

Almacenes Éxito S.A.

Estados Financieros Consolidados

2T18

Envigado, Colombia, Agosto 14 de 2018 - Almacenes Éxito S.A. ("Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el segundo trimestre de 2018, período terminado el 30 de junio de 2018 (2T18). Todas las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

Crecimiento del margen por mejor desempeño operacional en todas las Unidades de Negocio

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- **Ingresos Operacionales Consolidados aumentaron 8.7%** ⁽¹⁾ impulsados por el incremento en ventas en todos los países en moneda local y el sólido aumento del 42.8% ⁽¹⁾ de Otros ingresos operacionales.
- **Margen Operacional recurrente** registró un incremento de 40 pb a 6.5%.
- **EBITDA recurrente** aumentó en la región y el margen ganó 70 pb a 5.6% ⁽²⁾.
- **La Utilidad Neta del Grupo** creció 71.8% a \$119.004 M en 2T18 comparado con \$69.263 M obtenidos en 2T17.

Operacionales

- El crecimiento en ventas en moneda local y las eficiencias operacionales impulsaron el sólido desempeño de los márgenes en todas las operaciones.
- El piloto de Puntos Colombia se lanzó en Pereira en 2T18 (la operación total comenzó en Agosto 1 de 2018).
- CAPEX consolidado de \$873.293 M en 2T18 (53% expansión).
- Proyectos inmobiliarios en Colombia cerca de su finalización en 4T18: 92% de Viva Envigado y 80% de Viva Tunja.
- Sinergias en camino a alcanzar un beneficio anual recurrente de USD120 M hacia finales de 2018.

Perspectivas

- Beneficio anual recurrente de sinergias por aproximadamente USD120 M.
- Recuperación de mediano plazo esperada en Colombia.
- Foco en actividades de control de costos y gastos.
- Expansión en formatos de alto retorno, tales como cash and carry, en Brasil y Colombia.
- Alto potencial de las conversiones de almacenes y renovaciones de las de segmento premium.

"Los resultados del 2T18 reafirman la relevancia de la contribución internacional al Desempeño de Grupo Exito y reflejan una importante contribución a los márgenes de la operación en Colombia. El desarrollo consistente de propuestas en la región apalancadas por innovaciones tales como el modelo Fresh Market, el Cash and Carry y los canales de venta directa, le permitieron a Grupo Éxito liderar el retail en Sur América. In Colombia, por ejemplo, la monetización del tráfico y la sólida contribución de los negocios complementarios, particularmente el inmobiliario, impulsaron el fuerte desempeño. Brasil continuó reportando resultados consistentes los cuales mejoraron por la recuperación de Multivarejo. En Uruguay y Argentina, nuestro desempeño positivo derivó de una adecuada propuesta comercial y una mejora en productividad. El plan de sinergias continúa en marcha para capturar USD120 M en EBITDA recurrente en 2018. Los positivos resultados del trimestre, nos hace confiar en Grupo Éxito para continuar trabajando en el desarrollo de estrategias innovadoras en la región y fortalecer la eficiencia de la Compañía a todo nivel", indicó **Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito.**

¹⁾ Excluyendo el efecto negativo de TC de 10.7% en los Ingresos Operacionales y de 11.4% en el EBITDA recurrente. ⁽²⁾ Excluyendo el efecto de los créditos fiscales de Brasil.

I. Desempeño Financiero y Operacional Consolidado

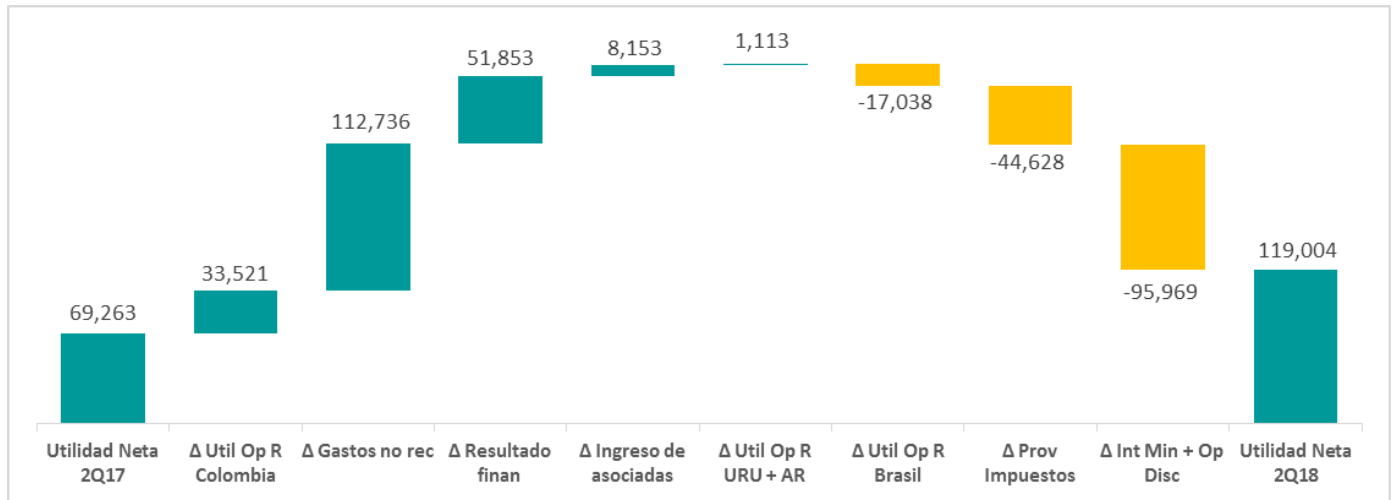
Estado de Resultados Consolidado	2T18	2T17	%Var	1S18	1S17	%Var
	Millones de pesos	Millones de pesos		Millones de pesos	Millones de pesos	
Ventas netas	12,598,247	13,053,737	-3.5%	26,117,317	26,386,981	-1.0%
Otros ingresos	282,343	213,984	31.9%	507,061	406,653	24.7%
Ingresos Operacionales	12,880,590	13,267,721	-2.9%	26,624,378	26,793,634	-0.6%
Utilidad bruta <i>Margen bruto</i>	3,432,313 26.6%	3,623,224 27.3%	-5.3%	6,693,536 25.1%	6,910,494 25.8%	-3.1%
Gastos de Administración y Ventas <i>GA&V/Ingresos Operacionales</i>	-2,601,188 -20.2%	-2,809,695 -21.2%	-7.4%	-5,424,856 -20.4%	-5,671,706 -21.2%	-4.4%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	831,125 6.5%	813,529 6.1%	2.2%	1,268,680 4.8%	1,238,788 4.6%	2.4%
Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito <i>Margen neto</i>	119,004 0.9%	69,263 0.5%	N/A	128,988 0.5%	61,670 0.2%	N/A
EBITDA recurrente <i>Margen EBITDA recurrente</i>	1,066,086 8.3%	1,058,911 8.0%	0.7%	1,759,691 6.6%	1,733,116 6.5%	1.5%
Utilidad bruta excluyendo ajuste <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	3,086,426 24.0%	3,212,405 24.2%	-3.9%	6,347,649 23.8%	6,499,675 24.3%	-2.3%
EBITDA recurrente excluyendo ajuste <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	720,199 5.6%	648,092 4.9%	11.1%	1,413,804 5.3%	1,322,297 4.9%	6.9%

(1) Datos excluyen el efecto de los créditos fiscales (2) Excluye el efecto negativo de TC 10.7% en ventas y de 11.4% en EBITDA recurrente Nota: Cifras no incluyen a Via Varejo S.A. (clasificada como discontinua). Diferencias en 2T17 versus las registradas en 2017 están asociadas a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación

- **Ingresos Operacionales Consolidados en 2T18** aumentaron 8.7% ⁽²⁾ impulsados por el desempeño de las ventas netas en todos los países y la gran contribución de los negocios complementarios que crecieron 42.8% ⁽²⁾. **Las Ventas Netas consolidadas** totalizaron \$12.6 B en 2T18, beneficiadas por los 53 almacenes abiertos en los últimos 12 meses.
- **Margen bruto** decreció 70 pb a 26.6% y registró 20 pb de disminución a 24.0% como porcentaje de los Ingresos Operacionales al excluir el efecto de los créditos fiscales de Brasil. El margen bruto reflejó el efecto positivo de las operaciones de Brasil en la mezcla de ventas.
- **Gastos de Administración y Ventas** continuaron disminuyendo y registraron una reducción de 100 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 2T18 versus el mismo período del año anterior. Los menores gastos se deben a los planes de acción claros que incrementaron la productividad en todos los países.
- **Margen Operacional Recurrente** aumentó 40 puntos básicos comparados con el mismo período del año 2017 principalmente por menores niveles de gasto en todas las unidades de negocio.
- **EBITDA recurrente** creció por encima de las ventas alcanzando \$1.066.086 M. **El margen de EBITDA recurrente** aumentó 30 pb a 8.3% mientras que el margen creció 70 pb a 5.6% como porcentaje de los ingresos operacionales al

excluir el efecto de créditos fiscales de Brasil. El margen de EBITDA recurrente mejoró debido a un mejor desempeño operacional en toda la región, principalmente en Brasil y Colombia.

- **Utilidad Neta del Grupo** en 2T18 aumentó 71.8% para un total de \$119.004 M comparados con \$69.263 M obtenidos durante el mismo período de 2017.



La **Utilidad Neta del Grupo** reflejó principalmente:

- La productividad que impulsó el desempeño operacional en todos los países, principalmente de Colombia.
- Un efecto positivo de la disminución de los gastos no recurrentes relacionados con una estructura más plana y optimizada
- Menores gastos financieros por tasas repo más bajas (Bra (1) -375 pb, Col (1) -200 pb)
- Utilidad Operacional Recurrente de las operaciones internacionales negativamente afectadas por el efecto del TC.

Utilidad por acción (UPA)

- Utilidad diluida por acción fue de \$265,87 por acción en 2T18 vs \$133,78 in 2T17.

CAPEX

- **Inversiones consolidadas** en 2T18 alcanzaron un total de \$873.293 M. De esta suma, 53% se destinó a la expansión retail e inmobiliaria así como a las conversiones; el resto fue para mantenimiento y soporte de estructuras operacionales, actualización de tecnología informática y logística.
- En Colombia, el CAPEX fue de \$143.815 M en 2T18 de los cuales el 50% correspondió al negocio inmobiliario, incluyendo la construcción de los proyectos Viva Envigado y Viva Tunja.
- En Brasil, la inversión se enfocó en la expansión de Assaí a través de aperturas y conversiones así como de renovaciones de almacenes Pão de Açúcar.

Expansión en Retail de alimentos

- En 2T18, Grupo Éxito abrió 13 almacenes en la región y totalizó 53 almacenes en los últimos 12 meses.
- En Colombia, la Compañía abrió 7 almacenes: 1 Éxito, 2 Super Inter y 4 Surtimayorista (de conversiones). En Brasil, se abrieron 3 Assaí (1 convertido de Extra Hiper). En Uruguay, 3 almacenes abrieron bajo la marca Devoto express.
- Grupo Éxito finalizó el período con 1.556 almacenes de alimentos, geográficamente diversificados así: 559 almacenes en Colombia, 881 in Brasil, 87 en Uruguay y 29 en Argentina. El total de almacenes no incluye farmacias, estaciones de gasolina y los de la operación discontinua de Vía Varejo. El área de ventas total consolidada alcanzó 2.79 M sqm..

Expansión Inmobiliaria

- En Colombia, la Compañía avanzó en la construcción de Viva Envigado, la cual alcanzó el 92% de avance en la obra al igual que Viva Tunja con un 80%. Estos centros comerciales se espera que abran en el 4T18.

Estructura de Deuda

- Grupo Éxito obtuvo un crédito por EUR 400 M a través de Segisor S.A., la subsidiaria que controla la operación en Brasil y sobre la cual la Compañía tiene una participación accionaria del 50%.
- Con los recursos obtenidos del mencionado crédito, la Compañía está reduciendo su endeudamiento a nivel de la holding en aproximadamente \$670.000 M. Esto representa una reducción de la deuda financiera bruta a nivel holding de aproximadamente 15%.
- La Fuente de pago de este nuevo crédito será una porción de los dividendos futuros ordinario que Segisor S.A. recibirá de CBD (Grupo Pao de Açúcar).
- Todo lo anterior hace parte de la estrategia constante de Grupo Éxito para optimizar su estructura de deuda, el costo financiero y propósito.

Logros en Sostenibilidad

- Grupo Éxito fue reconocido por la Oficina de Transparencia de la Presidencia de la Republica como una de las 13 “Empresas Activas en Anticorrupción – Negocios con Principios”. La Oficina de Transparencia evaluó 10 aspectos en 23 compañías las cuales aplicaron voluntariamente para acceder a la implementación y uso de políticas y procedimientos de prevención, control interno y mitigación de riesgos de corrupción.
- La estrategia de sostenibilidad de la Compañía y las prácticas anti-corrupción fueron también reconocidas con el premio otorgado por ANDESCO en la categoría de “Mejor Gran Compañía de Otro sector en Colombia” en su 20º evento anual e internacional. ANDESCO es la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Públicos y Comunicaciones y evaluó 23 compañías en esta categoría en cinco aspectos: el trabajo, el mercado, ambientes social y de gobierno corporativo por jueces

Actividades estratégicas en la región de Latinoamérica

Actividades para mejorar las ventas y el desempeño operacional y financiero:

- ✓ Ejecución del plan de excelencia operacional en todos los países para mantener el crecimiento de los gastos de administración y ventas creciendo por debajo de los niveles de inflación.
- ✓ Ejecución del Plan de Sinergias: Beneficios recurrentes anuales por sinergias de USD120 M esperados para finales de 2018 (USD100 M obtenidos en 2017) provenientes de:
 - 28 iniciativas.
 - Actividades de compras conjuntas con ahorros a nivel del costo.
 - Expansión en formatos clave: Col y Bra: Cash & Carry; Uru: Proximidad.
 - Fortalecimiento del modelo textil en los cuatro países.
 - Implementación adicional del modelo de Fresh Market en Almacenes premium..

Expansión en Formatos Clave:

- ✓ Expansión rentable en todos los países.
- ✓ Expansión del Cash & Carry: 28 almacenes entre aperturas y conversiones (8 en Col, 20 en Bra).
- ✓ Conveniencia en Uruguay (8 to 10 almacenes).
- ✓ Actividades de remodelación de Almacenes en Brasil (20 Pão de Açúcar).

Monetización del tráfico:

- ✓ “Puntos Colombia” alianza en Colombia con inicio de operaciones en el 1S18.
- ✓ Fortalecimiento del programa de fidelización en Brasil con el desarrollo adicional de la aplicación “Meu Desconto”.
- ✓ Prioridad al modelo dual Retail - Real Estate en Argentina.
- ✓ Expansión de Viva Malls en Colombia con la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja.

II. Desempeño Financiero y Operacional por país

Ventas Netas – Colombia

En M COP	2T18			Ajustado por efecto calendario ⁽¹⁾		1S18			Ajustado por efecto calendario ⁽¹⁾	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
Total Colombia	2,532,112	0.8%	0.2%	-0.8%	-1.3%	5,107,929	-0.1%	-1.1%	-1.1%	-2.1%
Éxito	1,712,440	1.2%	1.2%	-1.3%	-1.3%	3,481,553	0.2%	-0.4%	-1.2%	-1.8%
Carulla	368,628	0.5%	0.4%	0.8%	0.7%	730,472	-0.3%	-0.3%	-0.5%	-0.5%
Surtimax + Super Inter	336,529	-9.2%	-10.7%	-8.9%	-10.4%	685,365	-8.8%	-9.7%	-8.9%	-9.8%
B2B(2) + Otros	114,515	36.5%	48.1%	36.5%	48.1%	210,539	33.8%	43.7%	33.8%	43.7%

(1)) Variaciones en las ventas netas totales y mismos metros en Colombia incluyen el ajuste por efecto calendario de 1.5% en 2T18 y de 1.0% en 1S18 (2) SM & SI: Surtimax y Super Inter (3) B2B & Otros: Ventas de Surtimayorista, aliados, institucionales y terceros.

- En Colombia, se registró un comportamiento mixto de las variables macro durante el 2T18. El desempleo fue de 9.1% a Junio 30 de 2018 (más alto comparado con 8.7% del mismo periodo del año anterior pero inferior al de los últimos 12M. Las tasas de interés disminuyeron 50 pb durante el año a 4.25% en 2T18, mientras que disminuyeron 200 pb comparado con el mismo período de 2017. La inflación fue inferior con 3.2% en 2T18 versus 3.99% en 2T17, mientras que registró un aumento comparado con el 3.14% del 1T18. La inflación de alimentos fue de 1.74% en 2T18 versus 1.37% en 2T17, y aumentó de 0.98% en 1T18. Los datos macro, junto con una política clara hacia el futuro en el país, contribuyen positivamente al sentimiento del consumidor con un índice que continuó su recuperación y alcanzó 15.5% en Junio de 2018, el nivel más alto desde Febrero de 2015 (+27.2 pp versus el mismo período del año anterior). La tendencia macro positiva apalancó el crecimiento de las ventas retail, las cuales registraron un nivel del 6.2% en 2T18, excluyendo vehículos y combustibles.
- Las **Ventas Netas** de Grupo Éxito en Colombia alcanzaron \$2.53 billones y aumentaron 0.8% en 2T18 (con una contracción de 0.8% ajustadas por efecto calendario). Las Ventas Netas incluyeron una mayor participación de la categoría de no alimentos (+230 pb a 28%) y específicamente por las categorías de hogar y electrónica, impulsadas por la Copa Mundial de Fútbol. Las Ventas Netas también aumentaron por la contribución de 22 almacenes abiertos en los últimos 12 meses y las mayores ventas del Omnicanal (+26%) y Surtimayorista (+62.5%) en 2T18 versus el mismo período del año anterior.
- Las **ventas mismos metros** (SSS) en Colombia aumentaron 0.2% (una contracción de 1.3% al ajustarlas por el efecto calendario). Las ventas netas y mismos metros en Colombia durante el 2T18 reflejaron una mejor tendencia al compararlas con los niveles vistos en los últimos cuatro trimestres.
- El segmento **Éxito** representó aproximadamente 68% de las ventas en Colombia y el desempeño mejoró en todas las regiones en Colombia. La marca reportó un incremento tanto en las ventas totales como en mismos metros de 1.2% (-1.3% al ajustarlas por efecto calendario). A nivel de mismos metros, la tendencia mejoró en los dos últimos trimestres. Estos resultados se vieron beneficiados por el crecimiento en categorías de no alimentos, tales como hogar, textiles y electrónica, impulsadas principalmente por la Copa Mundial de Fútbol.

Carulla y Surtimax & Super Inter cada uno representaron aproximadamente 14% de las ventas en Colombia.

- El segmento **Carulla** reportó incremento en ventas totales y mismos metros de 0.5% y 0.4% respectivamente (0.8% y 0.7% respectivamente al ajustarlas por el efecto calendario). Es así como la tendencia de ventas en 2T18 continuó mejorando comparada con los niveles vistos en los últimos 3 trimestres, y los mismos metros mejoraron versus la tendencia de los últimos 5 trimestres. Las ventas se beneficiaron principalmente de las categorías de frescos, hogar y textiles. Entre los hechos a destacar se encuentra el desempeño positivo de la marca en regiones tales como la del Eje Cafetero y Cali, así como la recuperación en Bogotá que claramente se benefició del modelo Fresh Market implementado en un tercer almacén, Carulla Pepe Sierra. Los almacenes con el modelo Fresh Market aumentaron ventas en 10.2% en Junio, cuando entraron en operación los 3 almacenes.
- Surtimax & Super Inter** experimentaron una contracción en ventas totales y mismos metros de 9.2% y 10.7% respectivamente (-8.9% y 10.4% respectivamente al ajustarlas por el efecto calendario). El desempeño de las ventas continúa afectado por la tendencia deflacionaria, principalmente por el -7.7% en categorías clave (aceite, azúcar y arroz) así como por la expansión no rentable de los competidores en los mercados clave para las marcas, Cali y el Eje cafetero, lo cual se compara con los niveles de rentabilidad operacional registrados por nuestras marcas. Para compensar estos efectos, la Compañía está trabajando por mejorar las estrategias de precio y comerciales, actividades de fidelización y revisión del surtido de productos para mejorar la logística.
- Las ventas del segmento **B2B y Otros** aumentó su contribución a la mezcla de ventas en Colombia en 120 pb a 4.5% en el 2T18. Las ventas netas aumentaron 36.5% en el trimestre y un 48.1% a nivel de ventas mismos metros al ajustarlas por el efecto calendario. Este resultado se debió principalmente a la expansión de Surtimayorista con 4 almacenes abiertos en 2T18, para un total de 12 almacenes en los últimos 12 meses. La marca continuó aumentando las ventas en cerca de 2x después de conversiones, registrando un 62.5% de aumento en ventas con márgenes EBITDA positivos.

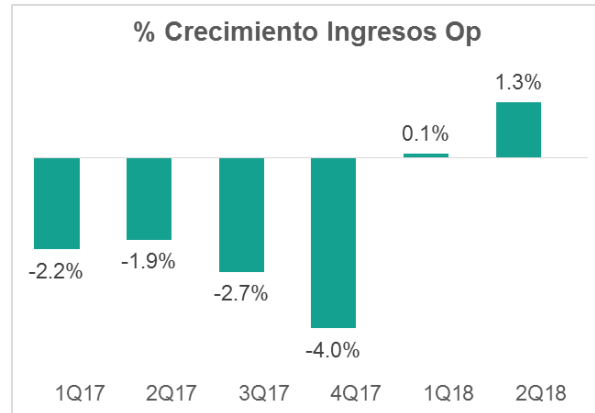
Desempeño Operacional en Colombia

Colombia	2T18	2T17	2T18/17	1S18	1S17	1S18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	2,532,112	2,513,016	0.8%	5,107,929	5,115,122	-0.1%
Otros Ingresos	146,280	130,219	12.3%	269,650	224,255	20.2%
Ingresos Operacionales	2,678,392	2,643,235	1.3%	5,377,579	5,339,377	0.7%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	659,525 24.6%	643,485 24.3%	2.5%	1,314,547 24.4%	1,323,545 24.8%	-0.7%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-563,701 -21.0%	-581,182 -22.0%	-3.0%	-1,171,143 -21.8%	-1,172,306 -22.0%	-0.1%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	95,824 3.6%	62,303 2.4%	53.8%	143,404 2.7%	151,239 2.8%	-5.2%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	154,908 5.8%	123,324 4.7%	25.6%	262,217 4.9%	273,509 5.1%	-4.1%

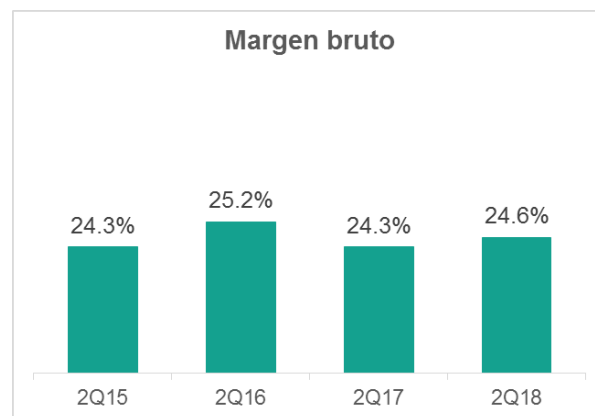
Note: El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Exito S.A. y sus subsidiarias en el país. Las diferencias en la base del 2T17 versus la reportada en 2017 está asociada a las reclasificaciones a nivel del costo y el gasto para efectos de comparación.

- Los Ingresos Operacionales** del trimestre crecieron 1.3% impulsados por el sólido aumento de otros ingresos (+12.3%) principalmente por los negocios complementarios (+31.9%) y un desempeño positivo de las Ventas Netas (0.8%). **Otros ingresos Operacionales** representaron el 5.5% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en

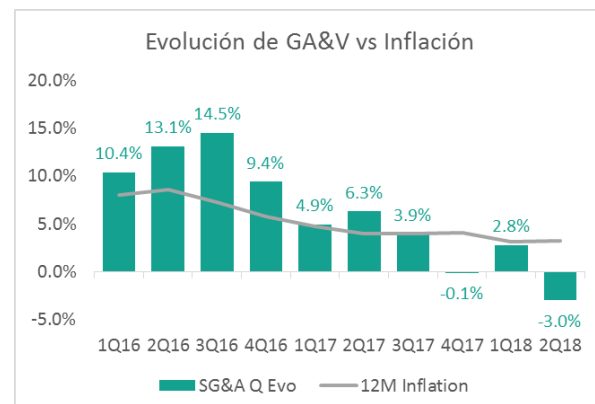
2T18, los 60 puntos básicos de ganancia año a año refleja principalmente el buen desempeño del negocio inmobiliario y el financiero. La recuperación de las ventas y la contribución de los negocios complementarios impulsaron el crecimiento en 2T18, una continuación de la tendencia vista en el 1T18 así como un cambio positivo comparado con la tendencia negativa de los ingresos operacionales vistos durante 2017.



- **Margen Bruto** en 2T18 aumentó 30 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales beneficiado por el efecto volumen y mayores ventas, menor merma y una sólida contribución de los negocios complementarios.



- **Gastos de Administración y Ventas** en Colombia registraron una disminución de 100 pb como porcentaje de los Ingresos operacionales. El nivel de gastos reflejó el resultado de un plan de acción enfocado principalmente en las iniciativas de productividad tales como el proceso de simplificación en los centros de distribución, la optimización laboral soportada en mejora de las métricas operativas en los almacenes, y ahorros derivados del control de gastos y menores gastos de arrendamiento.



- **Margen Operacional Recurrente** aumentó 120 pb a 3.6% y el margen de **EBITDA recurrente** creció 110 pb a 5.8% en 2T18 en Colombia. Los márgenes reflejaron la mejora en el control de gastos y costos impulsados por una mayor productividad y dilución del crecimiento de las ventas.

Actividades Estratégicas implementadas en Colombia

Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional

- ✓ Implementación del modelo “Fresh Market” en los Almacenes Carulla con la finalidad de innovar en la categoría de frescos, renovar los almacenes y mejorar el diseño y presentación. Adicionalmente, incluyen actividades digitales, tales como aplicaciones, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la oferta de productos clave tales como eventos de vino, pasta, quesos, café, obras de teatro etc., relacionadas con la marca premium.
- ✓ Fortalecimiento del portafolio de productos para garantizar el precio más bajo disponible con productos básicos los cuales buscan competir dentro del mercado de bajo costo.
- ✓ Ejecución del programa de excelencia operacional para mantener los gastos de administración y ventas creciendo por debajo de la inflación.

Expansión en formatos clave:

- ✓ Expansión rentable a través de Almacenes Cash & carry para competir vs el mercado formal e informal. Este formato opera con bajos costos y capex, impulsando sólidos retornos el cual se compara con la expansión no rentable de los formatos de descuento en Colombia. Se espera la apertura de 8 almacenes para final de año con unas ventas creciendo por encima de 2x posterior a las conversiones.

Monetización del tráfico:

- Negocio inmobiliario y Vehículo Viva Malls:
 - 14 activos.
 - Total área arrendable de 434,000 m2 a 2018.
 - Optimización de los activos de retail.
 - Viva Envigado en construcción con un avance del 92% y Viva Tunja del 80%.
- Negocios Complementarios:
 - Retail Financiero: cerca de 2.7 millones de tarjetas emitidas
 - Viajes: +270,000 clientes.
 - Seguros: +1 millón de clientes.
 - Telefonía móvil: más de 1.6 millones de líneas.
 - Corresponsal no bancario: + 5 millones de transacciones al año.
- Programa de fidelización– Puntos Colombia:
 - Lanzado en Agosto 1 de 2018, como el más grande ecosistema de emisión y redención de puntos en Colombia.
 - Primer gran programa de coalición formado por el líder del retail y el banco líder en Latam: Grupo Éxito and Grupo Bancolombia.

- Alto potencial de monetización de datos: información transaccional, de consumo y campañas de mercadeo.
 - 14.8 M clientes registrados versus 10 M inicialmente esperados.
 - Un posicionamiento diario para incrementar la relevancia y utilización en medio de diversas categorías:
 - Supermercados y & shopping
 - Comidas rápidas, restaurants y entretenimiento
 - Combustibles
 - Tarjetas de crédito
 - Una gran categoría de Viajes:
 - +300 Aerolíneas
 - +300,000 hoteles en todo el mundo
 - 50,000 oficinas de renta de vehículos y actividades en destino.
 - Opciones de pago con puntos o conjuntamente con efectivo.
- **Omnicanal:**
 - **Ventas Omni canal** (excluyendo las provenientes de Almacenes) ya representan cerca del 3.1% de las ventas totales de Grupo Éxito en Colombia y aumentaron 30% en 1S18 a \$159.000 M.
 - **Sitios Web:** Diferenciados por género: exito.com y carulla.com para alimentos y no alimentos; bronzini.com y arkitekt.com para vestuario. Las ventas aumentaron 10% en 1H18. Grupo Éxito es el líder del mercado en Colombia con más de 30 millones de visitas y 280,000 en 1S18.
 - **Aplicaciones móviles:** con exito.com y carulla.com, enfocado en ventas de alimentos con eficiencias logísticas.
 - **Market Place:** para mejorar la experiencia de compra de los clientes incluyendo múltiples vendedores quienes aumentan el número de transacciones a través del sitio web de la Compañía. En 1H18, el Market place alcanzó cerca de 1.000 vendedores y más de 65 mil productos. El negocio creció 63% en GMV.
 - **Domicilios:** para clientes de Carulla y Éxito, Servicio que fue mejorado con la alianza exclusiva formada recientemente con el líder de la última milla, Rappi, para garantizar las entregas a domicilio en menos de 35 minutos. En 1H18, la Compañía procesó más de 1.2 M órdenes de entrega de las cuales el 73% fueron a través de Rappi.
 - **Almacenes:** una red de 559 al 1S18 contribuyen a las necesidades de abastecimiento del negocio.
 - **Catálogos digitales:** disponibles en 146 almacenes en Colombia al 1H18 facilitando al cliente la experiencia de compra, las ventas crecieron un 28.4%.
 - **Click & collect:** disponible para productos de no alimentos en 300 almacenes.

Ventas Netas - Brasil

En M COP	2T18			Ajustado por efecto calendario ⁽¹⁾		1S18			Ajustado por efecto calendario ⁽¹⁾	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS	Ventas Netas	Var. Ventas Netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
Total Brasil	9,204,787	10.4%	3.9%	11.9%	5.4%	19,124,624	9.0%	4.2%	8.8%	4.0%

1) Variaciones en ventas totales y mismos metros en moneda local incluyen el efecto de las conversiones y del ajuste del efecto calendario de -1.4% en 2T18 y 0.2% en 1S18. Las ventas de alimentos en Brasil incluye Multivarejo + Assaí. Via Varejo está registrada como operación discontinua. (2) Reportada por Nielsen, cifras acumuladas para Abril y Mayo. En todos los almacenes Extra se considera la medición de los mismos metros para el segmento hipermercado. (3) SSS ajustados por el efecto del incendio en el centro de distribución.

- **Ventas Netas de GPA** relacionadas con el negocio de alimentos aumentó 10.4% en moneda local (11.9% excluyendo el efecto calendario) comparado con el mismo período del año anterior. El incremento en las ventas netas reflejó el rápido crecimiento de Multivarejo y el continuo buen desempeño de Assaí (+23.5%) el cual compensó el efecto negativo de la huelga de transportadores y la persistente tendencia deflacionaria vista especialmente durante los primeros meses del 2T18. En Brasil, se abrieron 3 almacenes Assaí durante el 2T18 (1 de conversión), otros 9 están actualmente bajo construcción y 1 está pendiente de conversión de la marca Extra. Las ventas netas en Brasil también se beneficiaron de los 21 almacenes abiertos durante los últimos 12 meses.
- **Las ventas mismos metros** crecieron 3.9% en el segmento de alimentos en Brasil en moneda local (5.4% ajustadas por el efecto calendario) debido a la recuperación de Multivarejo en todas las marcas registrando sólido crecimiento de los volúmenes y el consistente desempeño de Assaí.
- En **Assaí**, las ventas netas aumentaron 23.5% en 2T18 y se beneficiaron de una adecuada propuesta comercial, actividades conjuntas con los proveedores y la fuerte expansión con 20 almacenes abiertos en los últimos 12 meses. Las conversiones de almacenes de la marca Extra alcanzaron 17 durante los últimos 12 M y continuaron mejorando las ventas 2.5x bajo la marca Assaí. Este formato aumentó su contribución a las ventas a un 44.8% del total de las ventas netas de GPA alimentos y mejoró su competitividad debido a que la marca registró ganancias de participación de mercado (+200 pb ⁽²⁾).
Los mismos metros de Assaí aumentaron 4.7% en moneda local beneficiados por las ganancias en volúmenes y tráfico de clientes. Las ventas mismos metros de la marca fueron sólidas a pesar un efecto base fuerte así como de la consolidación de las operaciones de 2 centros de distribución y de haber sido el más afectado por la huelga de transportadores (estimado en más de -100 pb). Assaí fue premiado por el diario Folha de Sao Paulo como el “Mejor Mayorista de Sao Paulo” por tercer año consecutivo.
- **Multivarejo** registró ventas netas en 2T18 con una tendencia positiva en todas las marcas impulsadas por una mayor penetración de las actividades de fidelización y una adecuada estrategia comercial. El desempeño de Multivarejo sobresalió, considerando la tendencia aún deflacionaria y el efecto negativo de la huelga de transportadores (70 pb) y a pesar de esto ganó cuota de mercado de 100 pb⁽²⁾ in 2T18, principalmente debido a los resultados de Extra Hiper y la marca Pao de Açúcar. La aplicación “Meu Desconto” incrementó su penetración y registró alrededor de 6 millones de descargas con compras mensuales de estos clientes registrados, hasta el 35%. En **Pão de Açúcar** y **Minuto**, la estrategia de transformación digital continúa incluyendo el uso de medios digitales de pago (Apple pay, Samsung Pay, etc).
- La marca **Extra Hiper** reflejó el crecimiento en ventas mismos metros de (+4.1%⁽¹⁾) y ganancia de participación de mercado (+201 bps ⁽²⁾) debido al impacto positivo de las actividades comerciales y ofreciendo beneficios únicos para los clientes a través de su programa de fidelización. Adicionalmente, la categoría de no alimentos continuó presentando un crecimiento doble dígito a pesar de una base de comparación alta.
- **Extra Super** registró importantes ventas y recuperación de volumen y se espera que se vea beneficiado de la conversión de 20 almacenes Compre Bem con un Servicio y surtido mejorado y del piloto del “Mercado Extra” en 10 almacenes para aumentar el Servicio al cliente y la calidad de la categoría de perecederos, con el fin de ajustarse mejor al mercado y las necesidades del cliente.
- **Pão de Açúcar** fue la marca con mejor desempeño de Multivarejo. La marca se benefició de las remodelaciones de almacenes, actividades comerciales adecuadas, surtido diferenciado y alto estándar de servicio. En 2T18, se renovaron 6 almacenes y más de 20 están incluidos en el plan para 2018, adicionalmente se espera que 30 más se beneficien de las actividades para mejorar la calidad de perecederos, surtido diferenciado y servicio para ofrecer una experiencia de la más alta calidad al cliente.
- Los formatos de **proximidad** registraron aumento en SSS y en volúmenes doble dígito principalmente en la categoría de perecederos derivado de mejor surtido, precios y actividades comerciales sólidas.

Desempeño Operacional en Brasil

Brasil	2T18	2T17	2T18/17	1S18	1S17	1S18/17
	En M COPM	En M COP		En M COP	En M COP	
Segmento de Alimentos						
Ventas Netas	9,204,787	9,620,287	-4.3%	19,124,624	19,362,595	-1.2%
Otros Ingresos	112,774	67,615	66.8%	190,238	135,218	40.7%
Ingresos Operacionales	9,317,561	9,687,902	-3.8%	19,314,862	19,497,813	-0.9%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	2,471,670 26.5%	2,672,335 27.6%	-7.5%	4,716,727 24.4%	4,920,790 25.2%	-4.1%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-1,775,461 -19.1%	-1,959,088 -20.2%	-9.4%	-3,704,634 -19.2%	-3,939,262 -20.2%	-6.0%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	696,209 7.5%	713,247 7.4%	-2.4%	1,012,093 5.2%	981,528 5.0%	3.1%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	862,267 9.3%	887,410 9.2%	-2.8%	1,364,334 7.1%	1,333,366 6.8%	2.3%
Utilidad bruta excluyendo ajuste <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	2,125,783 22.8%	2,261,516 23.3%	-6.0%	4,370,840 22.6%	4,509,971 23.1%	-3.1%
EBITDA recurrente excluyendo ajuste <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	516,380 5.5%	476,591 4.9%	8.3%	1,018,447 5.3%	922,547 4.7%	10.4%

(1) Las cifras excluyen el efecto de los créditos fiscales (2) Variaciones en moneda local incluyen los efectos de conversiones y el ajuste del efecto calendario. Note : Brasil alimentos incluye Multivarejo y Assaí; Via Varejo S.A no está incluida y es clasificada como operación discontinua. Las diferencias en la base 2T17 vs la reportada en 2017 están asociadas a reclasificaciones hechas para efectos de comparación

- **Las ventas netas** de Brasil in 2T18 aumentaron 10.4% en moneda local, principalmente por las sólidas ventas de Assaí (+23.5%) y el rápido crecimiento en Multivarejo. Las ventas en pesos colombianos se vieron fuertemente afectados por un efecto negativo de tasa de cambio de 12.9%.
- **El margen bruto** disminuyó 110 pb a 26.5% mientras decreció 50 pb a 22.8% de margen como porcentaje de los Ingresos Operacionales, al excluir el efecto de los créditos fiscales de Brasil en 2T18 comparado con el mismo período del año anterior. El margen en moneda local reflejó un nivel estable en Multivarejo producto de una actividad comercial acertada y el desempeño de Assaí impulsado por la expansión, la madurez de los almacenes y el efecto positivo de las conversiones.
- **Gastos de Administración y ventas** disminuyeron 110 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales. El nivel de gastos en Multivarejo mejoró por productividad en los almacenes mientras que en Assaí se benefició de la madurez de los almacenes que compensaron las presiones de la expansión.
- **Margen Operacional Recurrente (ROI)** aumentó 10 pb a 7.5% en 2T18 versus el mismo período del año anterior.
- **Margen de EBITDA recurrente** también se expandió 10 pb a 9.3% mientras aumentó 60 pb a 5.5% como porcentaje de los Ingresos Operacionales al excluir el efecto de los créditos fiscales de Brasil en el 2T18 comparado con el mismo período del año anterior. La mejora del margen fue el resultado de un sólido resultado de ventas, mayores eficiencias operacionales en Multivarejo y madurez de los almacenes Assaí. El EBITDA Recurrente en pesos colombianos estuvo fuertemente afectada por un efecto negativo de tasa de cambio del 12.9%.
- El resultado de GPA en moneda local fue muy sobresaliente con unas ventas sólidas impulsadas por el crecimiento tanto en Assaí como en Multivarejo y la dilución de los gastos producto de actividades de excelencia operacional que

impulsaron una ganancia de 10 pb a nivel del EBITDA recurrente en pesos colombianos, a pesar de la huelga de transportadores, la deflación de alimentos y el efecto negativo del 12.9% del tipo de cambio.

Actividades estratégicas implementadas en Brasil

Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional

- ✓ Conversiones a Assaí continúan registrando un crecimiento de ingresos de 2.5x comparado con el formato previo a la conversión.
- ✓ Ejecución del programa de excelencia operacional para mantener el aumento de los gastos de administración y ventas creciendo por debajo de la inflación.
- ✓ Mejora de la rentabilidad a través de la revisión de inventarios, ajustes del surtido acorde con el perfil del consumidor y la optimización de actividades comerciales a través del programa de fidelización.
- ✓ Ampliación de la implementación del modelo textil en los hipermercados Extra (a 36 almacenes a la fecha).
- ✓ Madurez de los proyectos por optimización y reposicionamiento del portafolio (Compre Bem y Mercado Extra).
- ✓ Implementar nuevos conceptos: revitalización de los Almacenes de las marcas Extra y Pão de Açúcar

Expansión en formatos clave:

- ✓ Optimización del portafolio de Almacenes y expansión rentable a través de la apertura de almacenes cash & carry Assaí de forma orgánica o de conversiones de hipermercados Extra. 9 almacenes están actualmente en construcción, 1 en conversión para un total de 20 nuevos Assaí en 2018.
- ✓ Remodelaciones en Almacenes Pão de Açúcar para un total de 20 en 2018 (6 renovadas en 2T18).

Monetización del tráfico:

- ✓ Fortalecimiento del programa de fidelización en Brasil con el desarrollo adicional de la aplicación “Meu Desconto” y el lanzamiento de “My Rewards”, para mejorar el servicio al cliente, reforzar la fidelización e incrementar las ventas.

Ventas Netas y Desempeño Operacional en Uruguay

Uruguay	2T18	2T17	2T18/17	1S18	1S17	1S18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	580,821	603,961	-3.8%	1,290,126	1,272,338	1.4%
Otros Ingresos	6,458	6,140	5.2%	12,205	11,264	8.4%
Ingresos Operacionales	587,279	610,101	-3.7%	1,302,331	1,283,602	1.5%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	197,977 33.7%	201,965 33.1%	-2.0%	446,755 34.3%	434,779 33.9%	2.8%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-164,359 -28.0%	-168,751 -27.7%	-2.6%	-343,951 -26.4%	-340,776 -26.5%	0.9%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	33,618 5.7%	33,214 5.4%	1.2%	102,804 7.9%	94,003 7.3%	9.4%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	40,057 6.8%	39,377 6.5%	1.7%	115,772 8.9%	106,280 8.3%	8.9%

(1) Variaciones en moneda local (2) Datos ajustados por el efecto calendario (3) Excluye el efecto negativo de TC de 9.0%.

Ventas Netas

- La inflación en Uruguay alcanzó 8.1% (vs 5.3% en 2T17) y la inflación de alimentos alcanzó 10.6%.
- **Ventas Netas en Uruguay** en 2T18 crecieron 6.2% comparado con el mismo período del año anterior mientras que en pesos colombianos se contrajeron 3.8% al excluir el efecto negativo del 9% de la tasa de cambio. Las ventas en Uruguay se vieron beneficiadas principalmente por el sólido desempeño de la marca Disco y el resultado positivo de la categoría de no alimentos impulsada por la Copa Mundial de Fútbol en los almacenes Geant. Las ventas también reflejaron el crecimiento doble dígito en la marca Devoto y también se benefició de 10 almacenes abiertos en los últimos doce meses. La mezcla de ventas en Uruguay fue de 86.5% en 2T18 mientras que las categorías de no alimentos aumentaron su participación en 80 pb.
- **Ventas mismos metros** aumentaron 6.2%⁽¹⁾ en el trimestre impulsadas por la categoría de electrónica y aumentaron 5.3% ⁽¹⁾ en 1S18 apalancadas por las categorías de frescos y textiles.
- **Los Ingresos Operacionales** en Uruguay aumentaron 5.8% en moneda local, beneficiados por el sólido desempeño de Disco, Devoto Express y Geant así como por el crecimiento del 15.6% de otros ingresos, en moneda local impulsados por los negocios complementarios. Las ventas de Uruguay en pesos colombianos se vieron muy afectadas por el efecto negativo de la tasa de cambio del 9.0%.
- **Margen Bruto** mejoró 60 pb a 33.7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales, principalmente por los esfuerzos de optimización sobre la merma y las actividades de control de costos las cuales compensaron los incrementos en logística.
- **Gastos de Administración y Ventas** aumentaron 30 pb en 2T18 presionados por el fuerte efecto negativo del incremento de los salarios por encima de la inflación, gastos de mercadeo y costos financieros.
- **Margen operacional recurrente** aumentó 30 pb a 5.7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 2T18 el reflejando eficiencias en costos (+60 pb) las cuales compensaron el incremento en los gastos (-30 bps).

- **Margen EBITDA** recurrente aumentó 30 pb a 6.8% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 2T18. Los márgenes en Uruguay permanecieron sólidos reflejando las eficiencias operacionales en la Compañía.

Ongoing Strategic Activities in Uruguay

Activities to improve Sales, Operating and Financial performance:

- ✓ Expanding the “Fresh Market” model at Disco stores to innovate in the fresh food category and improve layouts and the shopping experience.
- ✓ To continue implementing the textile model at 10 stores.
- ✓ To continue the execution of the operational excellence program to maintain SG&A expense grow below CPI levels.

Expansion in Key Formats:

- ✓ To continue with the expansion in convenience through Devoto Express premium stores (8 to 10 stores in 2018).

Ventas Netas y Desempeño Operacional en Argentina

Argentina	2T18	2T17	2T18/17	1S18	1S17	1S18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	281,820	319,385	-11.8%	596,629	640,867	-6.9%
Otros Ingresos	17,933	20,563	-12.8%	36,942	37,743	-2.1%
Ingresos Operacionales	299,753	339,948	-11.8%	633,571	678,610	-6.6%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	104,267 34.8%	115,854 34.1%	-10.0%	217,399 34.3%	232,933 34.3%	-6.7%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-98,793 -33.0%	-111,089 -32.7%	-11.1%	-207,020 -32.7%	-220,915 -32.6%	-6.3%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	5,474 1.8%	4,765 1.4%	14.9%	10,379 1.6%	12,018 1.8%	-13.6%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	8,854 3.0%	8,800 2.6%	0.6%	17,368 2.7%	19,961 2.9%	-13.0%

(1) Variaciones en moneda local y ajustados por el efecto calendario

Ventas Netas

- Argentina registró una inflación en 2T18 de 29.9% comparada con 24.6% del mismo período del año anterior y una inflación de alimentos que alcanzó el 28.6%. En el trimestre, las tasas de interés subieron de manera considerable a un 40% versus 25% del 2T17 y las ventas retail permanecieron débiles con una contracción de 2.8% a junio de 2018 (según CAME) comparadas con el mismo período del año anterior.
- Las **Ventas Netas totales** y mismos metros de Libertad estuvieron por encima de la inflación a pesar del complejo ambiente macro y aumentaron 34.6%⁽¹⁾. En pesos colombianos las ventas incluyeron un efecto negativo de tasa de cambio del 34.0%.
- El comportamiento de las ventas en Argentina se benefició principalmente de la sólida respuesta de los clientes a las acertadas actividades comerciales y el efecto positivo de la Copa Mundial de Fútbol especialmente sobre la categoría de no alimentos con un sobresaliente 86% de incremento en ventas, mejorando el resultado de los hipermercados en cerca de 34%.
- **Los Ingresos operacionales** en 2T18 crecieron 33.6% en moneda local reflejando una mejor tendencia principalmente de las categorías de hogar y electrónica y una continua contribución sólida del negocio inmobiliario (+32.2% en moneda local).
- **Margen bruto** en 2T18 aumentó 70 pb a 34.8% como porcentaje de los ingresos operacionales en pesos colombianos, reflejando un sólido aporte del negocio inmobiliario y de las ventas retail en medio de un ambiente muy competitivo, así como menores costos por mejoras en la logística y niveles de merma.
- **Gastos de Administración y Ventas** aumentaron 30 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales, debido a mayores gastos laborales y de transacciones.
- **Margen Operacional recurrente** aumentó 40 pb a 1.8% y el **margen EBITDA** recurrente aumentó 40 pb a 3.0% como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Libertad continuó reportando un desempeño sólido comparado con

el mercado y a pesar de un ambiente macro económico retador. Los márgenes mejoraron debido a eficiencias operacionales que condujeron a una estructura más plana, la dilución de costos y gastos por mayores ventas.

Actividades estratégicas implementadas en Argentina

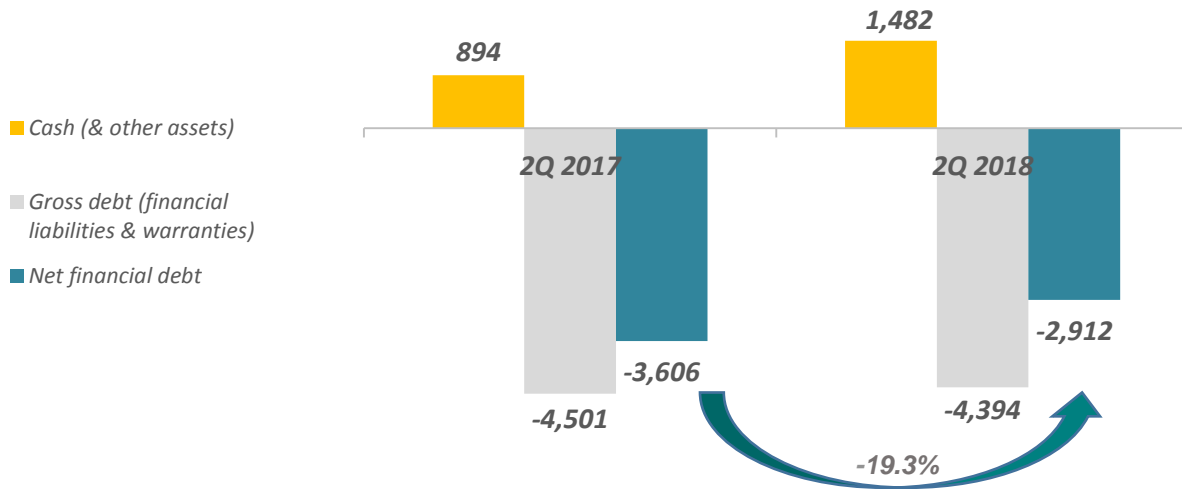
Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional:

- ✓ Ejecución del programa de excelencia operacional para mantener el crecimiento de los gastos de administración y ventas por debajo de la inflación.

Monetización del tráfico:

- Prioridad en el desarrollo del modelo dual Retail– Inmobiliario

III. Desempeño Financiero a nivel Holding⁽¹⁾



(1) Holding: Almacenes Exito S.A sin las subsidiarias colombianas o internacionales. (2) COP\$24.000 M (-0.7% vs 2T17) al excluir el crédito de Segisor, Note EBITDA ajustado: EBITDA Holding + Dividendos recibidos de subsidiarias de la holding. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) – Tasa de referencia del Mercado: 4.128%, Libor 3M 2.3358%.

Deuda Financiera Neta a nivel Holding

- En 2T18, la **DFN a nivel Holding** alcanzó aproximadamente \$2.9 B, representando una disminución de 19.3% versus Junio de 2017 (-0.7% excluyendo los recursos recibidos de Segisor).
- Mayor nivel de caja por recursos recibidos del crédito en Segisor para reducir el endeudamiento a nivel de la holding
- Tasa Repo disminuyó 200 pb en 2T18 (4.25%) vs 2T17 (6.25%)
- Tasa de interés menor a IBR3M + 3.5% en COP y menor a LIBOR3M + 1.75% in USD

IV. International Strategy and Synergy Process

Company's International Strategy and the Synergy Process Follow Up

Seguimiento al proceso de sinergias

- En 2T18, Grupo Éxito continuó ejecutando su estrategia de sinergias en la región y reportando resultados positivos.
- La Compañía espera alcanzar el beneficio operacional recurrente de USD120 M proveniente del resultado de 28 actividades actualmente bajo ejecución. Grupo Éxito alcanzó USD100 M en utilidades operacionales recurrentes en 2017 a nivel consolidado.
- El desempeño del modelo cash & carry en Colombia, 4 almacenes Surtimayorista abrieron en 2T18. Este formato totalizó 13 almacenes operando en el país con más de 17.000 metros cuadrados de área de ventas. Los almacenes convertidos aumentaron ventas cerca de 2x los niveles registrados en la marca anterior a la conversión. La expansión en Colombia continua y espera alcanzar 17 almacenes para fin de año con ventas por más de USD100 millones (USD60 millones obtenidos en 1H18).
- La Compañía continuó liderando la propuesta del formato de valor en la región e implementó el concepto "Fresh Market" en 7 almacenes: 6 en Brasil y en el Carulla Pepe Sierra en Colombia. A la fecha, 24 almacenes han implementado el modelo Fresh Market en 4 países con una respuesta muy positiva en ventas.
- En compras conjuntas, el volumen negociado en 2T18 aumentó en 1.3 veces comparado con el mismo período del año anterior con 400 contenedores movilizados en la región. Los ahorros obtenidos se triplicaron versus los del año anterior gracias a la sólida integración entre los equipos de abastecimiento de alimentos.
- El desarrollo conjunto del modelo del negocio textil permitió posicionar a Arkitect & Bronzini como marcas regionales y como resultado de esto, incrementando la participación dentro de la mezcla de ventas.
- Como parte de la continua interacción entre los equipos, la Excelencia Operacional ha sido implementada en 45 almacenes de 4 marcas en Uruguay inspiradas en la experiencia colombiana, con el fin de reducir los tiempos de resurtido, las áreas de almacenamiento y mejorar los KPIs del inventario.

V. 2018 Perspectivas

Colombia

- ✓ Expansión Retail de 12 a 15 almacenes (+20k m2 de área bruta), incluyendo 8 almacenes Surtimayorista.
- ✓ Modelo Fresh Market a ser implementado en 5 almacenes en el país y mejores iniciativas a ser ejecutadas en los Almacenes Carulla.
- ✓ Gastos de administración y ventas creciendo por debajo de la inflación beneficiados por los planes de productividad.
- ✓ Expansión de 160k m2 de expansión de Viva Malls con la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja.
- ✓ Puntos Colombia inicio de operaciones durante el 1S18.
- ✓ CAPEX: aproximadamente de \$300.000 M.

Brasil

- ✓ Expansión Retail: 20 almacenes Assaí (incluyendo conversiones).
- ✓ Renovaciones: 20 Pão de Açúcar.
- ✓ Implementación gradual del modelo Fresh Market en los Almacenes Pao de Açúcar.
- ✓ CAPEX: aproximadamente R\$1.6 B.

Uruguay

- ✓ Fortalecimiento del formato de conveniencia con la apertura de 8 a 10 Devoto Express.
- ✓ Foco en la preservación de sólidos niveles de márgenes.
- ✓ CAPEX: aproximadamente UYU\$1070 M.

Argentina

- ✓ Continuación del desarrollo del negocio dual retail-inmobiliario.
- ✓ CAPEX: aproximadamente ARS\$160 M.

Latam

- ✓ Beneficios de sinergias por aproximadamente USD120 M, de 28 iniciativas en los 4 países, principalmente relacionadas con:
 - La expansión adicional de modelos de negocio: Cash & Carry en Colombia, Proximidad en Uruguay, Fresh Market en la región, Lealtad en Brasil y Textiles en la región.
 - Eficiencias a nivel de costos y de capex.
 - Beneficios de economías de escala y compras conjuntas.

VI. Información Adicional

Detalles de la Teleconferencia

Almacenes Éxito S.A. cordialmente lo invita a participar de su Teleconferencia de Resultados del Segundo Trimestre de 2018

Fecha: Miércoles 15 de Agosto de 2018

Hora: 10:00 a.m. Hora del Este

09:00 a.m. Hora de Colombia

Para participar marque:

U.S. Gratuito 1 888 771 4371

Colombia Gratuito: 01 800 9 156 924

International (outside U.S. dial): +1 847 585 4405

Identificación de la Conferencia: 47318270

Los resultados del 2T18 estarán acompañados por una presentación webcast y audio disponible en el sitio web de la compañía en www.grupoexito.com.co bajo "Inversionistas" o en:

<http://event.onlineseminarsolutions.com/wcc/r/1801391-1/CC447ABAE26A09A46EDC1552032A1A58>

Próximas Publicaciones Financieras

Tercer Trimestre – Noviembre 14 de 2018

Contactos IR - Prensa

María Fernanda Moreno R.

Investor Relations Director

+ (574) 604 96 96 ext. 306560

maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com

Cr 48 No. 32B Sur – 139 – Envigado, Colombia

Claudia Moreno B.

PR and Communications Director

+ (574) 604 96 96 ext. 305174

claudia.moreno@grupo-Éxito.com

Cr 48 No. 32B Sur – 139 – Envigado, Colombia

Descripción de la Compañía

Grupo Éxito es una de las más grandes compañías multilatinas en Colombia y un retailer de alimentos relevante en Latinoamérica. La Compañía cuenta con claras ventajas competitivas derivadas de su fortaleza almacenes físicos, comercio electrónico y negocios complementarios, y el valor de sus marcas, soportadas por la calidad de su recurso humano. Grupo Éxito también lidera una estrategia de comercio electrónico y diversifica sus ingresos con un portafolio rentable de negocios complementarios para mejorar su oferta de retail.

En 2017, los ingresos operacionales alcanzaron los \$56.4 billones principalmente por las ventas retail y por su sólido portafolio de negocios complementarios: tarjeta de crédito, viajes, seguros y negocio inmobiliario con centros comerciales en Colombia, Brasil y Argentina. La Compañía opera cerca de 1.600 almacenes: En Colombia a través de Grupo Éxito; en Brasil con Grupo Pão de Açúcar, en Uruguay con Grupo Disco y Grupo Devoto, y en Argentina con Libertad. Grupo Éxito también es el líder en Comercio electrónico en Colombia con exito.com and carulla.com

Su sólido modelo omnicanal y su estrategia multiformato y multimarca lo convierten en el líder en todos los segmentos modernos de retail. Los hipermercados liderados bajo las marcas Éxito, Extra, Geant y Libertad; en supermercados premium con Carulla, Pão de Açúcar, Disco y Devoto; en proximidad bajo las marcas Carulla y Éxito Express, Devoto, Libertad Express y Minuto Pão de Açúcar. En descuento, la Compañía es líder con Surtimax y Super Inter y en Cash and Carry con Assaí y Surtimayorista.

VII. Anexos

Notas

- Cifras expresadas en billones de COP representan 1.000.000.000.000.
- Crecimiento y variaciones expresadas versus el mismo período del año anterior, excepto cuando se indique de otra forma.

Glosario

- **EBIT:** Incluye la Utilidad operacional recurrente ajustada por los otros ingresos/gastos no recurrentes.
- **EBITDA recurrente:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado por las D&A.
- **EBITDA:** Medida de la rentabilidad que incluye el EBIT ajustado por D&A.
- **Ingresos Operacionales:** Ingresos totales relacionados con el total de ventas y otros ingresos.
- **Otros Ingresos:** Ingresos relacionados con los negocios complementarios (inmobiliario, seguros, servicios financieros, compañía de transportes, etc.) y otros ingresos.
- **Resultados Financiero:** Impactos de intereses, derivados, valoraciones, activos/pasivos financieros, cambios en la tasa de cambio y otros relacionados a caja, deuda y otros activos/pasivos financieros.
- **Resultados consolidados:** Incluye Almacenes Éxito con las subsidiarias colombianas
- **Resultados Holding:** incluye Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas o internacionales.
- **Resultados Colombia:** incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus subsidiarias en el país.
- **Ventas Netas:** ventas relacionadas con el negocio retail.
- **Ventas ajustadas:** ventas excluyendo el efecto calendario.
- **Utilidad Operacional Recurrente (ROI):** Incluye la utilidad bruta ajustada por los Gastos de administración y ventas y las Depreciaciones y amortizaciones
- **Utilidad Neta:** Utilidad neta atribuible a los accionistas de Grupo Éxito.
- **Utilidad por acción:** Calculado sobre una base diluida

1. Estado de Resultados Consolidado

Estado de Resultados Consolidado	2T18	2T17		1S18	1S17	
	En M COP	En M COP	2T18/17	En M COP	En M COP	1S18/17
Ventas Netas	12,598,247	13,053,737	-3.5%	26,117,317	26,386,981	-1.0%
Otros Ingresos	282,343	213,984	31.9%	507,061	406,653	24.7%
Ingresos Operacionales	12,880,590	13,267,721	-2.9%	26,624,378	26,793,634	-0.6%
Costo de Ventas	-9,448,277	-9,644,497	-2.0%	-19,930,842	-19,883,140	0.2%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-73.4%	<i>-72.7%</i>		-74.9%	<i>-74.2%</i>	
Utilidad bruta	3,432,313	3,623,224	-5.3%	6,693,536	6,910,494	-3.1%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	26.6%	<i>27.3%</i>		25.1%	<i>25.8%</i>	
Gastos de administración y ventas	-2,366,227	-2,564,313	-7.7%	-4,933,845	-5,177,378	-4.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-18.4%	<i>-19.3%</i>		-18.5%	<i>-19.3%</i>	
Depreciaciones y amortizaciones	-234,961	-245,382	-4.2%	-491,011	-494,328	-0.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-1.8%	<i>-1.8%</i>		-1.8%	<i>-1.8%</i>	
Total GA&V	-2,601,188	-2,809,695	-7.4%	-5,424,856	-5,671,706	-4.4%
<i>% of Net Revenues</i>	-20.2%	<i>-21.2%</i>		-20.4%	<i>-21.2%</i>	
Utilidad Operacional recurrente (ROI)	831,125	813,529	2.2%	1,268,680	1,238,788	2.4%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	6.5%	<i>6.1%</i>		4.8%	<i>4.6%</i>	
Ingresos y gastos no recurrentes	-79,558	-192,294	-58.6%	-152,702	-197,180	-22.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-0.6%	<i>-1.4%</i>		-0.6%	<i>-0.7%</i>	
Utilidad Operacional (EBIT)	751,567	621,235	21.0%	1,115,978	1,041,608	7.1%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	5.8%	<i>4.7%</i>		4.2%	<i>3.9%</i>	
Resultado financiero neto	-228,189	-280,042	-18.5%	-444,700	-560,098	-20.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-1.8%	<i>-2.1%</i>		-1.7%	<i>-2.1%</i>	
Ingreso de asociadas & joint ventures	-4,794	-12,947	N/A	-22,428	-33,284	-32.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	0.0%	<i>-0.1%</i>		-0.1%	<i>-0.1%</i>	
Utilidad antes de impuestos	518,584	328,246	58.0%	648,850	448,226	44.8%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	4.0%	<i>2.5%</i>		2.4%	<i>1.7%</i>	
Provisión de Impuestos	-86,828	-42,200	105.8%	-118,297	-95,473	23.9%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-0.7%	<i>-0.3%</i>		-0.4%	<i>-0.4%</i>	
Utilidad Neta	431,756	286,046	50.9%	530,553	352,753	50.4%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	3.4%	<i>2.2%</i>		2.0%	<i>1.3%</i>	
Utilidad Neta de operaciones discontinuas	74,460	-6,468	N/A	178,332	116,707	52.8%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	0.6%	<i>0.0%</i>		0.7%	<i>0.4%</i>	
Interés minoritario	-387,212	-210,315	84.1%	-579,897	-407,790	42.2%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	-3.0%	<i>-1.6%</i>		-2.2%	<i>-1.5%</i>	
Utilidad Neta	119,004	69,263	71.8%	128,988	61,670	109.2%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	0.9%	<i>0.5%</i>		0.5%	<i>0.2%</i>	
EBITDA Recurrente	1,066,086	1,058,911	0.7%	1,759,691	1,733,116	1.5%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	8.3%	<i>8.0%</i>		6.6%	<i>6.5%</i>	
EBITDA	986,528	866,617	13.8%	1,606,989	1,535,936	4.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	7.7%	<i>6.5%</i>		6.0%	<i>5.7%</i>	

Nota: Las cifras no incluyen Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua). Diferencias en la base del 2T17 versus la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación.

2. Balance General Consolidado

Balance General Consolidado (En millones de pesos colombianos)	Jun 2018	Dic 2017	Var %
Activos	55,267,683	64,515,547	-14.3%
Activo corriente	27,847,343	33,960,011	-18.0%
Caja y equivalentes de caja	4,105,672	5,281,684	-22.3%
Inventarios	5,547,429	5,912,514	-6.2%
Cuentas comerciales por cobrar	795,639	1,172,380	-32.1%
Activos por impuestos	679,472	722,658	-6.0%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	16,426,284	20,452,803	-19.7%
Otros	292,847	417,972	-29.9%
Activos no corrientes	27,420,340	30,555,536	-10.3%
Plusvalía	5,008,585	5,559,953	-9.9%
Otros activos intangibles	4,692,009	5,544,031	-15.4%
Propiedades, planta y equipo	10,745,629	12,505,418	-14.1%
Propiedades de Inversión	1,453,201	1,496,873	-2.9%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	695,077	817,299	-15.0%
Activo por impuestos diferidos	1,730,349	1,553,715	11.4%
Activos por impuestos	1,776,399	1,575,743	12.7%
Otros	1,319,091	1,502,504	-12.2%
Pasivos	38,562,753	44,783,193	-13.9%
Pasivo corriente	25,531,676	32,289,247	-20.9%
Cuentas por pagar	8,810,405	12,665,438	-30.4%
Obligaciones financieras	2,964,915	1,906,774	55.5%
Otros pasivos financieros	500,179	645,363	-22.5%
Pasivo no corrientes mantenidos para la venta	12,543,535	16,271,760	-22.9%
Pasivos por impuestos	204,403	289,376	-29.4%
Otros	508,239	510,536	-0.4%
Pasivos no corrientes	13,031,077	12,493,946	4.3%
Cuentas por pagar	42,611	47,831	-10.9%
Obligaciones financieras	4,983,105	4,070,129	22.4%
Otras provisiones	2,069,467	2,457,220	-15.8%
Pasivos por impuestos diferidos	2,922,855	3,004,467	-2.7%
Pasivos por impuestos	400,714	521,870	-23.2%
Otros	2,612,325	2,392,429	9.2%
Patrimonio	16,704,930	19,732,354	-15.3%
Participaciones no controladoras	10,010,882	11,892,786	-15.8%
Patrimonio de los accionistas	6,694,048	7,839,568	-14.6%

3. Flujo de Efectivo Consolidado

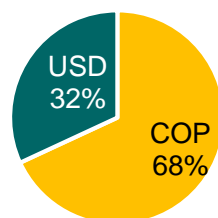
Estado de Flujos de Efectivo Resumido	Jun 2018	Jun 2017	% Var
Ganancia (pérdida)	708,885	469,460	51.00%
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)*	2,384,761	2,290,562	4.1%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(2,307,057)	(4,148,110)	-44.4%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(1,017,091)	(492,969)	106.3%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	410,163	(1,111,697)	-136.9%
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(753,693)	(18,167)	
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	- 3,667,678	- 5,770,943	-36.45%
Efectivo al principio del período de activos no corrientes mantenidos para la venta	3,210,708	3,710,833	-13.48%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	5,281,684	6,117,844	-13.67%
Efectivo al final del período de activos no corrientes mantenidos para la venta	719,042	691,582	
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	4,105,672	3,366,152	

4. Deuda por país, moneda y vencimiento

Deuda neta por país

30 Junio de 2018 (millones de pesos)	Colombia	Urugua y	Brasil	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,563,827	396,254	1,393,684	111,329	3,465,094
Deuda de largo plazo	3,000,919	-	4,532,948	-	7,533,867
Total deuda bruta ⁽¹⁾	4,564,746	396,254	5,926,632	111,329	10,998,961
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,572,151	124,643	2,332,416	76,462	4,105,672
Deuda Neta	2,992,595	271,611	3,594,216	34,867	6,893,289

Deuda bruta a nivel Holding⁽²⁾ por moneda



Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Junio de 2018 (millones de pesos)	Valor nominal ⁽³⁾	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	30/06/2018 ⁽³⁾
Largo plazo	1,850,000	Variable	Agosto 2025	1,460,020
Mediano plazo COP	838,000	Variable	Diciembre 2021	764,985
Mediano plazo- Bilateral	158,380	Fija	Abril 2019	158,380
Mediano plazo- USD	1,318,860	Variable	Diciembre 2020	1,318,860
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	500,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Corto plazo - Bilateral USD	79,132	Variable	Agosto 2018 ⁽⁴⁾	79,132
Total deuda bruta	4,844,371			4,381,377

(1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito.

(2) Deuda a valor nominal

(3) Los créditos en USD fueron convertidos a COP utilizando la tasa de cierre del Banco de la República a junio 30 de 2018 (2,930.80)

(4) Con opción de extenderlo hasta Noviembre de 2018.

5. Estado de Resultados y CAPEX por País

	Colombia	Brazil	Uruguay	Argentina	Consolidado
En millones de pesos colombianos	2T18	2T18	2T18	2T18	2T18
Ingresos Operacionales	2,678,392	9,317,561	587,279	299,753	12,880,590
Utilidad Bruta	659,525	2,471,670	197,977	104,267	3,432,313
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>24.6%</i>	<i>26.5%</i>	<i>33.7%</i>	<i>34.8%</i>	<i>26.6%</i>
Gastos de administración y ventas	-504,617	-1,609,403	-157,920	-95,413	-2,366,227
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>-18.8%</i>	<i>-17.3%</i>	<i>-26.9%</i>	<i>-31.8%</i>	<i>-18.4%</i>
Depreciaciones y amortizaciones	-59,084	-166,058	-6,439	-3,380	-234,961
Total Gastos de administración y ventas	-563,701	-1,775,461	-164,359	-98,793	-2,601,188
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>-21.0%</i>	<i>-19.1%</i>	<i>-28.0%</i>	<i>-33.0%</i>	<i>-20.2%</i>
Utilidad Operacional recurrente	95,824	696,209	33,618	5,474	831,125
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>3.6%</i>	<i>7.5%</i>	<i>5.7%</i>	<i>1.8%</i>	<i>6.5%</i>
Ingresos y gastos no recurrentes	-10,850	-68,308	-544	144	-79,558
Utilidad Operacional (EBIT)	84,974	627,901	33,074	5,618	751,567
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>3.2%</i>	<i>6.7%</i>	<i>5.6%</i>	<i>1.9%</i>	<i>5.8%</i>
EBITDA recurrente	154,908	862,267	40,057	8,854	1,066,086
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>5.8%</i>	<i>9.3%</i>	<i>6.8%</i>	<i>3.0%</i>	<i>8.3%</i>
EBITDA	144,058	793,959	39,513	8,998	986,528
<i>% Ing Operacionales</i>	<i>5.4%</i>	<i>8.5%</i>	<i>6.7%</i>	<i>3.0%</i>	<i>7.7%</i>
Resultado financiero neto	-96,415	-120,848	2,133	-13,059	-228,189

CAPEX (en millones)

En Pesos	Colombia	Brazil	Uruguay	Argentina	Consolidado
<i>En moneda local</i>	143,815	699,129	23,147	7,202	873,293
	143,815	837	237	54	

Nota: Las cifras consolidadas incluyen eliminaciones y ajustes

6. Análisis de Suma de Partes

(en M pesos)	12M ingresos operacionales ⁽¹⁾	12M EBITDA recurrente	12M Utilidad operacional	Deuda Neta (último trimestre) ⁽²⁾	Participación accionaria de Éxito	Valor de Mercado de la participación ⁽³⁾
Colombia	11,149,210	621,477	372,074	2,992,595	100%	
Brazil	41,089,058	2,747,590	2,021,844	3,594,216	18.7%	2,954,978,681
Uruguay	2,631,708	214,395	188,970	271,611	62.5%-100% ⁽⁴⁾	
Argentina	1,421,781	61,174	45,980	34,867	100%	
Total	56,291,757	3,644,636	2,628,868	6,893,289		

(1) No incluye eliminaciones entre compañías

(2) Deuda bruta (sin garantías contingentes y cartas de crédito) - Efectivo

(3) Capitalización de mercado de GPA al 31/03/18

(4) Éxito posee el 100% de Devoto y el 62.5% de Disco

7. P&G de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

Estado de Resultados Almacenes Éxito

	2T18	2T17		1S18	1S17	
	Millones de pesos	Millones de pesos	2T18/17	Millones de pesos	Millones de pesos	1S18/17
Ingresos Operacionales	2,634,456	2,593,084	1.6%	5,285,791	5,242,734	0.8%
Utilidad bruta <i>Margen bruto</i>	609,987 23.2%	603,753 23.3%	1.0%	1,224,290 23.2%	1,244,175 23.7%	-1.6%
Gastos de Administración y Ventas <i>GA&V/Ingresos Operacionales</i>	-549,405 -20.9%	-571,759 -22.0%	-3.9%	-1,127,998 -21.3%	-1,140,109 -21.7%	-1.1%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	60,582 2.3%	31,994 1.2%	89.4%	96,292 1.8%	104,066 2.0%	-7.5%
Utilidad Operacional (Ebit) <i>Margen operacional</i>	51,874 2.0%	15,394 0.6%	237.0%	49,662 0.9%	52,940 1.0%	-6.2%
Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito <i>Margen neto</i>	119,004 4.5%	69,263 2.7%	71.8%	128,988 2.4%	61,670 1.2%	109.2%
EBITDA recurrente <i>Margen EBITDA recurrente</i>	109,581 4.2%	84,919 3.3%	29.0%	196,404 3.7%	210,551 4.0%	-6.7%
EBITDA <i>Margen EBITDA</i>	100,873 3.8%	68,319 2.6%	47.6%	149,774 2.8%	159,425 3.0%	-6.1%

(1) Holding o Almacenes Éxito sin subsidiarias.

8. Balance General de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

Balance General Almacenes Éxito (en millones de pesos colombianos)	Jun 2018	Dic 2017	Var %
Activos	14,211,555	15,962,702	-11.0%
Activo corriente	3,370,108	3,273,274	3.0%
Caja y equivalentes de caja	1,482,016	1,619,695	-8.5%
Inventarios	1,273,348	1,111,981	14.5%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	128,052	189,750	-32.5%
Activos por impuestos	237,473	173,580	36.8%
Otros	249,219	178,268	39.8%
Non-current Assets	10,841,447	12,689,428	-14.6%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	147,333	156,218	-5.7%
Propiedades, planta y equipo	2,064,010	2,382,495	-13.4%
Propiedades de Inversión	209,132	339,704	-38.4%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	6,886,034	8,287,426	-16.9%
Otros	81,861	70,508	16.1%
Pasivos	7,517,507	8,123,134	-7.5%
Pasivo corriente	4,512,687	4,667,219	-3.3%
Cuentas por pagar	2,527,959	3,301,661	-23.4%
Obligaciones financieras	1,453,129	799,920	81.7%
Otros pasivos financieros	91,962	128,239	-28.3%
Pasivos por impuestos	27,578	41,816	-34.0%
Otros	412,059	395,583	4.2%
Pasivos no corrientes	3,004,820	3,455,915	-13.1%
Cuentas por pagar	2,940,074	3,292,824	-10.7%
Otras provisiones	16,712	19,699	-15.2%
Pasivos por impuestos diferidos	-	68,841	-100.0%
Otros	48,034	74,551	-35.6%
Patrimonio	6,694,048	7,839,568	-14.6%

(1) Holding o Almacenes Exito sin subsidiarias

9. Indicadores Financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Junio 2018	Diciembre 2017	Junio 2018	Diciembre 2017
Activos / Pasivos	1.43	1.44	1.89	1.97
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	1.09	1.05	0.75	0.70

10. Almacenes y Área de Ventas

Stores & Selling area	Stores	Selling Area (sqm)
Colombia		
Éxito	250	627,795
Carulla	99	85,273
Surtimax	124	65,325
Super Inter	73	66,272
Surtimayorista	13	17,179
Total Colombia	559	861,844
Uruguay		
Devoto	56	39,049
Disco	29	33,421
Geant	2	16,411
Total Uruguay	87	88,881
Brazil		
Pão de Açúcar	186	240,127
Extra Hiper	113	691,840
Extra Super	187	213,263
Minimercado Extra	183	45,794
Minuto Pão de Açúcar	82	19,455
Assaí	130	526,290
Total Brazil	881	1,736,769
Argentina		
Libertad	15	105,681
Mini Libertad	14	2,391
Total Argentina	29	108,072
TOTAL	1,556	2,795,566

Nota Almacenes en Brasil no incluyen las farmacias, Estaciones de gasolina o Almacenes de la operación discontinua de Via Varejo. Tampoco incluyen los "Aliados" en Colombia ni en Brasil

Declaraciones sobre el futuro

Este documento contiene declaraciones sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro no corresponden a datos históricos y no deben ser interpretadas como garantía de la ocurrencia futura de los hechos y datos aquí mencionados. Las declaraciones sobre el futuro están basadas en información, supuestos y estimaciones que el Grupo considera razonables.

El Grupo opera en un entorno competitivo que cambia rápidamente. Por lo tanto, el Grupo no puede predecir todos los riesgos, incertidumbres y otros factores que pueden afectar su negocio, el potencial impacto en su negocio, o el grado en que la ocurrencia de un riesgo o de una combinación de riesgos, podrían ocasionar resultados significativamente diferentes a los señalados en cualquier declaración sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro contenidas en este documento son realizadas únicamente a la fecha aquí señalada.

Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, el Grupo renuncia expresamente a cualquier obligación o compromiso de publicar actualizaciones de cualquier declaración sobre el futuro contenida en este documento para reflejar cambios en sus expectativas o en los eventos, condiciones o circunstancias sobre las que se basan las declaraciones sobre el futuro aquí contenida

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



“The Issuers Recognition -IR granted by the Colombian Stock Exchange is not a certification about the quality of the securities listed at the BVC nor the solvency of the issuer”.
