertura de los centros comerciales VIVA Wajira and VIVA Palmas. El negocio inmobiliario completó más de 310,000 m2 de área arrendable en 11 centros comerciales y 17 galerías comerciales en el país.
- Los proyectos Viva Barranquilla, Viva La Ceja y Viva Envigado están bajo construcción. Viva Envigado contará con un área de GLA de más de 100.000 m2 y se espera su apertura para el segundo semestre de 2018.
- En Brasil, el negocio inmobiliario también tuvo un buen desempeño con un incremento del 21% en los ingresos. La Compañía llevó a cabo remodelaciones en algunos de los centros comerciales mejorando la tasa de ocupación por encima del 90%, con un total de 343.000 m2 de GLA.
- En Argentina, la Compañía inauguró la ampliación de la galería “Paseo Lugones” en la ciudad de Córdoba con 35.000 m2 de GLA. La Compañía también inició la construcción de los proyectos Chaco, Salta, San Luis y Córdoba, aperturas esperadas para este año agregando 20,000 m2 de GLA. Libertad es actualmente el tercer jugador más importante de centros comerciales en el país con más de 145.000 m2 de GLA.

Grupo Éxito completó cerca de 790.000 m2 de GLA entre Colombia, Brasil y Argentina, haciendo de la Compañía uno de los operadores más grandes de centros comerciales en Sur América.

Actividades de Sostenibilidad y con Grupos de Interés

Por otra parte, Grupo Éxito fue la única compañía de retail incluida en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones para mercados emergentes, como un reconocimiento por su compromiso con las mejores prácticas en sostenibilidad. De igual forma, la Bolsa de Valores de Colombia entregó el Reconocimiento Relación con Inversionistas a Grupo Éxito por adoptar voluntariamente las mejores prácticas en este campo.

Grupo Éxito también patrocinó la película “Colombia Magia Salvaje”, la cual resalta la biodiversidad del país así como la responsabilidad de todos para preservarla.

Estrategia Internacional de la Compañía

Grupo Éxito constituyó un comité de sinergias para administrar las operaciones Latam, compuesto por ejecutivos clave para definir e implementar las actividades de sinergias entre países.

Los beneficios iniciales en 2015 fueron de USD5 millones, provenientes principalmente de condiciones regionales de compra con proveedores de productos y servicios.

18 proyectos en ejecución con la contribución de Brasil, Colombia, Uruguay y Argentina en términos de fidelización, condiciones de compra, lanzamiento de nuevos formatos y centralización de las actividades de soporte, entre otras.

Implementación de las mejores prácticas comerciales, con la apertura del primer formato de Cash & Carry en Colombia, la apertura del formato de proximidad en Uruguay, el fortalecimiento del modelo dual Retail-Real Estate en Argentina y la implementación del modelo del negocio textil en Brasil y Argentina.

Número de almacenes y área de ventas por País

Colombia

Marca	Stores	Área de ventas (m ²)
Éxito	262	622.259
Carulla	100	83.438
Surtimax	153	82.454
Super Inter	58	58301
Total Colombia	573	846.452

Uruguay

Marca	Stores	Área de ventas (m ²)
Devoto	34	34.810
Disco	29	31.450
Geant	2	16.439
Total Uruguay	65	82.699

Brasil

Marca	Stores	Área de ventas (m ²)
Pao de Acucar	185	237.000
Extra hiper	137	803.000
Extra super	199	228.000
Minimercado Extra	249	79.000
Minuto Pao de Acucar	62	
Assaí	95	373.000
Pontofrio	254	166.000
Casas Bahía	760	934.000
Total Brasil	1.941	2.820.000

Argentina

Marca	Stores	Área de ventas (m ²)
Libertad	15	112.634
Mini Libertad	12	1.875
Total Argentina	27	114.509

TOTAL	2.606	3.863.660
--------------	--------------	------------------

Almacenes Éxito S.A.

(BVC: EXITO)



Le invita a participar en su teleconferencia de resultados del
Cuarto Trimestre de 2015



Fecha: Martes, 1 de marzo de 2016

Hora: 9:00 a.m. hora New York
9:00 a.m. hora Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente

Filipe Da Silva, Vicepresidente Financiero y Administrativo

María Fernanda Moreno, Directora de Relación con Inversoristas

Para participar, por favor, marque:

U.S. gratuito 877.809.8690

Colombia gratuito: 01800.913.0176

Internacional (marcación fuera de Estados Unidos): +706.634.6560

Número de identificación de la teleconferencia: 44962866

Almacenes Éxito S.A. publicará su reporte de resultados del cuarto trimestre de 2015 el lunes, 29 de febrero de 2016 después del cierre del mercado.

Los resultados del cuarto trimestre de 2015 estarán acompañados de un audio webcast con presentación disponible en la página web de la compañía www.grupoexito.com.co bajo "Inversoristas" o en <http://services.choruscall.com/links/exito160301>

Para más información contáctese con:

Relación con Inversoristas, Almacenes Éxito S.A. Tel: (574) 339 6560
exitoinvestor.relations@grupo-exito.com



Declaraciones:

Este comunicado contiene declaraciones basadas en expectativas para el futuro. Esta información, al igual que las declaraciones sobre expectativas y eventos futuros, están sujetas a riesgos y factores que pueden causar que los resultados, desempeño y logros de la empresa cambien en cualquier momento. Estos factores incluyen cambios generales en la industria de ventas al por menor, condiciones económicas, políticas, gubernamentales y comerciales tanto nacionales como internacionales así como también variaciones en las tasas de interés, inflación, volatilidad en las tasas de cambio y niveles de impuestos. Como resultado de estos riesgos y factores, los resultados actuales pueden diferir materialmente de las estimaciones proveídas. La empresa no acepta responsabilidad por cualquier variación o por la información suministrada por fuentes oficiales.

Contacto:

Dirección de Relación con Inversionistas
Teléfono (574) 339 65 60
E-mail: exitoinvestor.relations@grupo-exito.com
www.grupoexito.com.co