

Almacenes Éxito S.A.

Resultados Financieros Consolidados

3T18

Envigado, Colombia, Noviembre 14 de 2018 - Almacenes Éxito S.A. (“Éxito” o “la Compañía”) (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el tercer trimestre de 2018, período terminado el 30 de septiembre de 2018 (3T18). Todas las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

El crecimiento del margen operacional fue el resultado, principalmente, de eficiencias operacionales

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- **Ingresos Operacionales consolidados crecieron 9.5%** ⁽¹⁾ impulsados por el significativo aumento de las Ventas Netas (9.3% ⁽¹⁾) y de los Otros Ingresos operacionales (17.6% ⁽¹⁾).
- **El margen EBITDA recurrente incrementó 40 pb a 5.2%.**
- **Utilidad Neta del Grupo mejoró** de -\$31,331 M en 3T17 a -\$9,676 M en 3T18 y aumentó **4 veces en 9M18** versus el mismo período del año anterior.

Operacionales

- **Aumento de las ventas** ⁽²⁾ y eficiencias **operacionales impulsaron** el sólido desempeño de los **márgenes**.
- **CAPEX consolidado** de **\$682,480 M** en 3T18 (46% expansión).
- Lanzamiento de **Puntos Colombia** (Ago 1).
- Lanzamiento de **Exito WOW** en Envigado, el hipermercado del futuro (Sep 6).
- Apertura de **Carulla Fresh Market en Castillo Grande**, Cartagena (Ago 17).
- Llegada del formato C&C con la marca **Surtimayorista a Chía**, Cundinamarca (Sep 27).
- Construcción de centros comerciales **Viva Envigado y Viva Tunja** en Colombia (cerca de 110k área arrendable agregados en Oct/18).
- **Sinergias en línea para** alcanzar el beneficio recurrente de **USD120 M** en 2018.

Perspectivas

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

“Innovación es el enfoque estratégico diferenciado que Grupo Éxito eligió implementar en los 4 países en los que opera la Compañía. En Colombia, el lanzamiento de nuevos conceptos tales como Éxito Wow y Carulla Fresh Market, el foco omnicanal y la monetización del tráfico a través de los negocios complementarios, especialmente el inmobiliario, impulsaron el aumento en la utilidad neta en los primeros 9 meses del año. La operación en Brasil, mostró resultados consistentes por la continua mejora de Multivarejo y el sólido desempeño de Assaí. Uruguay creció a pesar del reto visto en los países vecinos. La operación en Argentina también registró aumento en ingresos debido a la exitosa implementación de estrategias comerciales y la gran tasa de ocupación de los locales comerciales. La capacidad de ejecución regional nos permite continuar enfocándonos en alcanzar la meta de beneficios por sinergias de USD 120 M previstos para fin de año”, indicó Carlos Mario Giraldo Moreno, CEO de Grupo Éxito.

(1) Excluyendo el efecto negativo de Tasa de cambio de 16.4% en los Ingresos Operacionales y de 16.2% en el EBITDA recurrente (2) Variaciones en Ventas en moneda local.

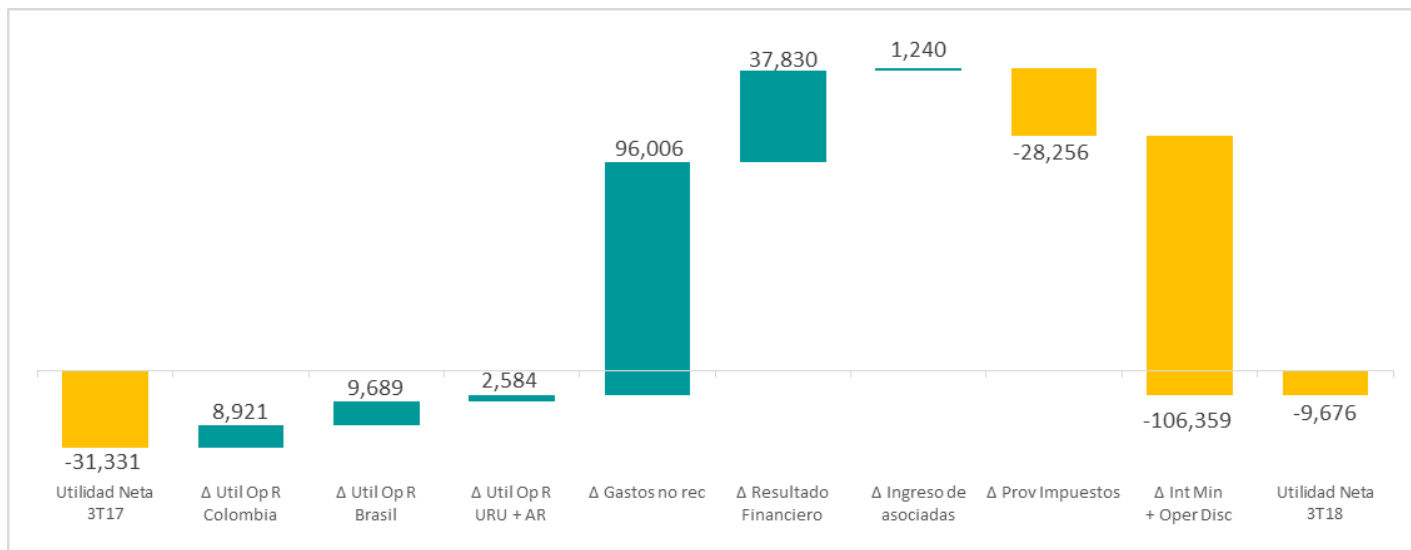
I. I. Desempeño Financiero y Operacional Consolidado

Estado de Resultados Consolidado	3T18	3T17	%Var	9M18	9M17	%Var
	Millones de pesos	Millones de pesos		Millones de pesos	Millones de pesos	
Ventas netas	12,509,571	13,692,439	-8.6%	38,626,888	40,079,420	-3.6%
Otros ingresos	236,459	227,104	4.1%	743,520	633,757	17.3%
Ingresos Operacionales	12,746,030	13,919,543	-8.4%	39,370,408	40,713,177	-3.3%
Utilidad bruta <i>Margen bruto</i>	2,964,673 23.3%	3,259,944 23.4%	-9.1%	9,658,209 24.5%	10,170,438 25.0%	-5.0%
Gastos de Administración y Ventas <i>GA&V/Ingresos Operacionales</i>	-2,529,396 -19.8%	-2,845,861 -20.4%	-11.1%	-7,954,252 -20.2%	-8,517,567 -20.9%	-6.6%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	435,277 3.4%	414,083 3.0%	5.1%	1,703,957 4.3%	1,652,871 4.1%	3.1%
Utilidad Operacional (Ebit) <i>Margen operacional</i>	407,822 3.3%	290,622 2.1%	40.3%	1,523,800 3.9%	1,332,230 3.3%	14.4%
Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito <i>Margen neto</i>	-9,676 -0.1%	-31,331 -0.2%	N/A	119,312 0.3%	30,339 0.1%	N/A
EBITDA recurrente <i>Margen EBITDA recurrente</i>	661,131 5.2%	670,126 4.8%	-1.3%	2,420,822 6.1%	2,403,242 5.9%	0.7%
EBITDA <i>Margen EBITDA</i>	633,676 5.1%	546,665 4.0%	15.9%	2,240,665 5.8%	2,082,601 5.2%	7.6%
Utilidad bruta excluyendo ajuste <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	2,964,673 23.3%	3,259,944 23.4%	-9.1%	9,324,351 23.7%	9,756,498 24.0%	-4.4%
EBITDA recurrente excluyendo ajuste <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	661,131 5.2%	670,126 4.8%	-1.3%	2,086,964 5.3%	1,989,302 4.9%	4.9%

1) Cifras excluyendo el efecto de los créditos fiscales. (2) Excluyendo el efecto negativo de TC de 16.4% en las ventas y de 16.2% en el EBITDA recurrente.. Nota: No incluye a Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua). Las diferencias en la base del 3T17 vs la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación.

- **Ingresos Operacionales Consolidados en 3T18** aumentaron 9.5% ⁽²⁾ impulsados principalmente por el aumento de las ventas netas ⁽³⁾ de todas nuestras operaciones internacionales y el sólido desempeño de los otros ingresos operacionales (17.6% ⁽²⁾). **Las ventas consolidadas** totalizaron \$12.5 B en 3T18, beneficiadas por la apertura de 44 almacenes durante los últimos 12 meses.
- **Margen bruto** como porcentaje sobre los ingresos operacionales reportó una leve disminución de 10 pb a 23.3% en 3T18 versus el mismo período del año anterior. El margen bruto se vió beneficiado por gran Desempeño en Colombia y Argentina (+90 pb y +110 pb respectivamente) compensado principalmente por los niveles registrados en Brasil.
- **Gastos de Administración y Ventas** continuaron disminuyendo con una reducción de 60 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 3T18 comparado con el mismo trimestre del año 2017. Este buen resultado se debió a los planes de acción concretos que continuaron incrementando la productividad especialmente en Brasil y Argentina.
- **Margen Operacional recurrente** aumento por segundo trimestre consecutivo en 40 pb comparado con el mismo trimestre del año anterior principalmente por los mejores niveles de gastos.

- **EBITDA recurrente** totalizó \$661,131 M y el margen aumentó 40pb a 5.2% en 3T18 mientras aumentó 20 pb a 6.1% como porcentaje de los Ingresos Operacionales a septiembre 30 de 2018 (+40 pb al excluirle el efecto de créditos fiscales de Brasil). El margen EBITDA recurrente mejoró debido a un mejor desempeño operacional en Colombia, Brasil y Argentina.
- **Utilidad Neta del Grupo** mejoró de una pérdida de \$31,331 en 3T17 a una pérdida de \$9,676 M en 3T18. A septiembre de 2018, la Utilidad Neta del Grupo aumentó 4 veces a \$119,312 M de \$30,339 M en 9M17.



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

- Un mejor desempeño operacional por los esfuerzos en productividad y a pesar de los efectos negativos de la tasa de cambio.
- Un efecto positivo por la disminución de los gastos no recurrentes relacionados con una estructura optimizada y más plana.
- Menores gastos financieros por un menor tasa repo en Brasil de -175 pb (tasa SELIC de 8.25% a 6.50%) y en Colombia, en -100 pb (tasa repo de 5.25% a 4.25%).
- Un efecto negativo de impuestos y el desempeño de operaciones discontinuas.

Utilidad por acción (UPA)

- Utilidad diluida por acción fue de -\$21.62 en 3T18 vs -\$70.0 en 3T17. La utilidad diluida por acción fue de \$266.6 en 9M18 vs \$67.8 en 9M17.

CAPEX

- **Las inversiones consolidadas** en 3T18 fueron de \$682,480 M. De esta suma, 46% fue invertido en la expansión retail e inmobiliaria así como para conversiones, el saldo se destinó a mantenimiento y soporte de las estructuras operacionales y actualización de los sistemas de TI y logística.
- En Colombia, las inversiones alcanzaron \$111,805 M en 3T18 de los cuales 46% correspondió al negocio inmobiliario, incluyendo la construcción de Viva Envigado y Viva Tunja, centros comerciales.

- En Brasil, las inversiones se enfocaron en la expansión a través de aperturas de Assaí, conversiones y renovaciones de Pão de Açúcar y almacenes Extra.

Expansión en Retail de alimentos

- En 3T18, Grupo Éxito abrió 14 almacenes en la región y totalizó 44 aperturas en los últimos 12 meses.
- En Colombia, la compañía abrió 3 almacenes bajo la marca Surtimayorista (2 de conversiones). En Brasil, se realizó la apertura de 4 almacenes Assaí (1 convertido de Extra Hiper), 15 Pão de Açúcar fueron renovados y 6 Extra Super convertidos a Mercado Extra. En Uruguay, se abrió 1 almacén bajo la marca Devoto express.
- Grupo Éxito finalizó el período con 1,536 almacenes de alimentos, geográficamente diversificados así: 549 almacenes en Colombia, 870 en Brasil, 88 en Uruguay y 29 en Argentina. En el total de Brasil no se incluyen farmacias, estaciones de gasolina ni los de la operación discontinua de Via Varejo. El área total consolidada de la Compañía alcanzó 2.79 M m2.

Expansión Inmobiliaria

- En Colombia durante el 3T18, la Compañía avanzó en la construcción de Viva Envigado y Viva Tunja. Ambos centros comerciales abrieron finalmente en octubre de 2018 y agregaron cerca de 110.000 m2 de área arrendable.

Estructura de Deuda

- Grupo Éxito obtuvo una facilidad de EUR 400 M y redujo su deuda bruta a nivel holding en aproximadamente \$670,000 M lo que representó una reducción de aproximadamente 15%.
- Lo anterior es parte de la estrategia de Grupo Éxito de optimizar constantemente su estructura de deuda, costo financiero y tendencia.

Logros en Sostenibilidad

- Grupo Éxito fue incluido por sexto año consecutivo en el índice Dow Jones para Mercados Emergentes. La Compañía recibió su más alto puntaje (64 puntos) desde que fue incluido en el índice y fue #12 en la calificación general.

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	3T18			Ajustado por efecto calendario (1)		9M18			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	2,550,635	-0.9%	-1.0%	0.6%	0.5%	7,658,563	-0.4%	-1.1%	-0.6%	-1.3%
Éxito	1,729,309	-1.2%	-1.3%	0.9%	0.8%	5,210,859	-0.2%	-0.7%	-0.5%	-1.0%
Carulla	366,482	0.8%	1.0%	1.1%	1.3%	1,096,954	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%
SM & SI (2)	327,950	-8.6%	-8.6%	-8.5%	-8.4%	1,013,315	-8.8%	-9.4%	-8.8%	-9.4%
B2B & Otros (3)	126,894	26.2%	44.8%	26.2%	44.8%	337,435	30.8%	44.1%	30.8%	44.1%

(1) Variaciones en las ventas netas de Colombia y SSS incluye el efecto de conversiones y el efecto Calendario ajustado de -1.5% en 3T18 y 0.2% en 9M18.

(2) Surtimax and Super Inter

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

- En Colombia, la inflación permaneció baja en 3.23% en 3T18 versus 3.97% del 3T17, en línea con el 3.2% del 2T18. Las tasas de interés han disminuido 50 pb durante el año a 4.25% al 3T18, mientras registran una reducción de 100 pb comparadas con el mismo período del año 2017. Durante el trimestre, el pago de impuesto de renta para personas naturales fue realizado y su ajuste al alza después de la última reforma tributaria en 2016, ciertamente afectó la confianza del consumidor en Colombia debido a que el índice pasó de 15.5 en Junio 2018 a -0.7 en Septiembre de 2018. Una nueva reforma tributaria fue presentada por el nuevo gobierno, en la cual se espera que el IVA se le agregue a varios productos y servicios en el país. Las ventas al por menor estuvieron afectadas en el 3T18 y registraron un menor crecimiento del 4.8% excluyendo combustibles y vehículos, el cual se compara con el 6.2% de crecimiento del trimestre inmediatamente anterior de este año.
- Las **Ventas Netas de Grupo Exito en Colombia** fueron de \$2.55 billones con un aumento del 0.6% en 3T18, ajustadas por el efecto calendario. Las ventas Netas incluyeron una mayor participación de la categoría de no alimentos (+44 pb a 27.5%) beneficiada por la categoría de electrónica, apalancada por la implementación del modelo WOW en Éxito Envigado. Las Ventas Netas también aumentaron por la contribución de los 16 almacenes abiertos en los últimos doce meses y la mejora en las ventas Omnicanal (+35.2%) y Surtimayorista (+59.2%) en 3T18 versus el mismo período del 2017.
- Las ventas mismos metros (SSS)** en Colombia crecieron 0.5% en 3T18 ajustadas por efecto calendario. Las Ventas netas totales y mismo metros en Colombia mostraron en el 3T18 una mejora gradual consistente al compararla con los niveles vistos durante los últimos 6 trimestres.
- El segmento **Éxito** representó aproximadamente el 68% de las ventas en Colombia con un Desempeño positivo principalmente en Cali y la Costa Atlántica y en la ciudad de Medellín impulsadas por la apertura del formato WOW en Éxito Envigado. Este segmento registró un crecimiento del 0.9% y el 0.8% en ventas totales y mismos metros, respectivamente, al ajustarla por el efecto calendario. Estos resultados demuestran una tendencia positiva de crecimiento comparada con el desempeño negativo experimentado en los últimos 6 trimestres. Las Ventas Netas en Éxito se beneficiaron por el incremento en las categorías de textiles y electrónica, especialmente en el Éxito WOW Envigado, el cual representa cerca del 6% de participación dentro de las ventas totales de Éxito.
- El segmento **Carulla** representó aproximadamente el 14% de las ventas en Colombia y reportó un aumento de ventas totales y mismos metros de 1.1% y 1.3%, respectivamente y ajustadas por el efecto calendario. En consecuencia, la tendencia de las ventas totales y mismos metros en 3T18 continuó mejorando y registró un crecimiento por segundo trimestre consecutivo después de 5 trimestres en terreno negativo. Carulla creció principalmente sus ventas en Cali y la región cafetera, y se benefició de un aumento de las categorías de frescos, gran consumo y textiles. El

modelo FreshMarket fue implementado en Carulla Castillo Grande en Cartagena para un total de 4 almacenes con este formato. El modelo FreshMarket contribuyó al desempeño de la marca aumentando las ventas 11.3% durante el tercer trimestre de 2018.

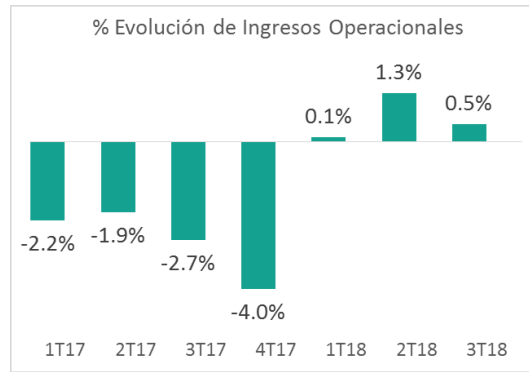
- **Surtimax & Super Inter** representaron 13% de las ventas en Colombia y sufrieron una contracción de ventas totales y mismos metros de 8.5% y 8.4%, respectivamente al ajustarlas por el efecto calendario. El segmento de bajo costo registró una tendencia de recuperación de cerca de 200 pb comparada con los niveles de ventas mismos metros de períodos previos beneficiadas por estrategias enfocadas en precio, fidelización, surtido de producto y logística. Categorías tales como frescos en Super Inter y textiles en Surtimax contribuyeron positivamente a las ventas.
- Las ventas de **B2B y Otros** aumentaron su contribución a la mezcla total en 100 pb en Colombia, alcanzando 5.0% en 3T18. Las ventas netas en este segmento aumentaron 26.2% en el trimestre y en 44.8% en ventas mismos metros ajustadas por el efecto calendario. El aumento de las ventas se debió principalmente a la expansión de Surtimayorista con 3 almacenes abiertos en el 3T18, para un total de 15 a septiembre 30 de 2018. La marca continuó creciendo sus ventas en cerca de 2 veces posterior a la conversión, registrando un aumento de 59.2% con márgenes EBITDA positivos.

Desempeño Operacional en Colombia

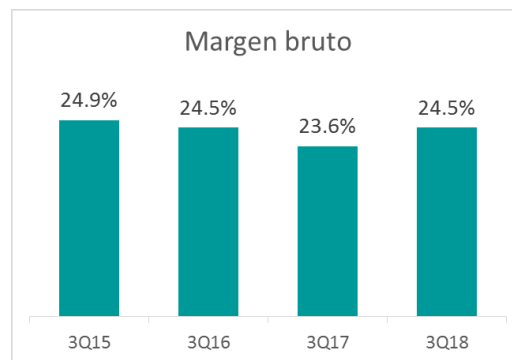
Colombia	3T18	3T17	2T18/17	9M18	9M17	9M18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	2,550,634	2,573,838	-0.9%	7,658,563	7,688,960	-0.4%
Otros Ingresos	158,747	122,865	29.2%	428,397	347,120	23.4%
Ingresos Operacionales	2,709,381	2,696,703	0.5%	8,086,960	8,036,080	0.6%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	664,452 24.5%	636,279 23.6%	4.4%	1,978,999 24.5%	1,959,824 24.4%	1.0%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-602,397 -22.2%	-583,145 -21.6%	3.3%	-1,773,540 -21.9%	-1,755,451 -21.8%	1.0%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	62,055 2.3%	53,134 2.0%	16.8%	205,459 2.5%	204,373 2.5%	0.5%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	123,393 4.6%	115,105 4.3%	7.2%	385,610 4.8%	388,614 4.8%	-0.8%

Nota: El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Exito S.A. y sus subsidiarias en el país. Las diferencias en la base del 3T17 vs la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación

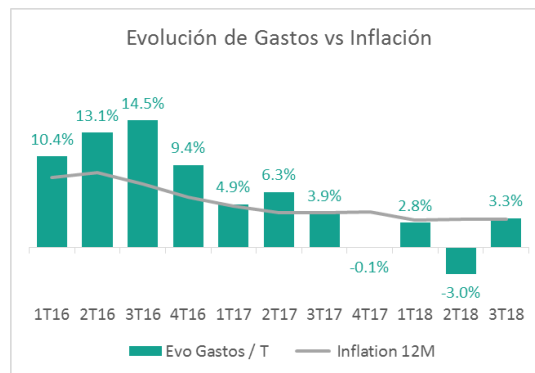
- **Ingresos Operacionales** aumentaron 0.5% en 3T18 impulsados por un sólido crecimiento de los Otros Ingresos Operacionales (+29.2%) los cuales compensaron el comportamiento en las Ventas Netas (-0.9%). **Los Otros Ingresos** representaron 5.9% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 3T18; los 130 pb de aumento comparado con el año anterior refleja el sólido desempeño de los negocios inmobiliarios y financieros.
- La contribución de los negocios complementarios lideró el aumento de los Ingresos Operacionales en 3T18, continuando con la tendencia vista en el segundo y tercer trimestre de 2018 lo cual se compara con la tendencia negativa de los ingresos operacionales vista durante 2017.



- **El margen bruto** en 3T18 aumentó 90 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales producto de la sólida contribución de los negocios complementarios y los costos logísticos más bajos.



- **Gastos de administración y ventas** del trimestre reflejaron el efecto de la expansión retail e inmobiliaria. Sin embargo, el resultado visto en el acumulado a septiembre de 2018 continúa creciendo por debajo de inflación (3.23% últimos 12M). Los gastos de la Compañía reflejaron los esfuerzos por mejorar la productividad optimizando la base laboral y los procesos relacionados con gastos de logística y arrendamientos.



- **Margen Operacional recurrente** aumentó 30 pb a 2.3% y el margen **EBITDA recurrente** aumentó 30 pb a 4.6% en 3T18 en Colombia. El aumento del margen reflejó la continuación de los claros planes de control de los gastos y costos, así como la diversificación de los ingresos por la gran contribución de los negocios complementarios.

Actividades Estratégicas implementadas en Colombia

Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional

- ✓ Implementación del formato “WOW” en el hipermercado Éxito. El propósito es desarrollar una nueva generación de hipermercados que reúna lo mejor del mundo físico y virtual en un solo lugar, con un servicio al cliente superior y un foco en los productos frescos ofreciendo una experiencia de compra conectada al mundo digital. El objetivo es llevar este nuevo modelo a 2 hipermercados Éxito clave en 2018, Éxito Envigado y Country, los cuales representan cerca del 6% de la participación de ventas del segmento Éxito.
- ✓ Implementación del Modelo “Fresh Market” en los Almacenes Carulla, una innovación en la categoría de frescos, renovación de los almacenes y mejorar su diseño interior. Adicionalmente, incluye desarrollo digital tal como las aplicaciones, mejora de la experiencia de servicio al cliente y fortalecimiento de la oferta en productos tales como vinos, pasta, quesos, café y eventos artísticos relacionados con el valor de la marca.
- ✓ Fortalecimiento del portafolio actual de productos para garantizar el precio más bajo con la calidad y productos básicos con el fin de competir en el mercado de bajo costo.
- ✓ Ejecución del programa de excelencia operacional para mantener el crecimiento de los Gastos de Administración y ventas creciendo por debajo de los niveles de 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 y Tunja abiertos en 4T18
- ✓ 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 1.3 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, datos de consumo y campañas de mercadeo.
 - 14.8 millones de clientes registrados versus 10 inicialmente esperados.
 - Un posicionamiento diario para incrementar la relevancia y el uso en medio de diversas categorías:
 - Supermercados y locales comerciales
 - Comidas rápidas, restaurants y entretenimiento
 - Combustible
 - Tarjetas de crédito
 - Una categoría solida de Viajes:
 - +300 Aerolíneas
 - +300,000 hoteles alrededor del mundo
 - 50,000 oficinas de renta de auto y actividades en destino.
 - Opción de pago con puntos o conjuntamente con efectivo.
- ✓ Omnicanal:
- **Ventas Omni canal** (excluyendo las provenientes de Almacenes) ya representan cerca del 3.6% de las ventas totales de Grupo Éxito en Colombia (+100 bps vs 3T17) y aumentaron 32% a \$250,000 M en 9M18.
 - **Sitios Web:** Diferenciados por género: exito.com y carulla.com para alimentos y no alimentos; bronzini.com y arkitect.com para vestuario. Grupo Éxito es el líder del Mercado online en Colombia, alcanzó 46 millones de visitas en ambos sitios web, más de 255 mil órdenes y las ventas aumentaron 8.0% en los 9M18.
 - **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 más de 1.100 vendedores y más de 65 mil productos. El negocio creció 58% en GMV in 9M18.
 - **Domicilios:** para clientes de Carulla y Éxito, Servicio que fue mejorado con la alianza exclusiva firmada recientemente con el líder de la última milla, Rappi, para garantizar las entregas a domicilio en menos de 35 minutos. En 9M18, la Compañía procesó más de 1.9 M órdenes de entrega (+134%) de las cuales el 75% fueron a través de Rappi.
 - **Almacenes:** una red de 549 a Sept 30 contribuyen a las necesidades de abastecimiento del negocio.
 - **Catálogos digitales:** disponibles en 149 almacenes en Colombia facilitando al cliente la experiencia de compra, las ventas crecieron un 5% en los 9 M18.
 - **Click & collect:** disponible para productos de no alimentos en 300 almacenes.

Ventas Netas - Brasil

En M COP	3T18			Ajustado por efecto calendario ⁽¹⁾		9M18			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	9,154,948	12.4%	6.4%	12.9%	7.0%	28,279,572	10.1%	4.9%	9.9%	4.7%

(1) Variaciones en ventas totales y SSS en moneda local incluye el efecto de conversiones y del ajuste de efecto calendario (60 pb en 3T18 y 20 pb 9M18). Segmento alimentos en Brasil incluye: Multivarejo + Assaí. Via Varejo registrada como operación discontinua (2) Crecimiento de Mayo a Ago, 2018 reportada por Nielsen.

- Ventas Netas en GPA** relacionadas con el negocio de alimentos aumentó en 3T18 en 12.9% ⁽¹⁾ y 7.0% ⁽¹⁾ en términos de **ventas mismos metros** comparadas con el mismo período del año anterior. Este buen resultado reflejó la mejora continua de Multivarejo y otro trimestre más de sólido desempeño de Assaí. En Brasil, se abrieron 4 almacenes Assaí en 3T18 (1 de conversiones), 15 Pão de Açúcar fueron renovados y 6 Extra Super convertidos a Mercados Extra. Las Ventas Netas en Brasil también se beneficiaron de la apertura de 19 almacenes en los últimos 12 meses.
- La marca **Assaí** registró una vez más un fuerte crecimiento en ventas totales (25.8% ⁽¹⁾) y mismos metros (8.2% ⁽¹⁾) en 3T18 comparado con el mismo período del año anterior. El desempeño en ventas del trimestre reflejó la apertura de los 18 nuevos almacenes entre aperturas y conversiones en los últimos 12 meses los cuales reportaron el mejor desempeño por metro cuadrado de los últimos 5 años; con aumento de volúmenes y tráfico impulsados por las actividades comerciales; y el sólido posicionamiento de la tarjeta Passaí la cual alcanzó cerca de 500.000 emitidas. La marca incrementó su contribución a las ventas al 47.8% de las ventas totales de GPA alimentos y su competitividad mejoró a través de ganancias de participación de mercado (+190 pb ⁽²⁾). En términos de expansión, 4 almacenes Assaí abrieron en 3T18 (1 por conversión de Extra hiper) y llegó a dos nuevos estados en Brasil, Belo Horizonte y Curitiba. Assaí completó 19 aperturas en los últimos 12 meses mientras que 10 almacenes están actualmente bajo construcción y 1 está pendiente para ser convertido a esta marca.
- Multivarejo** registró aumento en ventas totales (3.2% ⁽¹⁾) y mismos metros (6.0% ⁽¹⁾) en el 3T18 comparado con el mismo período del año anterior impulsadas por estrategias comerciales innovadoras, la transformación digital y el reposicionamiento de la marca propia con una revisión del portafolio de productos y políticas de precio. El segmento obtuvo 140 pb de ganancia de cuota de mercado ⁽²⁾, con un aumento en todas las marcas especialmente Extra hiper y los formatos de Proximidad. La Compañía creó el Área Ejecutiva de Transformación Digital para fortalecer el proyecto de transformación digital. Las actividades de fidelización también contribuyeron a la mejora continua del segmento con la app "My Discount" registrando una cifra record de descargas de 6.5 millones.
- El desempeño del formato **Extra Hiper** reflejó un aumento de las ventas mismos metros (7.4% ⁽¹⁾) en 3T18 y alcanzó la mayor ganancia de cuota de mercado en lo corrido del 2018. Este resultado positivo se debió al desempeño de la categoría de alimentos y al incremento doble dígito de la de no alimentos.
- El formato **Extra Super** reportó un aumento de las ventas mismos metros y del tráfico, revirtiendo la tendencia negativa de los últimos trimestres. La Compañía concluyó la conversión de 6 Extra Super a almacenes Mercado Extra, totalizando 10 a final del 3T18. Adicionalmente, el proceso de conversiones de otros 13 CompreBem a Mercado Extra se aceleró para garantizar la apertura en 4T18. Los almacenes bajo la marca Mercado Extra, reportaron un aumento doble dígito en términos de ventas, cantidades y volúmenes.
- La marca **Pão de Açúcar** continuó registrando ganancias de mercado beneficiadas por el buen resultado de la app My Discount y la renovación de 15 almacenes con un foco en la calidad del servicio y surtido mejorado. Se espera

que 32 almacenes se beneficien de las actividades para mejorar la calidad de los perecederos, surtido diferenciado y servicio para ofrecer a los clientes una experiencia premium.

- Los formatos de **Proximidad** reportaron un aumento importante en ventas mismos metros y de ganancia de cuota de mercado derivada de un mejor surtido de producto, de precio y del desempeño de las actividades comerciales.

Desempeño Operacional en Brasil

Brasil	3T18	3T17	2T18/17	9M18	9M17	9M18/17
	En M COPM	En M COP		En M COP	En M COP	
Segmento de Alimentos						
Ventas Netas	9,154,948	10,171,471	-10.0%	28,279,572	29,534,066	-4.2%
Otros Ingresos	58,556	79,667	-26.5%	248,794	214,885	15.8%
Ingresos Operacionales	9,213,504	10,251,138	-10.1%	28,528,366	29,748,951	-4.1%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	2,023,719 22.0%	2,298,530 22.4%	-12.0%	6,740,446 23.6%	7,219,320 24.3%	-6.6%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-1,686,888 -18.3%	-1,971,388 -19.2%	-14.4%	-5,391,522 -18.9%	-5,910,650 -19.9%	-8.8%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	336,831 3.7%	327,142 3.2%	3.0%	1,348,924 4.7%	1,308,670 4.4%	3.1%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	491,976 5.3%	511,124 5.0%	-3.7%	1,856,310 6.5%	1,844,490 6.2%	0.6%
Utilidad bruta excluyendo ajuste <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	2,023,719 22.0%	2,298,530 22.4%	-12.0%	6,406,588 22.5%	6,805,380 22.9%	-5.9%
EBITDA recurrente excluyendo ajuste <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	491,976 5.3%	511,124 5.0%	-3.7%	1,522,452 5.3%	1,430,550 4.8%	6.4%

(1) Excluyendo el efecto de los créditos fiscales (2) Variaciones en moneda local incluyendo el efecto de las conversiones. Nota: Alimentos en Brasil incluye: Multivarejo y Assaí; Via Varejo S.A no está incluido y está clasificado como operación discontinua.. Las diferencias en la base del 3T17 vs la reportada en 2017 está asociada a reclasificaciones para efectos de comparación.

- **Ingresos Operacionales** en Brasil en 3T18 aumentaron 12.4% ⁽²⁾ producto del sólido crecimiento en ventas de Assaí (25.8% ⁽²⁾) y la mejora continua de Multivarejo. Las ventas en pesos colombianos estuvieron fuertemente afectadas por un efecto negativo de la tasa de cambio del 20.0%
- **El margen bruto** disminuyó 40 pb a 22.0% en 3T18 y en 70 pb a 23.6% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en el acumulado a septiembre de 2018 comparado con el mismo período del año anterior. El margen bruto trimestral reflejó niveles estables en Multivarejo y un aumento en Assaí soportado por su exitosa expansión orgánica y el plan de conversiones compensando la mayor contribución a las ventas de la marca Assaí.
- **Gastos de Administración y Ventas** registraron una disminución de 90 pb en 3T18 y de 100 pb en 9M18 como porcentaje de los Ingresos Operacionales comparado con el mismo período del año anterior. Los mejores niveles de gastos se derivaron principalmente de disciplina en los costos y productividad en los almacenes.
- **Margen operacional recurrente (ROI)** aumentó 50 pb a 3.7% en 3T18 y 30 pb a 4.7% in 9M18 versus el mismo período del 2017.

- **Margen EBITDA** recurrente aumentó 30 pb a 5.3% in 3T18 versus el mismo trimestre de 2017. El margen ganó 30 pb a 6.5% en 9M18 y 50 pb a 5.3% en el mismo período excluyendo el efecto de los créditos fiscales de Brasil. Este aumento del margen en Brasil se debió principalmente al resultado de Multivarejo, el sólido desempeño de Assaí y los mejores niveles de gasto por los programas de productividad. El **EBITDA recurrente** en pesos colombianos estuvo fuertemente afectado por el efecto negativo de tasa de cambio del 20.0%.

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.
- ✓ 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.
- ✓ 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	3T18	3T17	2T18/17	9M18	9M17	9M18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	572,825	611,919	-6.4%	1,862,951	1,884,257	-1.1%
Otros Ingresos	5,892	3,979	48.1%	18,097	15,243	18.7%
Ingresos Operacionales	578,717	615,898	-6.0%	1,881,048	1,899,500	-1.0%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	191,468 33.1%	204,549 33.2%	-6.4%	638,223 33.9%	639,328 33.7%	-0.2%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-164,114 -28.4%	-171,199 -27.8%	-4.1%	-508,065 -27.0%	-511,975 -27.0%	-0.8%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	27,354 4.7%	33,350 5.4%	-18.0%	130,158 6.9%	127,353 6.7%	2.2%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	34,068 5.9%	39,553 6.4%	-13.9%	149,840 8.0%	145,833 7.7%	2.7%

(1) Variaciones en moneda local (2) Cifras ajustadas por el efecto calendario (3) Excluye el efecto negativo de TC del 10.2%.

- En Uruguay la inflación 12M fue de 8.26% versus 5.75% en 3T17 y en línea con el 8.11% reportado en 2T18. La inflación de alimentos fue de 9.31% en 3T18 versus el 10.6% registrado el trimestre anterior y fue superior versus el 2.10% visto en 2T17. El desempleo aumentó de 7.6% en 3T17 a 9.0% en 3T18. El ambiente macro retador en Uruguay ciertamente afectó el desempeño de la Compañía durante el tercer trimestre de 2018.
- Las Ventas Netas en Uruguay** aumentaron 4.7% ^(1,2) en 3T18 y 6.4% ^(1,2) en los primeros 9 meses de 2018 versus el 3T17, impulsadas por los formatos de supermercados y de conveniencia y beneficiadas por los 9 almacenes abiertos en los últimos 12 meses. La mezcla de alimentos en Uruguay fue de 88.0% en 3T18 e incrementó su participación en 30 pb vs el mismo período del año 2017.
- Las ventas mismos metros** aumentaron 4.0% ^(1,2) en el trimestre y 5.4% ^(1,2) en el acumulado 9 meses del año debido al impulso de las categorías de frescos y textiles en ambos períodos.
- Los Ingresos Operacionales** en Uruguay aumentaron 4.6% en moneda local, beneficiadas principalmente por el sólido desempeño de Disco y Devoto Express así como el 64.9% de incremento de Otros Ingresos ⁽¹⁾ especialmente por los negocios complementarios. Las Ventas de Uruguay en pesos colombianos estuvieron afectadas por el efecto negativo del 10.2% de la tasa de cambio.
- El **margen bruto** fue de 33.1% como porcentaje de los Ingresos Operacionales, una reducción de 10 pb principalmente por el efecto del incremento de actividades comerciales; sin embargo, el margen bruto aumentó 20 pb en 9M18 por la optimización de la merma y las actividades de control de costos.
- GA&V** incrementaron en 3T18 como porcentaje de los Ingresos Operacionales y reflejaron la menor dilución por menores ventas.
- Margen Operacional Recurrente** fue 4.7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 3T18. **El margen EBITDA recurrente** fue 5.9% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 3T18 y aumentó 30 pb en 9M18 por el incremento de las ventas ^(1, 2, 3) y eficiencias obtenidas a nivel de los costos y gastos.

- Las ventas trimestrales ⁽¹⁾⁽³⁾ y el Desempeño de los márgenes en Uruguay se vieron negativamente afectados por el débil ambiente macro de sus principales socios en Brasil y Argentina.

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	3T18	3T17	2T18/17	9M18	9M17	9M18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
Ventas Netas	234,264	341,195	-31.3%	830,893	982,062	-15.4%
Otros Ingresos	14,552	21,792	-33.2%	51,494	59,535	-13.5%
Ingresos Operacionales	248,816	362,987	-31.5%	882,387	1,041,597	-15.3%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	86,372 34.7%	122,058 33.6%	-29.2%	303,771 34.4%	354,991 34.1%	-14.4%
Gastos de Adm y Ventas <i>GA&V /Ing. Operacionales</i>	-77,335 -31.1%	-121,601 -33.5%	-36.4%	-284,355 -32.2%	-342,516 -32.9%	-17.0%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	9,037 3.6%	457 0.1%	1877.5%	19,416 2.2%	12,475 1.2%	55.6%
EBITDA recurrente <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	11,694 4.7%	4,344 1.2%	169.2%	29,062 3.3%	24,305 2.3%	19.6%

(1) Variaciones en moneda local (2) Cifras ajustadas por el efecto calendario (3) Excluye el efecto negativo de TC del 44.6%. Nota: 3T18 no incluye el ajuste IAS 29 estimado a realizarse en 4T18

- Argentina estuvo afectado por el bajo desempeño de sus países vecinos Brasil y Uruguay y las variables macroeconómicas cambiaron dramáticamente durante el tercer trimestre de 2018. La inflación pasó a 40.1% en 3T18 de 25.1% del 3T17 y 29.9% visto en 2T18. En el tercer trimestre, las tasas de interés aumentaron nuevamente a 50% comparado con el 40% visto en 2T18 y el 25% del 3T17. Las ventas al por menor permanecieron débiles y se contrajeron 4.3% en el acumulado a septiembre de 2018 (según CAME) comparado con el mismo período del año anterior.
- Las Ventas Netas** en el país aumentaron 23.5% ^(1, 2) mientras que las ventas mismos metros fueron de 24.0% ^(1, 2) impulsadas por productos de gran consume, frescos y la categoría de hogar. Hubo un incremento en la categoría de alimentos la cual alcanzó 78% (+310 pb) en 3T18 versus el mismo período del año anterior debido a la categoría de gran consumo. Respecto a la categoría de no alimentos, los productos de hogar tuvieron un sólido desempeño (+37.0%). Las ventas en Argentina se consolidaron en pesos colombianos incluyendo un efecto negativo de 44.6% de la tasa de cambio.
- Los Ingresos Operacionales** en 3T18 aumentaron 23.8% en moneda local mientras se contrajeron en pesos colombianos. Sin embargo, la unidad de negocio continuó sobresaliendo vs el Mercado y se benefició de la contribución de los otros ingresos que crecieron 20.6% ⁽¹⁾ principalmente del negocio inmobiliario.
- El margen bruto** en 3T18 aumentó 110 pb debido principalmente a la sólida contribución del negocio inmobiliario y una rápida valorización del inventario en medio de un contexto inflacionario.
- Los gastos de administración y ventas** disminuyeron 240 pb como porcentaje de los Ingresos Operacionales en pesos colombianos.
- Margen operacional recurrente y margen EBITDA recurrente** aumentaron 350 pb a 3.6% y a 4.7% respectivamente, como porcentaje de los ingresos operacionales. La mejora de los márgenes se debieron a las eficiencias operacionales a nivel del costo y gasto, la sólida contribución del negocio inmobiliario beneficiado por el efecto inflacionario visto durante el trimestre.

Actividades estratégicas implementadas en Argentina

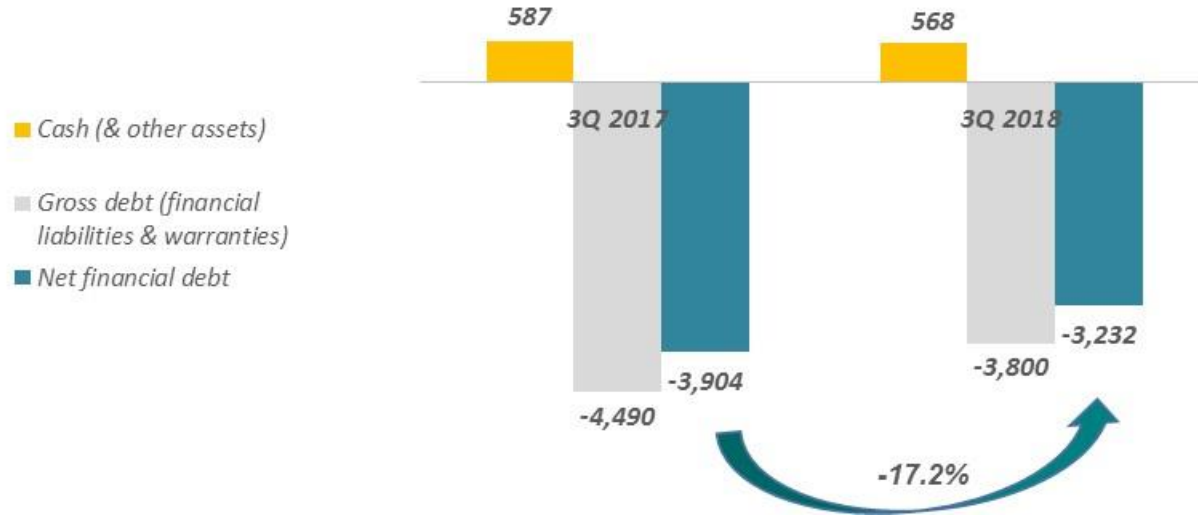
Actividades para mejorar las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional:

- ✓ 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. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) – Tasa de referencia del Mercado: 4.132%, Libor 3M 2.39838%

Deuda Financiera Neta a nivel holding:

- ✓ **En 3T18, la DFN a nivel holding** alcanzó aproximadamente COP\$3.2 Bn representando un 17.2% de disminución versus Septiembre de 2017, una mejora de \$ 672,000 M
- ✓ Reducción de la deuda bruta de \$690.000 M
- ✓ Tasa Repo estuvo 100 pb por debajo en 3T18 (4.25%) vs 3T17 (5.25%)
- ✓ Tasas de interés por debajo de IBR3M + 3.5% en pesos colombianos y de LIBOR3M + 1.75% en dólares

IV. Seguimiento al proceso de sinergias

Estrategia internacional de Grupo Éxito y programa de sinergias

- En 3T18, 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 la apertura de 3 almacenes Surtimayorista en 3T18 y arribó por primera vez a la ciudad de Chia. Este formato totalizó 15 almacenes operando en el país con más de 19.000 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.
- La Compañía continuó liderando la propuesta del formato de valor en la región e implementó el concepto “Fresh Market” en 7 almacenes en 3T18: 6 en Brasil y en el Carulla Castillo Grande en Colombia. A la fecha, 31 almacenes han implementado el modelo Fresh Market en 4 países con una respuesta muy positiva en ventas.
- Actividades en Brasil referente a la transformación digital incluyeron una nueva característica en Meu Desconto para permitir a los clientes comprar a través de la app. Adicionalmente la app alcanzó 6.5 millones de descargas. En Colombia, la compañía prepare el lanzamiento de Éxito y Carulla.
- En compras conjuntas, el volumen negociado en 3T18 aumentó en 1.4 veces comparado con el mismo período del año anterior con 600 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 en Argentina. Como resultado de esto, incrementando la participación dentro de la mezcla de ventas.

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\$700 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 Tercer trimestre de 2018

Fecha: Jueves, Noviembre 15 de 2018

Hora:

9:00 a.m. New York 9:00 a.m. 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: 47772924

Los resultados del 3T18 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/1869400-1/04B5964B379FC1F53D4A8A187B1BF26F>

Próximas Publicaciones Financieras

Cuarto Trimestre y año 2018 – Febrero 28 de 2019

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 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 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	3T18	3T17		9M18	9M17	
	En M COP	En M COP	2T18/17	En M COP	En M COP	9M18/17
Ventas Netas	12,509,571	13,692,439	-8.6%	38,626,888	40,079,420	-3.6%
Otros Ingresos	236,459	227,104	4.1%	743,520	633,757	17.3%
Ingresos Operacionales	12,746,030	13,919,543	-8.4%	39,370,408	40,713,177	-3.3%
Costo de Ventas	-9,781,357	-10,659,599	-8.2%	-29,712,199	-30,542,739	-2.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-76.7%</i>	<i>-76.6%</i>		<i>-75.5%</i>	<i>-75.0%</i>	
Utilidad bruta	2,964,673	3,259,944	-9.1%	9,658,209	10,170,438	-5.0%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>23.3%</i>	<i>23.4%</i>		<i>24.5%</i>	<i>25.0%</i>	
Gastos de administración y ventas	-2,303,542	-2,589,818	-11.1%	-7,237,387	-7,767,196	-6.8%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-18.1%</i>	<i>-18.6%</i>		<i>-18.4%</i>	<i>-19.1%</i>	
Depreciaciones y amortizaciones	-225,854	-256,043	-11.8%	-716,865	-750,371	-4.5%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.8%</i>	<i>-1.8%</i>		<i>-1.8%</i>	<i>-1.8%</i>	
Total GA&V	-2,529,396	-2,845,861	-11.1%	-7,954,252	-8,517,567	-6.6%
<i>% of Net Revenues</i>	<i>-19.8%</i>	<i>-20.4%</i>		<i>-20.2%</i>	<i>-20.9%</i>	
Utilidad Operacional recurrente (ROI)	435,277	414,083	5.1%	1,703,957	1,652,871	3.1%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>3.4%</i>	<i>3.0%</i>		<i>4.3%</i>	<i>4.1%</i>	
Ingresos y gastos no recurrentes	-27,455	-123,461	-77.8%	-180,157	-320,641	-43.8%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.2%</i>	<i>-0.9%</i>		<i>-0.5%</i>	<i>-0.8%</i>	
Utilidad Operacional (EBIT)	407,822	290,622	40.3%	1,523,800	1,332,230	14.4%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>3.2%</i>	<i>2.1%</i>		<i>3.9%</i>	<i>3.3%</i>	
Resultado financiero neto	-212,796	-250,626	-15.1%	-657,496	-810,724	-18.9%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.7%</i>	<i>-1.8%</i>		<i>-1.7%</i>	<i>-2.0%</i>	
Ingreso de asociadas & joint ventures	-6,857	-8,097	N/A	-29,285	-41,381	-29.2%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.1%</i>	<i>-0.1%</i>		<i>-0.1%</i>	<i>-0.1%</i>	
Utilidad antes de impuestos	188,169	31,899	489.9%	837,019	480,125	74.3%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>1.5%</i>	<i>0.2%</i>		<i>2.1%</i>	<i>1.2%</i>	
Provisión de Impuestos	-67,069	-38,813	72.8%	-185,366	-134,286	38.0%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.5%</i>	<i>-0.3%</i>		<i>-0.5%</i>	<i>-0.3%</i>	
Utilidad Neta	121,100	-6,914	-1851.5%	651,653	345,839	88.4%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>1.0%</i>	<i>0.0%</i>		<i>1.7%</i>	<i>0.8%</i>	
Utilidad Neta de operaciones discontinuas	-45,879	57,072	N/A	132,453	173,779	-23.8%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.4%</i>	<i>0.4%</i>		<i>0.3%</i>	<i>0.4%</i>	
Interés minoritario	-84,897	-81,489	4.2%	-664,794	-489,279	35.9%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.7%</i>	<i>-0.6%</i>		<i>-1.7%</i>	<i>-1.2%</i>	
Utilidad Neta	-9,676	-31,331	-69.1%	119,312	30,339	293.3%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.1%</i>	<i>-0.2%</i>		<i>0.3%</i>	<i>0.1%</i>	
EBITDA Recurrente	661,131	670,126	-1.3%	2,420,822	2,403,242	0.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>5.2%</i>	<i>4.8%</i>		<i>6.1%</i>	<i>5.9%</i>	
EBITDA	633,676	546,665	15.9%	2,240,665	2,082,601	7.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>5.0%</i>	<i>3.9%</i>		<i>5.7%</i>	<i>5.1%</i>	

Note: Nota: Las cifras no incluyen Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua). Diferencias en la base del 3T17 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)	Sep 2018	Dic 2017	Var %
Activos	54,088,394	64,515,547	-16.2%
Activo corriente	26,701,369	33,960,011	-21.4%
Caja y equivalentes de caja	2,819,814	5,281,684	-46.6%
Inventarios	5,776,542	5,912,514	-2.3%
Cuentas comerciales por cobrar	1,268,293	1,172,380	8.2%
Activos por impuestos	389,076	722,658	-46.2%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	16,128,412	20,452,803	-21.1%
Otros	319,232	417,972	-23.6%
Activos no corrientes	27,387,025	30,555,536	-10.4%
Plusvalía	4,884,543	5,559,953	-12.1%
Otros activos intangibles	4,574,060	5,544,031	-17.5%
Propiedades, planta y equipo	10,694,519	12,505,418	-14.5%
Propiedades de Inversión	1,460,440	1,496,873	-2.4%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	676,782	817,299	-17.2%
Activo por impuestos diferidos	1,766,631	1,553,715	13.7%
Activos por impuestos	1,973,327	1,575,743	25.2%
Otros	1,356,723	1,502,504	-9.7%
Pasivos	37,868,729	44,783,193	-15.4%
Pasivo corriente	24,582,803	32,289,247	-23.9%
Cuentas por pagar	8,570,090	12,665,438	-32.3%
Obligaciones financieras	2,400,092	1,906,774	25.9%
Otros pasivos financieros	499,455	645,363	-22.6%
Pasivo no corrientes mantenidos para la venta	12,453,523	16,271,760	-23.5%
Pasivos por impuestos	201,846	289,376	-30.2%
Otros	457,797	510,536	-10.3%
Pasivos no corrientes	13,285,926	12,493,946	6.3%
Cuentas por pagar	18,492	47,831	-61.3%
Obligaciones financieras	4,916,330	4,070,129	20.8%
Otras provisiones	2,043,537	2,457,220	-16.8%
Pasivos por impuestos diferidos	2,860,886	3,004,467	-4.8%
Pasivos por impuestos	371,939	521,870	-28.7%
Otros	3,074,742	2,392,429	28.5%
Patrimonio	16,219,665	19,732,354	-17.8%
Participaciones no controladoras	9,801,443	11,892,786	-17.6%
Patrimonio de los accionistas	6,418,222	7,839,568	-18.1%

3. Estado de Flujos de Efectivo Consolidado

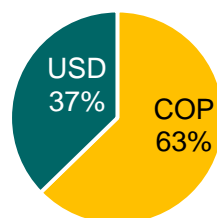
Estado de Flujos de Efectivo Resumido	Sep 2018	Sep 2017	% Var
Ganancia (pérdida)	784,106	519,618	50.90%
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)*	3,375,283	3,185,044	6.0%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(3,600,165)	(4,797,404)	-25.0%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(1,763,246)	(1,146,322)	53.8%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	970,110	(1,432,541)	-167.7%
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de	- 4,393,301	- 7,376,267	-40.4%
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(961,218)	103,296	-1030.5%
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	- 5,354,519	- 7,272,971	-26.38%
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	- 318,059	- 496,696	-35.97%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	2,819,814	2,059,010	36.95%

4. Debt by Country- Currency and Maturity

Deuda neta por país

30 Sep de 2018 (millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Brasil	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,067,054	385,499	1,382,455	64,539	2,899,547
Deuda de largo plazo	2,926,581	-	5,025,961	-	7,952,542
Total deuda bruta ⁽¹⁾	3,993,635	385,499	6,408,416	64,539	10,852,089
Efectivo y equivalentes de efectivo	691,278	129,393	1,949,050	50,093	2,819,814
Deuda Neta	3,302,357	256,106	4,459,366	14,446	8,032,275

Deuda bruta a nivel Holding⁽²⁾ por moneda



Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Sep de 2018 (millones de pesos)	Valor nominal ⁽³⁾	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	30/09/2018 ⁽³⁾
Largo plazo	1,850,000	Variable	Agosto 2025	1,362,525
Mediano plazo COP	838,000	Variable	Diciembre 2021	764,985
Mediano plazo- Bilateral	158,380	Fija	Abril 2019	158,380
Mediano plazo- USD	1,337,481	Variable	Diciembre 2020	1,337,481
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	-
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Corto plazo - Bilateral USD	80,249	Variable	November 2018	80,249
Total deuda bruta	4,864,109			3,803,620

(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	3T18	3T18	3T18	3T18	3T18
Ingresos Operacionales	2,709,381	9,213,504	578,717	248,816	12,746,030
Utilidad Bruta	664,452	2,023,719	191,468	86,372	2,964,673
<i>% Ing Operacionales</i>	24.5%	22.0%	33.1%	34.7%	23.3%
Gastos de administración y ventas	-541,059	-1,531,743	-157,400	-74,678	-2,303,542
<i>% Ing Operacionales</i>	-20.0%	-16.6%	-27.2%	-30.0%	-18.1%
Depreciaciones y amortizaciones	-61,338	-155,145	-6,714	-2,657	-225,854
Total Gastos de administración y ventas	-602,397	-1,686,888	-164,114	-77,335	-2,529,396
<i>% Ing Operacionales</i>	-22.2%	-18.3%	-28.4%	-31.1%	-19.8%
Utilidad Operacional recurrente	62,055	336,831	27,354	9,037	435,277
<i>% Ing Operacionales</i>	2.3%	3.7%	4.7%	3.6%	3.4%
Ingresos y gastos no recurrentes	-2,260	-44,338	-9	19,152	-27,455
Utilidad Operacional (EBIT)	59,795	292,493	27,345	28,189	407,822
<i>% Ing Operacionales</i>	2.2%	3.2%	4.7%	11.3%	3.2%
EBITDA recurrente	123,393	491,976	34,068	11,694	661,131
<i>% Ing Operacionales</i>	4.6%	5.3%	5.9%	4.7%	5.2%
EBITDA	121,133	447,638	34,059	30,846	633,676
<i>% Ing Operacionales</i>	4.5%	4.9%	5.9%	12.4%	5.0%
Resultado financiero neto	-91,899	-109,715	2,671	-13,853	-212,796

CAPEX (en millones)

En Pesos	111,805	556,456	12,666	1,553	682,480
<i>En moneda local</i>	111,805	690	132	13	

Note: Consolidated figures include eliminations and adjustments.

6. Análisis de Suma de Partes

(in COP M)	Ingresos Operacionales 12M ⁽¹⁾	EBITDA recurrente 12M	Utilidad op recurrene 12 M	Deuda Neta (último trimestre) ⁽²⁾	Participación de Éxito	Valor de mercado de la participación ⁽³⁾
Colombia	11,161,888	629,765	380,995	3,302,357	100%	
Brazil	40,051,424	2,728,441	2,031,532	4,459,366	18.7%	3,236,932,700
Uruguay	2,594,527	208,910	182,974	256,106	62.5%-100% ⁽⁴⁾	
Argentina	1,307,610	68,524	54,560	14,446	100%	
Total	55,115,449	3,635,640	2,650,061	8,032,275		

(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

1. P&G de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

Estado de Resultados Almacenes Éxito

	3T18 Millones de pesos	3T17 Millones de pesos	2T18/17	9M18 Millones de pesos	9M17 Millones de pesos	9M18/17
Ingresos Operacionales	2,656,237	2,643,984	0.5%	7,942,028	7,886,718	0.7%
Utilidad bruta <i>Margen bruto</i>	613,094 23.1%	595,025 22.5%	3.0%	1,837,384 23.1%	1,839,200 23.3%	-0.1%
Gastos de Administración y Ventas <i>GA&V/Ingresos Operacionales</i>	-593,463 -22.3%	-572,526 -21.7%	3.7%	-1,721,461 -21.7%	-1,712,635 -21.7%	0.5%
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional recurrente</i>	19,631 0.7%	22,499 0.9%	-12.7%	115,923 1.5%	126,565 1.6%	-8.4%
Utilidad Operacional (Ebit) <i>Margen operacional</i>	17,599 0.7%	20,977 0.8%	-16.1%	67,261 0.8%	73,917 0.9%	-9.0%
Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito <i>Margen neto</i>	-9,676 -0.4%	-31,331 -1.2%	-69.1%	119,312 1.5%	30,339 0.4%	293.3%
EBITDA recurrente <i>Margen EBITDA recurrente</i>	70,861 2.7%	75,996 2.9%	-6.8%	267,265 3.4%	286,547 3.6%	-6.7%
EBITDA <i>Margen EBITDA</i>	68,829 2.6%	74,474 2.8%	-7.6%	218,603 2.8%	233,899 3.0%	-6.5%

(1) Holding: Almacenes Exito S.A. sin subsidiarias colombianas o internacionales

2. Balance General de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

Balance General Almacenes Éxito (en millones de pesos colombianos)	Sep 2018	Dic 2017	Var %
Activos	13,095,063	15,962,702	-18.0%
Activo corriente	2,458,492	3,273,274	-24.9%
Caja y equivalentes de caja	568,229	1,619,695	-64.9%
Inventarios	1,338,863	1,111,981	20.4%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	145,062	189,750	-23.6%
Activos por impuestos	118,916	173,580	-31.5%
Otros	287,422	178,268	61.2%
Non-current Assets	10,636,571	12,689,428	-16.2%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	146,385	156,218	-6.3%
Propiedades, planta y equipo	2,051,956	2,382,495	-13.9%
Propiedades de Inversión	202,450	339,704	-40.4%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	6,665,628	8,287,426	-19.6%
Otros	117,075	70,508	66.0%
Pasivos	6,676,841	8,123,134	-17.8%
Pasivo corriente	3,759,042	4,667,219	-19.5%
Cuentas por pagar	2,327,495	3,301,661	-29.5%
Obligaciones financieras	948,533	799,920	18.6%
Otros pasivos financieros	96,032	128,239	-25.1%
Pasivos por impuestos	30,467	41,816	-27.1%
Otros	356,515	395,583	-9.9%
Pasivos no corrientes	2,917,799	3,455,915	-15.6%
Cuentas por pagar	2,869,667	3,292,824	-12.9%
Otras provisiones	17,654	19,699	-10.4%
Pasivos por impuestos diferidos	-	68,841	-100.0%
Otros	30,478	74,551	-59.1%
Patrimonio	6,418,222	7,839,568	-18.1%

(1) Holding: Almacenes Exito S.A. results without Colombian or international subsidiaries

3. Indicadores Financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	September 2018	Diciembre 2017	September 2018	Diciembre 2017
Activos / Pasivos	1.43	1.44	1.96	1.97
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	1.09	1.05	0.65	0.70

4. Almacenes y Área de Ventas

Stores & Selling area	Stores	Selling Area (sqm)
Colombia		
Éxito	250	627,795
Carulla	98	85,001
Surtimax	113	59,244
Super Inter	73	66,272
Surtimayorista	15	18,924
Total Colombia	549	857,236
Uruguay		
Devoto	57	39,299
Disco	29	33,421
Geant	2	16,411
Total Uruguay	88	89,131
Brazil		
Pão de Açúcar	186	240,127
Extra Hiper	112	686,585
Extra Super	163	180,772
Mercado Extra	10	12,368
Minimercado Extra	183	45,798
Minuto Pão de Açúcar	82	19,455
Assaí	134	548,568
Total Brazil	870	1,733,673
Argentina		
Libertad	15	105,681
Mini Libertad	14	2,239
Total Argentina	29	107,920
TOTAL	1,536	2,787,960

Nota: El total de Almacenes en Brasil no incluye farmacias, Estaciones de gasolina o Almacenes de la operación discontinua de Vía Varejo. El total de Almacenes no incluye "Aliados" en Colombia o 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”.
