

# Almacenes Éxito S.A.

## Estados Financieros Consolidados

## 1T18

Envigado, Colombia, Mayo 15 de 2018 - Almacenes Éxito S.A. ("Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el primer trimestre de 2018, período terminado al 31 de marzo de 2018 (1T18). Todas las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

### **Desempeño operacional resiliente y Utilidad Neta impulsada por la estrategia de diversificación**

#### HECHOS DESTACADOS

##### Operacionales

- Desempeño positivo de las operaciones internacionales impulsaron el resultado.
- Planes de control facilitaron que los gastos operacionales en todas las unidades de negocio aumentaran por debajo de la inflación.
- CAPEX consolidado de \$377,638 M en 1T18 (57% expansión).
- Avance de los proyectos inmobiliarios en Colombia en marcha: 77% de avance de Viva Envigado y 64% de Viva Tunja (ambos con apertura esperada en 4T18).
- Sinergias en operación para alcanzar un beneficio anual de USD120M para fin de 2018.
- Aprobación de todas las propuestas presentadas en la Asamblea General de Accionistas.
- Dividendos aprobados aumentaron 5x para un total anual de \$243.20 por acción.

##### Financieros

- **Ingresos Operacionales** aumentaron por el desempeño en Brasil y Uruguay y por el crecimiento doble dígito de los Otros Ingresos Operacionales.
- **Utilidad Operacional Recurrente** alcanzó \$437.555 M para un margen del 3.2%.
- **EBITDA** Recurrente aumentó por encima de los ingresos operacionales en 2.9% a \$693.605 M con un margen estable del 5.0%.
- **Utilidad Neta atribuible al grupo** aumentó a \$9.984 M en 1T18, versus una pérdida de \$7.593 M en 1T17.

##### Perspectivas

- Beneficios recurrentes de sinergias de aproximadamente USD120 M.
- Recuperación económica de mediano plazo esperada en Colombia.
- Foco en actividades de control de costos y gastos.
- Foco en la expansión de formatos de alto retorno, tales como el cash and carry, en Brasil y Colombia.
- Alto potencial de las conversiones de almacenes y renovaciones de los almacenes premium.

"El Desempeño del 1T18 refleja la importancia de la estrategia de internacionalización de Grupo Éxito y su consolidación como líder del retail de alimentos en Sur América a través de estrategias diferenciadoras y la capacidad de ejecución regional. En Brasil, GPA consolidó su liderazgo, gracias a los consistentes resultados de Assaí. En Colombia, los avances de su estrategia omnicanal con e-commerce el cual aumentó 34.8%. En Uruguay el Fresh Market continuó con resultados sobresalientes y aumentó las ventas en 11%. Finalmente en Argentina el negocio inmobiliario continuó apalancando los resultados. Los 4 países en los cuales opera la compañía experimentaron una menor inflación y una recuperación gradual de la economía, la cual generó un ambiente positivo para nuestros negocios" indicó **Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito.**

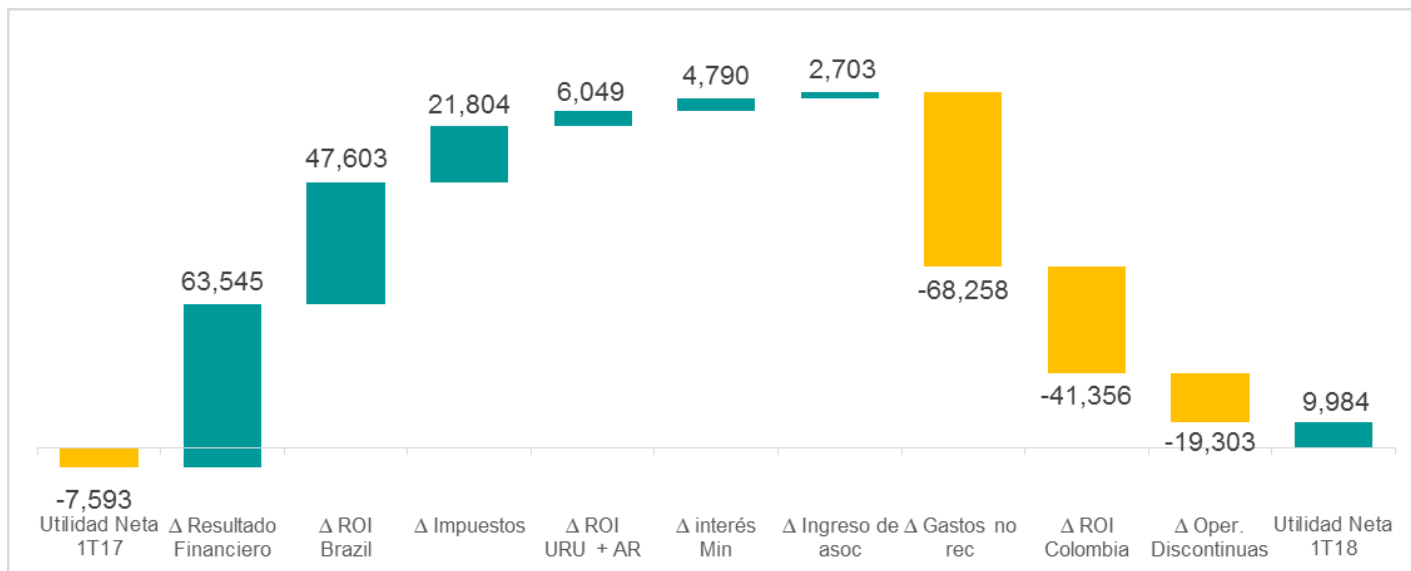
## I. Desempeño Financiero y Operacional Consolidado

Estado de Resultados Consolidado	1T18 Millones de pesos	1T17 Millones de pesos	%Var
<b>Ventas netas</b>	<b>13,519,070</b>	<b>13,333,244</b>	<b>1.4%</b>
<b>Otros ingresos</b>	<b>224,718</b>	<b>192,669</b>	<b>16.6%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>13,743,788</b>	<b>13,525,913</b>	<b>1.6%</b>
<b>Utilidad bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>3,261,223</b> 23.7%	<b>3,287,270</b> 24.3%	<b>-0.8%</b>
<b>Gastos de Administración y Ventas</b> <i>GA&amp;V/Ingresos Operacionales</i>	<b>-2,823,668</b> -20.5%	<b>-2,862,011</b> -21.2%	<b>-1.3%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>437,555</b> 3.2%	<b>425,259</b> 3.1%	<b>2.9%</b>
<b>Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito</b> <i>Margen neto</i>	<b>9,984</b> 0.1%	<b>-7,593</b> -0.1%	<b>N/A</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen EBITDA recurrente</i>	<b>693,605</b> 5.0%	<b>674,205</b> 5.0%	<b>2.9%</b>

Nota: Las cifras no incluyen a Via Varejo S.A (clasificada como operación discontinua). Diferencias en la base 1T17 versus la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones del costo y gasto para efectos de comparación.

- **Ingresos Operacionales consolidados en 1T18** aumentaron +6.3% (ajustados por un efecto negativo de TC de 4.4%) por el sólido desempeño de Brasil y Uruguay y la contribución de los negocios complementarios. **Las ventas netas consolidadas** totalizaron \$13.5 B in 1T18, beneficiadas por los 66 almacenes abiertos durante los últimos 12M.
- **Utilidad Bruta** alcanzó un margen del 23.7% como porcentaje de los ingresos operacionales reflejando el efecto de la mezcla de ventas, la presión en costos y el ambiente competitivo retador en la región.
- **GA&V** continuaron aumentando por debajo de las ventas traduciéndose en una reducción de 70 pb como porcentaje de los ingresos operacionales en 1T18 versus el mismo período del año anterior. Los niveles de gasto más bajo reflejaron el resultado positivo de los planes de acción implementados en todas las operaciones los cuales aumentaron la productividad a pesar de los efectos inflacionarios sobre los salarios, los gastos de ocupación y de servicios públicos.
- **Utilidad Operacional Recurrente** aumentó en 2.9% en 1T18 y los márgenes en 10 pb en 1T18 comparado con el mismo trimestre de 2017, impulsados por el sólido Desempeño de nuestras operaciones en Brasil y Uruguay.

- **EBITDA recurrente** aumentó 7.2% (ajustado por un efecto negativo de TC de 4.0%) y por encima de los ingresos operacionales a \$693,605 M. **El margen de EBITDA recurrente** permaneció estable en 5.0% a pesar de las presiones en costos, por un mejor desempeño operacional.
- **Utilidad Neta Consolidada** en 1T18 alcanzó \$9,984 M, comparado con una pérdida de \$7,593 M obtenida durante el mismo periodo de 2017.



La **Utilidad Neta de la Compañía** incluyó principalmente:

- Mejor gasto financiero por menores tasas de interés en Brasil, en -575 pb (tasa SELIC rate de 12.25% a 6.50%) y en Colombia, de -250 bps (tasa repo de 7.0% a 4.5%).
- Esfuerzos en productividad en toda la región los cuales favorecieron las operaciones internacionales.
- Efecto negativo del incremento de los gastos no recurrentes relacionados con procesos de reestructuración en Colombia y Brasil. .

## Utilidad por acción (EPS)

- Utilidad por acción diluida fue de \$22,31 por acción ordinaria.

## CAPEX

- **Inversiones consolidadas** en 1T18 fueron de \$377,638 M. De esta suma, el 57% se destinó a la expansión del retail e inmobiliaria así como a las conversiones, el saldo fue para mantenimiento y estructuras de soporte y operacionales, actualización de sistemas de información y logística.
- En Colombia, el CAPEX alcanzó \$62,561 M en 1T18 de los cuales el 47% correspondieron al negocio inmobiliario, incluyendo la construcción de los proyectos de Viva Envigado y Viva Tunja.

- En Brasil, la inversión se enfocó en la expansión de Assaí tanto de aperturas como de conversiones y de renovaciones de Almacenes Pão de Açúcar..

## Expansión Retail de alimentos

- La Compañía abrió 2 almacenes en 1T18, 1 Éxito en Colombia y 1 Assaí en Brasil. 66 almacenes abrieron en la región en los últimos 12 meses.
- Grupo Éxito finalizó el trimestre con 1,554 almacenes de retail, geográficamente diversificados, así: 561 almacenes en Colombia, 878 en Brasil, 86 en Uruguay y 29 en Argentina. Los Almacenes en Brasil no incluyen farmacias, Estaciones de gasolina y almacenes de la operación discontinua de Via Varejo. El área de ventas de la compañía consolidada asciende a los 2.78 millones de m2.

## Expansión de Real Estate

- En Colombia, la Compañía avanzó en la construcción de Viva Envigado, la cual alcanzó un avance del 77% y Viva Tunja, con un 64%. Estos centros comerciales esperan abrir en 4T18.

## 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.

## Logros en Sostenibilidad

- ✓ De acuerdo con la encuesta realizada por *Merco*, Grupo Éxito fue seleccionado entre diez compañías en Colombia con el reconocimiento a las mejores prácticas en Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social y lideró la clasificación dentro del sector de retail.

## Asamblea General de Accionistas

Se aprobaron todas las propuestas presentadas en la Asamblea General de Accionistas llevada a cabo el 23 de marzo de 2018. Entre ellas:

- El Informe de Gestión de la Junta Directiva y el Presidente así como los Estados Financieros para el período terminado en Diciembre 31 de 2017, acompañado con sus notas y documentos requeridos por ley.
- La Distribución de dividendos por \$108,857 millones, de la utilidad neta de 2017, equivalente a una suma anual de \$243,20 por acción, pagaderos trimestralmente en Abril, Julio y Octubre de 2018 y Enero de 2019.
- Reforma a los estatutos.
- Ratificación de Ernst & Young Audit como la compañía de Revisoría Fiscal para el período 2018-2020.
- Elección de la Junta Directiva para el período estatutario hasta Marzo de 2020, con los siguientes miembros:

Miembros Independientes	Miembros no Independientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Luis Fernando Alarcón Mantilla (Presidente de la Junta)</li> <li>➤ Daniel Cortés McAllister</li> <li>➤ Felipe Ayerbe Muñoz</li> <li>➤ Ana María Ibáñez Londoño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Philippe Alarcon</li> <li>➤ Bernard Petit</li> <li>➤ Hervé Daudin</li> <li>➤ Jean-Paul Mochet</li> <li>➤ Guillaume Humbert</li> </ul>

## II. Desempeño Financiero y Operacional por país

### Ventas Netas- Colombia

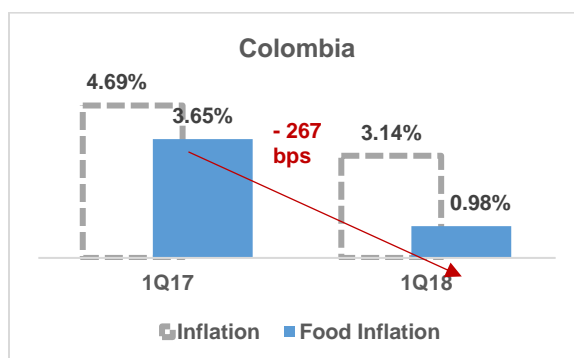
En M COP	1T18			Ajustado por efecto calendario (1)	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
<b>Total Colombia</b>	<b>2,575,817</b>	<b>-1.0%</b>	<b>-2.6%</b>	<b>-1.5%</b>	<b>-3.1%</b>
Éxito	1,769,115	-1.1%	-1.9%	-1.5%	-2.3%
Carulla	361,844	-1.1%	-1.1%	-1.7%	-1.7%
SM & SI <sup>(2)</sup>	348,836	-9.4%	-8.8%	-9.8%	-9.2%
B2B <sup>(3)</sup> + Otros	96,021	52.9%	20.2%	52.9%	20.2%

(1) Variaciones en las ventas netas de Colombia y SSS ajustado por efecto Calendario de 0.5%

(2) SM & SI: Surtimax y Super Inter

(3) B2B+ Otros: Ventas de Aliados, Institucional, Terceros y Surtimayorista

- El ambiente macroeconómico Colombiano durante los tres primeros meses de 2018 mejoró comparado con trimestres anteriores. La tasa de interés de intervención decreció 25 pb a 4.50% en 1T18 (-250 pb vs el mismo período de 2017) y la inflación continuó su tendencia descendente alcanzando 3.14% en 1T18 vs 4.69% en 1T17. La menor inflación y tasas de interés parecen tener un efecto positivo en el mercado, con un incremento del 3.8% en el consumo durante Marzo de 2018 comparado con el 1.1% de decrecimiento registrado en el mismo período del año anterior. La confianza del consumidor da muestras de haber superado los desafíos macro con un -2.3% en Marzo versus -7.8% del mes anterior. La recuperación de estas variables contribuyeron a una mejora en las ventas al por menor, las cuales alcanzaron un crecimiento del 4.8% en 1T18, excluyendo vehículos y gasolina. Sin embargo, la incertidumbre política proveniente de las próximas elecciones presidenciales continuaron influyendo en el sentimiento del consumidor en este primer trimestre del año. El desempleo continuó con nivel alto del 10.7%.
- Las **Ventas Netas** de Grupo Éxito's in Colombia fueron de \$2.58 billones con una contracción anual del 1.5% en 1T18 ajustadas por el efecto calendario. Las ventas netas reflejaron el efecto de una menor inflación, principalmente afectando el componente de alimentos (-267 pb a 0.98%), considerando la gran participación de alimentos dentro de las ventas de la Compañía (71.7%). Las ventas anuales, sin embargo, se beneficiaron de los mayores ingresos durante la Semana Santa, la apertura de 27 almacenes en los últimos 12M y el crecimiento de las ventas del Omnicanal (+34.8%) y Surtimayorista (+138%). La categoría de no alimentos aumentó en 150 puntos básicos en 1T18 debido a una mayor participación de las categorías de textil, hogar y electrónica.



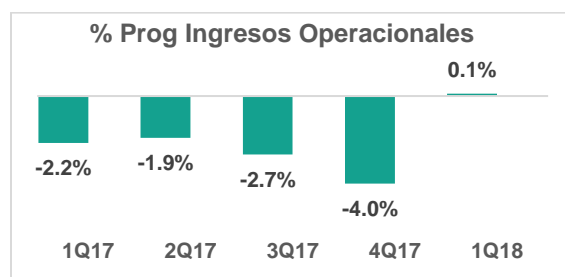
- **Ventas mismos metros** (SSS) en Colombia disminuyeron 3.1% en 1T18 ajustadas por el efecto calendario y las cuales reflejaron una inflación más baja, especialmente de la categoría de alimentos, teniendo en cuenta el peso de ésta en las ventas de la Compañía (71.7%). A pesar de que las ventas netas totales y mismos metros en Colombia en 1T18 presentaron cifras negativas, de igual forma reflejaron una tendencia de mejora al compararla con los niveles vistos durante los últimos 3 trimestres.
- Las ventas del segmento **Éxito** representaron aproximadamente 69% de las ventas totales en Colombia y experimentaron un decrecimiento de 1.5% y de 2.3% en mismos metros en 1T18 al ajustarlas por el efecto calendario. La tendencia en ventas de este segmento mejoró en 1T18 al compararla con los dos trimestres previos; en términos de mismos metros, la tendencia mejoró vs los 3 últimos trimestres. Las ventas netas se beneficiaron del crecimiento de un dígito de las categorías de no alimentos, hogar, textiles y electrónica, compensadas por la baja inflación de alimentos afectando el 52% de la mezcla de ventas. La categoría de textiles se favoreció del exitoso lanzamiento de la más reciente colección de la marca *Arkitect*, las eficiencias en los inventarios, el aumento de la marca propia en la mezcla y una mejora en la estrategia de comunicación. Las ventas de productos de electrónica mejoraron por la implementación del proyecto “Tecnamórate” el cual ya está presente en 40 almacenes Éxito en donde la Compañía ha resaltado la presentación y los niveles de servicio de la categoría.
- **Carulla y segmento Surtimax & Super Inter** cada uno de los dos segmentos representaron aproximadamente 14% de las ventas en Colombia. Su desempeño estuvo significativamente afectado por una inflación de alimentos más baja considerando la alta contribución de esta categoría en sus ventas (aprox 97%).
- En **Carulla**, tanto las ventas totales como mismos metros se contrajeron 1.7% ajustadas por el efecto calendario. Sin embargo, la tendencia de ventas en 1T18 mejoró al compararlas con los niveles vistos en los previos 3 trimestres y las ventas mismos metros mejoraron versus las registradas en los últimos 4 trimestres. Se destaca el desempeño positivo de esta marca en mercados tales como el eje cafetero, Cali y la Costa Atlántica, la estabilidad de la participación de las ventas mismos metros y el saludable margen EBITDA doble dígito. El modelo FreshMarket fue lanzado en un segundo almacén, en Carulla Zazué en San Marta. Las ventas de los almacenes con FreshMarket aumentaron 15.1% sobre las ventas totales del segmento Carulla.
- **Surtimax & Super Inter** experimentaron una disminución en ventas netas en 1T18 de 9.8% y de 9.2% en ventas mismos metros, ambas ajustadas por el efecto calendario. Las ventas trimestrales registraron una mejora comparada con el trimestre previo y de igual forma las ventas mismos metros en los últimos 2 trimestres. El resultado de las ventas continuó afectado por una fuerte deflación en categorías clave tales como arroz, azúcar y carne de cerdo las cuales representaron un alto porcentaje de las ventas y también por la expansión no rentable de otros competidores en mercados clave para la marca tales como Cali y el Eje cafetero. Super Inter y Surtimax continúan registrando rentabilidad operacional, la cual se compara con la expansión agresiva no rentable vista en otros jugadores dentro del segmento de bajo costo.
- Las ventas de **B2B y Otros** aumentaron su contribución a la mezcla en Colombia en 130 pb al 3.7% en 1T18. Las ventas netas en este segmento aumentaron 52.9% en el trimestre y en 20.9% en ventas mismos metros. Los almacenes Surtimayorista continuaron aumentando ventas en cerca de 2x después de las conversiones y se beneficiaron de 9 almacenes adicionales en la base en los últimos 2 meses. El segmento registró un aumento en ventas del 138% y un margen EBITDA positivo. En la actualidad hay 4 almacenes en proceso de conversión a Surtimayorista.

## Desempeño Operacional en Colombia

Colombia	1T18	1T17	1T18/17
	En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>2,575,817</b>	<b>2,602,106</b>	<b>-1.0%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>123,370</b>	<b>94,036</b>	<b>31.2%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>2,699,187</b>	<b>2,696,142</b>	<b>0.1%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>655,022</b> <b>24.3%</b>	<b>680,060</b> <b>25.2%</b>	<b>-3.7%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-607,442</b> <b>-22.5%</b>	<b>-591,124</b> <b>-21.9%</b>	<b>2.8%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>47,580</b> <b>1.8%</b>	<b>88,936</b> <b>3.3%</b>	<b>-46.5%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>107,309</b> <b>4.0%</b>	<b>150,185</b> <b>5.6%</b>	<b>-28.5%</b>

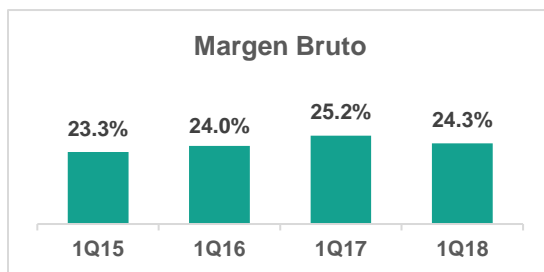
(1) El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Exito S.A. y sus subsidiarias en el país. (2) Las diferencias en la base de 1Q17 versus la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación.

- Los **Ingresos Operacionales** del trimestre aumentaron 0.1% en 1T18 debido a un sólido ingreso de los negocios complementarios (+31.2%) compensando el desempeño levemente negativo de las Ventas Netas (-1.0%) afectadas principalmente por niveles de inflación de alimentos más bajas. Los **Otros Ingresos operacionales** representaron un 4.6% como porcentaje de los Ingresos operacionales en 1T18 con una ganancia de 110 puntos básicos reflejando el sólido desempeño de todos los negocios complementarios, principalmente de seguros, giros y remesas y el negocio financiero. El crecimiento de los negocios complementarios impulsaron positivamente la tendencia de los Ingresos Operacionales en 1T18 comparado con la registrada en los 4 trimestres anteriores.

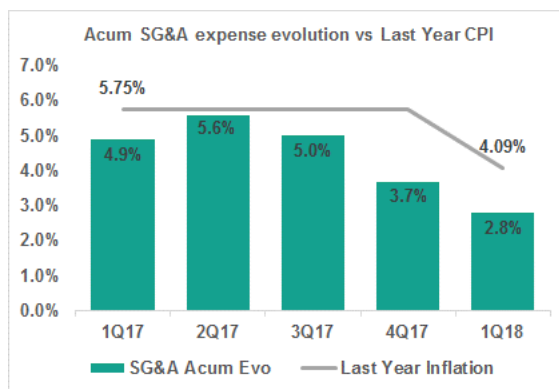




- **Margen bruto** en 1T18 decreció 90 puntos básicos como porcentaje de los Ingresos Operacionales debido a un efecto de menores ventas y el incremento de la mezcla de ventas de la categoría de no alimentos (+5%). El margen bruto en 1T18 estuvo en línea con los niveles históricos de 1T15 y 1T16 exceptuando el del 1T17 que registró un efecto extraordinario en el margen cuando la operación se benefició de las mejoras en productividad, menor costo logístico y mejores términos con proveedores.



- **Gastos de Administración y Ventas (GA&V)** en Colombia continúan creciendo por debajo de la inflación. Los niveles de gasto reflejaron los esfuerzos consistentes a nivel interno a pesar de las presiones en la estructura por las cifras de inflación alcanzadas en 2017 (+4.09%) y el incremento en el salario mínimo para 2018 (+5.9%) el cual afectó el gasto laboral de nuestra base. Los gastos operacionales estuvieron bajo control con un plan de acción enfocado principalmente en iniciativas de productividad, incluyendo optimización de la plantilla de empleados (ayudado por estándares de operación en los almacenes y procesos de simplificación en los centros de distribución); mejora en los niveles de logística y transporte y ahorros derivados de control de gastos de marketing, servicios tercerizados y gastos de viaje. La Compañía proyecta que los Gastos de Administración y Ventas crecerán por debajo de inflación en 2018 ayudados por los planes de productividad.



- **Margen de Utilidad Operacional Recurrente** fue de 1.8% y el margen de **EBITDA** recurrente fue de 4.0% en 1T18 en Colombia. Los márgenes reflejaron una menor dilución de los gastos debido a que las ventas continúan afectadas por un ambiente retail retador, el efecto de una menor inflación de alimentos y una mayor participación de los productos de no alimentos.

## 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 77% y Viva Tunja del 64%.
- ✓ Negocios Complementarios:
  - Retail Financiero: cerca de 2.6 millones de tarjetas emitidas
  - Viajes: +270,000 clientes.
  - Seguros: +1 millón de clientes.
  - Telefonía móvil: cerca de 1.6 millones de líneas.
  - Corresponsal no bancario: + 5 millones de transacciones.
- ✓ Programa de fidelización– Puntos Colombia:
  - Alianza con Grupo Bancolombia.
  - El más grande ecosistema de emisión y redención de puntos en Colombia.
  - 10 millones de clientes.
  - Alto potencial de monetización de activos intangibles, comenzando en 2018.
- ✓ Omni canal:
  - **Ventas Omni canal** (excluyendo las provenientes de Almacenes) ya representan cerca del 3.0% de las ventas totales de Grupo Éxito en Colombia y aumentaron 34.8% en 1T18.
  - **Sitios Web:** Diferenciados por género: exito.com y carulla.com para alimentos y no alimentos; bronzini.com y arkitect.com para vestuario. Las ventas aumentaron 13.5% en 1T18. Grupo Éxito es el líder del mercado en Colombia con más de 51 millones de visitas y 837,000 órdenes por año.
  - **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 1T18, el Market place alcanzó cerca de 900 vendedores y más de 60 mil productos. El negocio creció 62% en GMV.

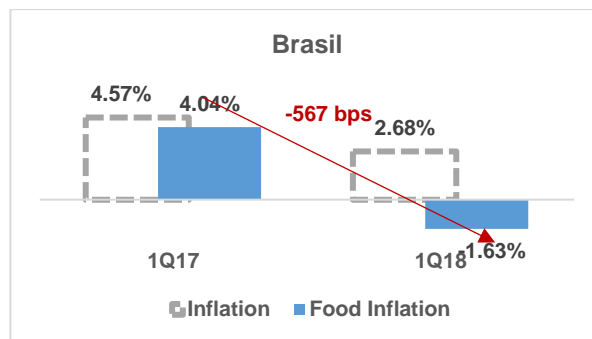
- **Domicilios:** para clientes de Carulla y Éxito, Servicio que fue mejorado con la alianza exclusiva formada recientemente con el líder de la última milla, Rappi, para garantizar las entregas a domicilio en menos de 35 minutos. En 1T18, la Compañía procesó más de 500 mil órdenes de entrega de las cuales el 70% fueron a través de Rappi.
- **Almacenes:** una red de 561 al 1T18 contribuyen a las necesidades de abastecimiento del negocio.
- **Catálogos digitales:** disponibles en 145 almacenes en Colombia al 1T18 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	1T18 (1)			Ajustado por efecto calendario (1)	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
<b>Total Brasil</b>	<b>9,919,837</b>	<b>7.5%</b>	<b>4.4%</b>	<b>5.5%</b>	<b>2.4%</b>

(1) Variaciones en las ventas netas y SSS en moneda local y ajustado por efecto Calendario de 1.3%. Las cifras de Brasil de Alimentos incluyen: Multivarejo + Assaí. Via Varejo registrado como operación discontinua.

- **Ventas Netas de GPA** relacionadas con el negocio de alimentos aumentó 7.5% en moneda local (5.5% excluyendo el efecto calendario) versus el mismo período del año anterior. La mejora en el resultado de las Ventas Netas fue muy grande considerando la deflación de alimentos en Brasil. El aumento de las ventas provino especialmente del desempeño de Assaí (+25.2%) impulsadas por un incremento en el volumen y su mayor contribución a las ventas de GPA (44.6%). En Brasil, se realizó la apertura de 1 almacén Assaí durante el trimestre, otros 7 están actualmente bajo construcción y 2 en proceso de conversión de Extra. Las ventas netas en Brasil también se beneficiaron de los 29 almacenes abiertos en los últimos 12 meses.



- El crecimiento de **las ventas mismos metros** en el segmento de alimentos en Brasil fue de 4.4% en 1T18 en moneda local (2.4% ajustado por el efecto calendario) principalmente relacionado con el sólido desempeño de Assaí. Las Ventas totales y mismos metros del negocio de alimentos continuó en niveles positivos a pesar de las presiones por una significativa deflación de alimentos en el país.
- Las ventas netas de **Assaí** aumentaron 25.2% en 1T18 en moneda local impulsadas por la fuerte expansión de 20 almacenes en 2017. El crecimiento de las ventas mismos metros de Assaí fue de 9.4% favorecido por el incremento del 12% en clientes y 8% en volumen. Las conversiones de almacenes Extra totalizaron 15 en los últimos doce meses y continuaron mejorando las ventas en 2.5x bajo la marca Assaí. Este formato aumentó su contribución a

44.6% a las ventas netas totales de GPA alimentos (vs 43.5% en 4T17) y su competitividad mejoró dado que la marca registró 380 puntos básicos de ganancia de cuota de mercado, de acuerdo con Nielsen.

- Las ventas de **Multivarejo** en 1T18 reflejaron el efecto negativo de la deflación de alimentos y el cierre de los almacenes Extra Hiper convertidos a Assaí. La tendencia de ventas mismos metros, incluyeron un impacto de ventas en todas las marcas debido al incendio de un centro de distribución a finales de diciembre del año anterior (aprox -310 pb). La Compañía ajustó su estrategia comercial con acciones relativas a la normalización de las operaciones en este centro logístico y fortaleció el programa de fidelización. La transformación digital del programa de fidelización avanzó con la adición de “My Rewards” dentro de la aplicación “Meu Desconto”, la cual experimentó más de 5 millones de descargas, reforzando la lealtad e incrementando el promedio de compra.
- Las ventas netas de **Extra Hiper** reflejaron la base no comparable debido a las conversiones de almacenes a Assaí y el efecto calendario. El desempeño de la marca **Extra Super** continuó siendo el más afectado por la deflación de alimentos. La Compañía está dando prioridad a su recuperación remodelando 20 almacenes, con el fin de ajustar de una mejor manera el mercado y las necesidades del consumidor. El volumen en **Pão de Açúcar** contribuyó al aumento de las ventas mismos metros en marzo debido a las campañas comerciales, y la marca registró evolución doble dígito impulsada por el servicio de domicilios implementado en 50 almacenes.

## Desempeño Operacional en Brasil

<b>Brasil</b>	<b>1T18</b>	<b>1T17</b>	
Segmento de Alimentos	En M COPM	En M COP	1T18/17
<b>Ventas Netas</b>	<b>9,919,837</b>	<b>9,742,308</b>	<b>1.8%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>77,464</b>	<b>67,603</b>	<b>14.6%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>9,997,301</b>	<b>9,809,911</b>	<b>1.9%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>2,245,057</b> 22.5%	<b>2,248,455</b> 22.9%	<b>-0.2%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-1,929,173</b> -19.3%	<b>-1,980,174</b> -20.2%	<b>-2.6%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>315,884</b> 3.2%	<b>268,281</b> 2.7%	<b>17.7%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>502,067</b> 5.0%	<b>445,956</b> 4.5%	<b>12.6%</b>

(1) Variaciones en moneda local y ajustadas por el efecto calendario. Las cifras de alimentos de Brasil incluyen: Multivarejo + Assaí. Nota: Los datos no incluyen a Via Varejo S.A (clasificado con operación discontinua). Las diferencias entre la base del 1T17 vs la reportada en 2017, están asociadas a reclasificaciones realizadas para efectos de comparación.

- Los resultados de GPA en pesos colombianos estuvieron muy impactados por un efecto negativo de 5.2% en la tasa de cambio. .
- **Ingresos Operacionales** en Brasil en 1T18 aumentaron 7.5% en moneda local, principalmente por el gran crecimiento de Assaí (+25.2%) y su contribución a las ventas de GPA (44.6%) a pesar del fuerte efecto de la deflación de alimentos (-567 bps).
- **Margen bruto** en 1T18 fue de 22.5%, como porcentaje de los Ingresos Operacionales comparado con el mismo período del año anterior. Este margen reflejó la rápida madurez de las aperturas y conversiones de Assaí, compensando el efecto de mezcla y una menor dilución de las ventas de Multivarejo por la deflación de alimentos.
- **GA&V** se beneficiaron de las diversas actividades implementadas el año anterior las cuales condujeron a mejorar la productividad en los almacenes con optimización de la estructura a través del programa multi-rol en Multivarejo, la madurez de los almacenes Assaí y los menores costos de operación por las renovaciones y conversiones.
- **Utilidad Operacional Recurrente (ROI)** aumentó 17.7% para un margen de 3.2% en 1T18 versus el mismo período del año anterior. EL **EBITDA Recurrente** aumentó 12.6% y el margen pasó de 4.5% a 5.0% en 1T18 comparado con el mismo período del año 2017. Las diferencias en la base del 1T17 vs la reportada en 2017, están asociadas con la reclasificación hecha para efectos comparables, de gastos que previamente fueron contabilizados con recurrentes y ahora como no recurrentes, para homogenizar el proceso de consolidación en todas las operaciones.
- El Desempeño de GPA en pesos colombianos fue sólido con un fuerte aumento de las ventas especialmente por Assaí y la dilución de gastos debido a las actividades de excelencia operacional que impulsaron un aumento importante de 50 pb a nivel del EBITDA recurrente, a pesar de la deflación de alimentos y un efecto negativo de la tasa de cambio de 5.2%.

## 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 4 almacenes en 1T18 para un total de 36 Extra a la fecha).

### 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. 7 almacenes están actualmente en construcción, 2 en conversión para un total de 20 nuevos Assaí en 2018.

- ✓ Remodelaciones en Almacenes Pão de Açúcar para un total de 20 en 2018.

#### 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	1T18	1T17	1T18/17
	En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>709,305</b>	<b>668,377</b>	<b>6.1%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>5,747</b>	<b>5,124</b>	<b>12.2%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>715,052</b>	<b>673,501</b>	<b>6.2%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>248,778</b> <b>34.8%</b>	<b>232,814</b> <b>34.6%</b>	<b>6.9%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-179,592</b> <b>-25.1%</b>	<b>-172,025</b> <b>-25.5%</b>	<b>4.4%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>69,186</b> <b>9.7%</b>	<b>60,789</b> <b>9.0%</b>	<b>13.8%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>75,715</b> <b>10.6%</b>	<b>66,903</b> <b>9.9%</b>	<b>13.2%</b>

#### Ventas Netas

- **Las Ventas Netas** en Uruguay en 1T18 aumentaron 8.5% en moneda local comparado con el mismo trimestre del año anterior, por encima de la inflación. La inflación en el país disminuyó por primera vez en 7 meses y fue de 6.65% (vs. 6.71% en 1T17) mientras que la inflación de alimentos aumentó 70 pb, alcanzando ya 9 meses consecutivos de incremento. Las ventas netas en Uruguay se beneficiaron principalmente de las actividades comerciales y del sólido desempeño de la marca Disco (destacando al almacén de Punta Carretas). Las ventas también reflejaron el incremento del 51% de la marca Devoto Express la cual se benefició de la apertura de 8 almacenes en los últimos 12 meses. La mezcla de ventas de alimentos de Uruguay aumentó 30 pb a 85.4% en 1T18.
- **Las Ventas mismos metros** en Uruguay aumentaron 6.8% en el trimestre en moneda local debido principalmente al sólido desempeño de la categoría de alimentos. Se registró un crecimiento sostenido doble dígito de las categorías de frescos y la de textiles continuó ganando cuota de mercado.

- **Ingresos Operacionales** se beneficiaron principalmente del sólido desempeño de los almacenes Disco y Devoto así como del 12.2% de aumento de los **otros ingresos** impulsados por los negocios complementarios.
- **Margen bruto** mejoró 20 pb a 34.8%, como porcentaje de los Ingresos Operacionales, debido a mejores actividades para el control de costos las cuales compensaron los grandes incrementos en logística.
- **Gastos de administración y ventas** disminuyeron 40 pb en 1T18 como porcentaje de los Ingresos Operacionales producto de la optimización de la base laboral la cual compensó los efectos de los mayores incrementos en salarios.
- **Margen operacional recurrente** aumentó 70 pb a 9.7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 1T18 debido a la eficiencias en costos (+20 pb) y operacionales (+40 pb) las cuales permitieron que los costos y gastos aumentara por debajo de las ventas.
- **Margen EBITDA recurrente** registró un incremento de 70 pb a 10.6% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 1T18. Los márgenes en Uruguay permanecieron sólidos y aumentaron por encima de las ventas reflejando las eficiencias operacionales de la Compañía.

## Actividades estratégicas implementadas en Uruguay

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

- ✓ Expansión del modelo “Fresh Market” en los almacenes Disco para innovar en la categoría de frescos y mejorar la presentación y la experiencia de compra.
- ✓ Continuación de la implementación del modelo textil en 10 almacenes.
- ✓ Continuación de la ejecución del programa de excelencia operacional para mantener el aumento los gastos de administración y ventas por debajo de los niveles de inflación.

### Expansión en formatos clave:

- ✓ Continuar la expansión del formato de conveniencia a través de los almacenes premium Devoto express (8 a 10 en 2018)

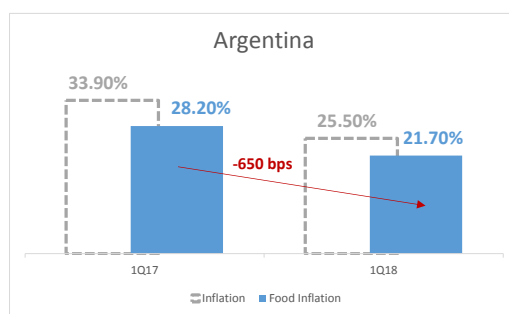
## Ventas Netas y Desempeño Operacional en Argentina

Argentina	1T18	1T17	1T18/17
	En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>314,809</b>	<b>321,482</b>	<b>-2.1%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>19,009</b>	<b>17,180</b>	<b>10.6%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>333,818</b>	<b>338,662</b>	<b>-1.4%</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>113,132</b>	<b>117,079</b>	<b>-3.4%</b>
<i>Margen bruto</i>	<b>33.9%</b>	<b>34.6%</b>	
<b>Gastos de Adm y Ventas</b>	<b>-108,227</b>	<b>-109,826</b>	<b>-1.5%</b>
<i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-32.4%</b>	<b>-32.4%</b>	
<b>Utilidad Operacional recurrente</b>	<b>4,905</b>	<b>7,253</b>	<b>-32.4%</b>
<i>Margen operacional recurrente</i>	<b>1.5%</b>	<b>2.1%</b>	
<b>EBITDA recurrente</b>	<b>8,514</b>	<b>11,161</b>	<b>-23.7%</b>
<i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>2.6%</b>	<b>3.3%</b>	

### Ventas Netas

- Argentina registró menores niveles de inflación en 1T18 (25.5%) versus el mismo período del año anterior (33.9%) así como a nivel de la inflación de alimentos (-650 pb). Las tasas de interés aumentaron 175 pb y las ventas retail permanecieron débiles con una contracción de 1.8% a marzo 2018 (según CAME) comparado con el mismo período del año anterior, lo cual representó una mejora frente al 1.0% de disminución registrado en 2017.

E



- En medio de un complejo ambiente macroeconómico, las **Ventas Netas** de Libertad fueron sólidas con un crecimiento del 24.7% mientras las ventas mismos metros registraron un 24.2% de aumento en moneda local y ajustadas por el efecto calendario. El resultado en pesos colombianos de las ventas incluyeron un efecto negativo de la tasa de cambio de 22.2%. Las ventas se beneficiaron de un sólido aumento de los formatos de conveniencia así como de los hipermercados los cuales crecieron por encima del mercado en más de 100 pb, beneficiado por el sólido desempeño de los productos de gran consumo y las categorías de frescos y textiles. El mejor desempeño de los textiles reflejaron la exitosa implementación del modelo textil Colombiano, ahora presente en 15 hipermercados en Argentina. La mezcla de ventas en el país aumentó 120 puntos básicos en 1T18 vs 1T17 a 74.0%.



- **Ingresos Operacionales** en 1T18 aumentaron 26.7% en moneda local y reflejaron una tendencia positiva en el sector retail además de la continua contribución del negocio inmobiliario.
- **Margen bruto** en 1T18 aumentó 24.2% en moneda local y el margen fue de 33.9% en pesos colombianos y como porcentaje de los Ingresos Operacionales, reflejando el efecto de las actividades comerciales en medio de un muy ambiente muy competido y mayores costos logísticos.
- **Gastos de administración y ventas** permanecieron estables en pesos colombianos, como porcentaje de los Ingresos Operacionales, e incluyeron mayores impuestos por aumento en las ventas y mayores costos de energía. Los gastos en Libertad aumentaron por debajo de la inflación en Argentina debido a mayores esfuerzos de productividad y ahorros laborales y de mercadeo.
- **Margen Operacional recurrente** fue de 1.5% y el **margen EBITDA recurrente** fue 2.6% como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Libertad tuvo mejores resultados que el mercado y los márgenes reflejaron los mayores niveles de costo de ventas los cuales compensaron el crecimiento de las ventas por encima de la inflación y las eficiencias a nivel del costo.

## Actividades estratégicas implementadas en Argentina

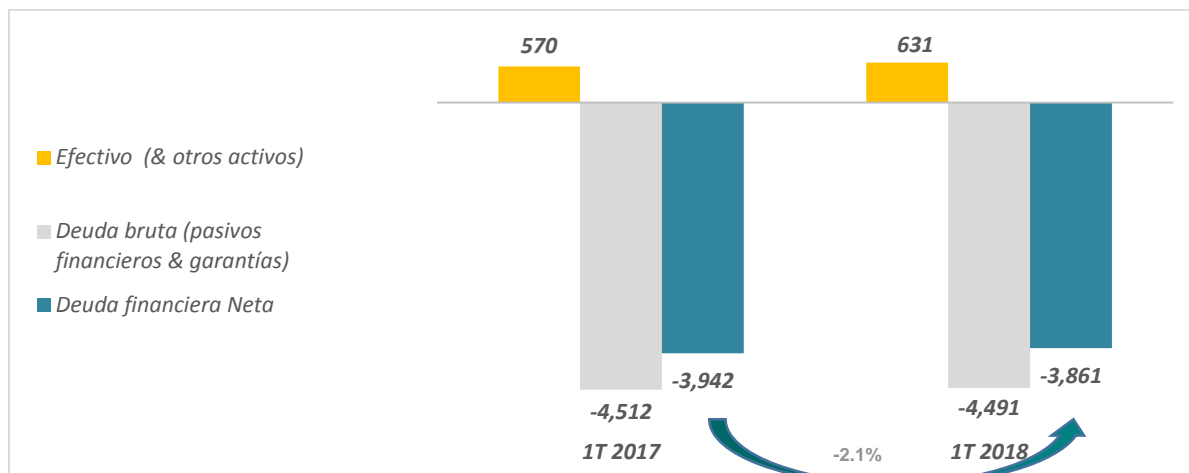
### Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional:

- ✓ 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<sup>(1)</sup>



(1) Holding: Almacenes Exito S.A. sin subsidiarias Colombianas o Internacionales.

#### Deuda Financiera Neta a nivel holding

- In 1T18, la DFN a nivel holding alcanzó aproximadamente COP\$3.9 B, representando un 2.1% de decrecimiento vs marzo de 2017. La mejora de aproximadamente COP\$81.000 M, se debió principalmente a menor gasto financiero por una reducción en la tasa repo de 250 pb en 1T18 vs el mismo período del año anterior. Las tasas de interés continúan por debajo de IBR3M +3.5% en pesos y por debajo de LIBOR3M +1.75% en USD.
- Se realizó el pago de una cuota del crédito de largo plazo por \$97.500 millones en febrero.

#### Caja a nivel holding

- En 1T18, la caja a nivel holding cerró en aproximadamente \$631.000 M, representando un incremento del 10.7% versus el mismo período del año 2017. El efectivo aumentó en \$61.000 M principalmente por el incremento de dividendos de parte de las subsidiarias y por un costo de deuda más bajo, parcialmente compensado por menores dividendos (el cuarto y último pago de la utilidad del año 2016).

## IV. Estrategia Internacional y proceso de sinergias

### Seguimiento al proceso de sinergias

- En 1T18, 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, con los 9 almacenes Surtimayorista que totalizaron cerca de 14,000 metros cuadrados de área de ventas, continuó aumentando las ventas 2x comparado con los niveles registrados antes de conversiones. La expansión en Colombia continua y espera alcanzar 17 almacenes para fin de año con ventas por más de USD100 millones (USD30 millones obtenidos en 1T18).
- La Compañía continuó con la implementación del concepto “Fresh Market” en Carulla Zazué en Colombia. El modelo crea una clara diferenciación en el Mercado premium y está presente actualmente en 17 almacenes en la región. Todos estos almacenes están aumentando las ventas por encima de un dígito vs los almacenes premium sin el modelo.
- En compras conjuntas, el volumen negociado en 1T18 aumentó en 1.2 veces comparado con el mismo período del año anterior con 220 contenedores movilizados en la región. Los ahorros anuales fueron de 1.7x y oscilaron entre 5% y 15% a nivel del costo.
- La expansión del modelo textil en la región a través de Didetexco benefició la competitividad de Grupo Éxito en el sector en Colombia y posicionó a la compañía como el noveno exportador de textiles en el país con más de 1.2 millones de prendas vendidas internacionalmente. En 1T18, el modelo fue implementado en 4 almacenes en Brasil para un total de 36 almacenes Extra beneficiados con la estrategia. En la región, un total de 61 almacenes incrementaron su mezcla de ventas de prendas de vestir en 58 pb en Argentina, 24 pb en Brasil y 20 pb en Uruguay.

## 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.
- ✓ Expansion 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\$170 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 Primer Trimestre de 2018

Fecha: Jueves, Mayo 17, 2018  
Hora: 11:00 a.m. Eastern Time  
10:00 a.m. Colombia Time

*Para participar, marque:*  
**U.S. Toll Free 1 888 771 4371**

**Colombia Toll Free: 01 800 9 156 924**

**International (outside U.S. dial): +1 847.585.4405**

**Identificación de la Conference: 46898741**

Los resultados del 1T18 estarán acompañados por una presentación webcast y audio que estará disponible en el sitio web en [www.grupoexito.com.co](http://www.grupoexito.com.co) bajo “Inversionistas” o:

<http://event.onlineseminarsolutions.com/wcc/r/1668120-1/516F675E4E8A91A08D776882C9779A8D>

### Próximas publicaciones financieras

Segundo Trimestre – Agosto 15, 2018

#### Contactos IR - Prensa

**María Fernanda Moreno R.**  
Investor Relations Director  
+ (574) 604 96 96 ext. 306560  
[maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com](mailto: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](mailto: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 multilaterales en Colombia y un retailer de alimentos relevante en Latinoamérica. La Compañía cuenta con claras ventajas competitivas derivadas de su fortaleza en 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](http://exito.com) and [carulla.com](http://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	1T18	1T17	1Q18/17
	En M COP	En M COP	
Ventas Netas	13,519,070	13,333,244	1.4%
Otros Ingresos	224,718	192,669	16.6%
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>13,743,788</b>	<b>13,525,913</b>	<b>1.6%</b>
Costo de Ventas	-10,482,565	-10,238,643	2.4%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-76.3%</b>	-75.7%	
<b>Utilidad bruta</b>	<b>3,261,223</b>	<b>3,287,270</b>	<b>-0.8%</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>23.7%</b>	24.3%	
Gastos de administración y ventas	-2,567,618	-2,613,065	-1.7%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	-18.7%	-19.3%	
Depreciaciones y amortizaciones	-256,050	-248,946	2.9%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	-1.9%	-1.8%	
<b>Total GA&amp;V</b>	<b>-2,823,668</b>	<b>-2,862,011</b>	<b>-1.3%</b>
<i>% of Net Revenues</i>	<b>-20.5%</b>	-21.2%	
<b>Utilidad Operacional recurrente (ROI)</b>	<b>437,555</b>	<b>425,259</b>	<b>2.9%</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>3.2%</b>	3.1%	
Ingresos y gastos no recurrentes	-73,144	-4,886	1397.0%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-0.5%</b>	0.0%	
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>364,411</b>	<b>420,373</b>	<b>-13.3%</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>2.7%</b>	3.1%	
Resultado financiero neto	-216,511	-280,056	-22.7%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-1.6%</b>	-2.1%	
Ingreso de asociadas & joint ventures	-17,634	-20,337	N/A
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-0.1%</b>	-0.2%	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>130,266</b>	<b>119,980</b>	<b>N/A</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>0.9%</b>	0.9%	
Provisión de Impuestos	-31,469	-53,273	-40.9%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-0.2%</b>	-0.4%	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>98,797</b>	<b>66,707</b>	<b>N/A</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>0.7%</b>	0.5%	
Utilidad Neta de operaciones discontinuas	103,872	123,175	-15.7%
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>0.8%</b>	0.9%	
Interés minoritario	-192,685	-197,475	N/A
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>-1.4%</b>	-1.5%	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>9,984</b>	<b>-7,593</b>	<b>N/A</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>0.1%</b>	-0.1%	
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>693,605</b>	<b>674,205</b>	<b>2.9%</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>5.0%</b>	5.0%	
<b>EBITDA</b>	<b>620,461</b>	<b>669,319</b>	<b>-7.3%</b>
<i>% /ingresos Operacionales</i>	<b>4.5%</b>	4.9%	

Nota: Las cifras no incluyen Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua). Diferencias en la base del 1T17 versus la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación.



## 2. Balance General Consolidado

<b>Balance General Consolidado (En millones de pesos colombianos)</b>	<b>Mar 2018</b>	<b>Dic 2017</b>	<b>Var %</b>
<b>Activos</b>	<b>57,536,937</b>	<b>64,515,547</b>	<b>-10.8%</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>28,584,160</b>	<b>33,960,011</b>	<b>-15.8%</b>
Caja y equivalentes de caja	2,294,867	5,281,618	-56.5%
Inventarios	5,579,491	5,912,514	-5.6%
Cuentas comerciales por cobrar	1,236,581	1,172,458	5.5%
Activos por impuestos	703,503	722,658	-2.7%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	18,264,234	20,452,803	-10.7%
Otros	505,484	417,960	20.9%
<b>Activos no corrientes</b>	<b>28,952,777</b>	<b>30,555,536</b>	<b>-5.2%</b>
Plusvalía	5,296,830	5,559,953	-4.7%
Otros activos intangibles	5,141,987	5,544,031	-7.3%
Propiedades, planta y equipo	11,803,092	12,505,418	-5.6%
Propiedades de Inversión	1,487,303	1,496,873	-0.6%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	741,287	817,299	-9.3%
Activo por impuestos diferidos	1,576,808	1,553,715	1.5%
Activos por impuestos	1,492,606	1,575,743	-5.3%
Otros	1,412,864	1,502,504	-6.0%
<b>Pasivos</b>	<b>39,224,405</b>	<b>44,783,193</b>	<b>-12.4%</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>26,832,794</b>	<b>32,289,247</b>	<b>-16.9%</b>
Cuentas por pagar	8,516,114	12,665,749	-32.8%
Obligaciones financieras	2,475,125	1,906,774	29.8%
Otros pasivos financieros	630,848	645,311	-2.2%
Pasivo no corrientes mantenidos para la venta	14,440,509	16,271,760	-11.3%
Pasivos por impuestos	254,341	289,376	-12.1%
Otros	515,857	510,277	1.1%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>12,391,611</b>	<b>12,493,946</b>	<b>-0.8%</b>
Cuentas por pagar	41,331	47,831	-13.6%
Obligaciones financieras	3,806,592	4,070,129	-6.5%
Otras provisiones	2,307,486	2,457,220	-6.1%
Pasivos por impuestos diferidos	2,887,033	3,004,467	-3.9%
Pasivos por impuestos	461,736	521,870	-11.5%
Otros	2,887,433	2,392,429	20.7%
<b>Patrimonio</b>	<b>18,312,532</b>	<b>19,732,354</b>	<b>-7.2%</b>
Participaciones no controladoras	11,096,097	11,892,786	-6.7%
Patrimonio de los accionistas	7,216,435	7,839,568	-7.9%

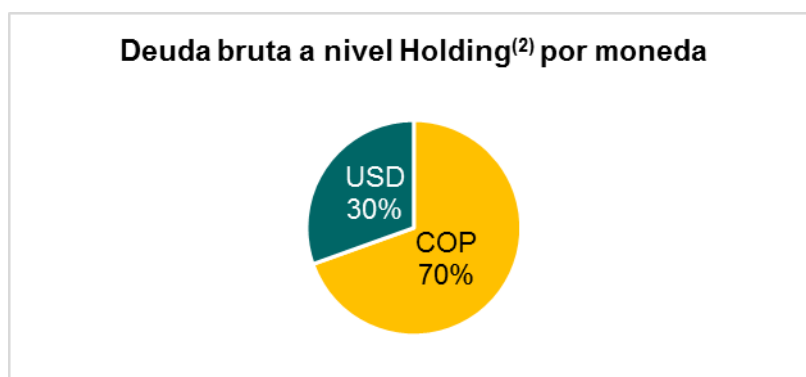
### 3. Flujo de Efectivo Consolidado

<b>Estado de Flujos de Efectivo Resumido</b>	<b>Mar 2018</b>	<b>Mar 2017</b>	<b>% Var</b>
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>202,669</b>	<b>189,882</b>	<b>6.73%</b>
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)*	1,206,780	1,080,027	11.7%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(5,386,786)	(5,897,463)	-8.7%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(449,949)	(176,739)	154.6%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	596,259	(933,696)	-163.9%
<b>Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(451,945)	38,090	
<b>Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>- 5,692,421</b>	<b>- 6,969,808</b>	<b>-18.33%</b>
<b>Efectivo al principio del período de activos no corrientes mantenidos para la venta</b>	<b>3,210,708</b>	<b>3,710,833</b>	<b>-13.48%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>5,281,618</b>	<b>6,117,844</b>	<b>-13.67%</b>
Efectivo al final del período de activos no corrientes mantenidos para la venta	505,038	484,895	
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo</b>	<b>2,294,867</b>	<b>2,373,974</b>	

#### 4. Deuda por país, moneda y vencimiento

##### Deuda neta por país

31 Marzo de 2018 (millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Brasil	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,448,561	413,725	1,170,508	73,179	3,105,973
Deuda de largo plazo	3,188,814	-	3,430,075	-	6,618,889
<b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b>	<b>4,637,375</b>	<b>413,725</b>	<b>4,600,583</b>	<b>73,179</b>	<b>9,724,862</b>
Efectivo y equivalentes de efectivo	700,367	149,336	1,422,822	22,342	2,294,867
<b>Deuda Neta</b>	<b>3,937,008</b>	<b>264,389</b>	<b>3,177,761</b>	<b>50,837</b>	<b>7,429,995</b>



##### Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Marzo de 2018 (millones de pesos)	Valor nominal <sup>(3)</sup>	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31/03/2018 <sup>(3)</sup>
Largo plazo	1,850,000	Variable	Agosto 2025	1,460,020
Mediano plazo COP	838,000	Variable	Diciembre 2020	838,000
Mediano plazo- Bilateral	158,380	Fija	Abril 2019	158,380
Mediano plazo- USD	1,251,212	Variable	Diciembre 2020	1,251,212
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	470,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2018	100,000
Corto plazo - Bilateral USD	75,073	Variable	May 2018 <sup>(4)</sup>	75,073
<b>Total deuda bruta</b>	<b>4,772,664</b>			<b>4,352,684</b>

(1) 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 marzo 31 de 2018 (2,780.47)

(4) Con opción de extenderlo hasta Noviembre 20188.

## 5. Estado de Resultados y CAPEX por País

	Colombia	Brazil	Uruguay	Argentina	Consolidado
En millones de pesos colombianos	1T18	1T18	1T18	1T18	1T18
<b>Ingresos Operacionales</b>	2,699,187	9,997,301	715,052	333,818	13,743,788
<b>Utilidad Bruta</b>	655,022	2,245,057	248,778	113,132	3,261,223
<i>% Ing Operacionales</i>	24.3%	22.5%	34.8%	33.9%	23.7%
<b>Gastos de administración y ventas</b>	-547,713	-1,742,990	-173,063	-104,618	-2,567,618
<i>% Ing Operacionales</i>	-20.3%	-17.4%	-24.2%	-31.3%	-18.7%
<b>Depreciaciones y amortizaciones</b>	-59,729	-186,183	-6,529	-3,609	-256,050
<b>Total Gastos de administración y ventas</b>	-607,442	-1,929,173	-179,592	-108,227	-2,823,668
<i>% Ing Operacionales</i>	-22.5%	-19.3%	-25.1%	-32.4%	-20.5%
<b>Utilidad Operacional recurrente</b>	47,580	315,884	69,186	4,905	437,555
<i>% Ing Operacionales</i>	1.8%	3.2%	9.7%	1.5%	3.2%
<b>Ingresos y gastos no recurrentes</b>	-38,123	-31,389	19	-3,651	-73,144
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	9,457	284,495	69,205	1,254	364,411
<i>% Ing Operacionales</i>	0.4%	2.8%	9.7%	0.4%	2.7%
<b>EBITDA recurrente</b>	107,309	502,067	75,715	8,514	693,605
<i>% Ing Operacionales</i>	4.0%	5.0%	10.6%	2.6%	5.0%
<b>EBITDA</b>	69,186	470,678	75,734	4,863	620,461
<i>% Ing Operacionales</i>	2.6%	4.7%	10.6%	1.5%	4.5%
<b>Resultado financiero neto</b>	-90,809	-118,025	1,301	-8,978	-216,511

### CAPEX ( en millones)

En Pesos	62,561	302,085	1,223	11,769	377,638
<i>En moneda local</i>	62,561	343	12	81	

Nota: Las cifras consolidadas incluyen eliminaciones y ajustes

## 6. Análisis de Suma de Partes

(in COP M)	LTM net revenues <sup>(1)</sup>	LTM recurring EBITDA	LTM ROI	Net debt (Last quarter) <sup>(2)</sup>	Éxito stake	Market Value of the Stake <sup>(3)</sup>
Colombia	11,114,053	589,893	338,553	3,937,008	100%	
Brazil	41,459,399	2,772,732	2,038,881	3,177,761	18.7%	2,774,060,636
Uruguay	2,654,530	213,715	188,566	264,389	62.5%-100% <sup>(4)</sup>	
Argentina	1,452,429	61,120	45,271	50,837	100%	
<b>Total</b>	<b>56,680,411</b>	<b>3,637,460</b>	<b>2,611,271</b>	<b>7,429,995</b>		

(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. Estado de Resultados de Almacenes Éxito <sup>(1)</sup>

### Estado de Resultados Almacenes Éxito

	1T18	1T17	1T18/17
	Millones de pesos	Millones de pesos	
<b>Ventas</b>	<b>2,570,517</b>	<b>2,597,027</b>	<b>-1.0%</b>
<b>Otros Ingresos Operacionales</b>	<b>80,818</b>	<b>52,623</b>	<b>53.6%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>2,651,335</b>	<b>2,649,650</b>	<b>0.1%</b>
<b>Utilidad bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>614,303</b> 23.2%	<b>640,422</b> 24.2%	<b>-4.1%</b>
<b>Gastos de Administración y Ventas</b> <i>GA&amp;V/Ingresos Operacionales</i>	<b>-578,593</b> -21.8%	<b>-568,350</b> -21.5%	<b>1.8%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>35,710</b> 1.3%	<b>72,072</b> 2.7%	<b>-50.5%</b>
<b>Utilidad Operacional (Ebit)</b> <i>Margen operacional</i>	<b>-2,212</b> -0.1%	<b>37,546</b> 1.4%	<b>-105.9%</b>
<b>Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito</b> <i>Margen neto</i>	<b>9,984</b> 0.4%	<b>-7,593</b> -0.3%	<b>N/A</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen EBITDA recurrente</i>	<b>86,823</b> 3.3%	<b>125,632</b> 4.7%	<b>-30.9%</b>

(1) Holding o Almacenes Exito sin subsidiarias.

## 8. Balance General de Almacenes Éxito<sup>(1)</sup>

<b>Balance General Almacenes Éxito</b> (en millones de pesos colombianos)	<b>Mar 2018</b>	<b>Dic 2017</b>	<b>Var %</b>
<b>Activos</b>	<b>14,503,367</b>	<b>15,962,702</b>	<b>-9.1%</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>2,286,650</b>	<b>3,273,274</b>	<b>-30.1%</b>
Caja y equivalentes de caja	630,977	1,619,695	-61.0%
Inventarios	1,185,438	1,111,981	6.6%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	149,893	189,750	-21.0%
Activos por impuestos	200,260	173,580	15.4%
Otros	120,082	178,268	-32.6%
<b>Non-current Assets</b>	<b>12,216,717</b>	<b>12,689,428</b>	<b>-3.7%</b>
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	151,968	156,218	-2.7%
Propiedades, planta y equipo	2,353,121	2,382,495	-1.2%
Propiedades de Inversión	334,532	339,704	-1.5%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	7,858,337	8,287,426	-5.2%
Otros	65,682	70,508	-6.8%
<b>Pasivos</b>	<b>7,286,932</b>	<b>8,123,134</b>	<b>-10.3%</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>4,051,862</b>	<b>4,667,219</b>	<b>-13.2%</b>
Cuentas por pagar	2,225,745	3,301,661	-32.6%
Obligaciones financieras	1,260,239	799,920	57.5%
Otros pasivos financieros	170,226	128,239	32.7%
Pasivos por impuestos	30,106	41,816	-28.0%
Otros	365,546	395,583	-7.6%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>3,235,070</b>	<b>3,455,915</b>	<b>-6.4%</b>
Cuentas por pagar	3,117,171	3,292,824	-5.3%
Otras provisiones	19,071	19,699	-3.2%
Pasivos por impuestos diferidos	30,940	68,841	-55.1%
Otros	67,888	74,551	-8.9%
<b>Patrimonio</b>	<b>7,216,435</b>	<b>7,839,568</b>	<b>-7.9%</b>

(1) "Holding" o Almacenes Exito sin subsidiarias.

## 9. Indicadores Financieros

	<b>Indicators at Consolidated Level</b>		<b>Indicators at Holding Level</b>	
	<b>March 2018</b>	<b>December 2017</b>	<b>March 2018</b>	<b>December 2017</b>
Assets / Liabilities	1.47	1.44	1.99	1.97
Liquidity (Current Assets / Current Liabilities)	1.07	1.05	0.56	0.70

## 10. Número de Almacenes y Área de Ventas

Stores & Selling Area	Stores	Selling Area (sqm)
<b>Colombia</b>		
Éxito	258	632,416
Carulla	99	85,274
Surtimax	124	65,325
Super Inter	71	64,555
Surtimayorista	9	13,951
<b>Total Colombia</b>	<b>561</b>	<b>861,521</b>
<b>Uruguay</b>		
Devoto	55	38,886
Disco	29	33,421
Geant	2	16,411
<b>Total Uruguay</b>	<b>86</b>	<b>88,718</b>
<b>Brazil</b>		
Pão de Açúcar	186	240,186
Extra Hiper	113	691,841
Extra Super	187	213,263
Minimercado Extra	183	45,928
Minuto Pão de Açúcar	82	19,455
Assaí	127	510,750
<b>Total Brazil</b>	<b>878</b>	<b>1,721,423</b>
<b>Argentina</b>		
Libertad	15	105,681
Mini Libertad	14	2,391
<b>Total Argentina</b>	<b>29</b>	<b>108,072</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,554</b>	<b>2,779,734</b>

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”.

\*\*\*\*\*