

Almacenes Éxito S.A.

Resultados Financieros Consolidados

1T20

Envigado, Colombia, Mayo 11, 2020 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el primer trimestre terminado en marzo 31 de 2020 (1T20). Todas las cifras están expresadas en millones (M) de pesos colombianos, a menos que se indique lo contrario. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil y Gemex O&W S.A.S. registradas como operaciones discontinuas y eliminaciones.

Crecimiento del EBITDA recurrente y resultado neto positivo a pesar del efecto COVID-19

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- Ingresos operacionales consolidados alcanzaron \$4.0 billones en 1T20 beneficiados por la innovación, el omnicanal y el positivo desempeño de la categoría de alimentos. Sólido crecimiento de las ventas ex-COVID-19 (+7.7%⁽¹⁾).
- El EBITDA recurrente fue de \$262.832 millones y el margen fue del 6,5%, lo que refleja el fuerte crecimiento de las ventas y los gastos bajo control.
- El resultado neto del Grupo fue un ingreso de \$21.987 millones, beneficiado principalmente por las variaciones positivas en el desempeño operativo de las operaciones internacionales y los menores gastos financieros gracias a una mejor estructura de capital.
- El CAPEX consolidado de \$51.799 millones (85% en actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital).

Operacionales

- Sólido crecimiento de ventas de nuevos formatos y modelos (Wow +14.6%, FreshMarket +24.7%, C&C +13.3%).
- Fuerte desempeño omnicanal en Colombia (+44.6%) y en Uruguay (+39.3%).
- Implementación de estrategias para hacer frente al COVID-19 y brindar confianza y apoyo a los grupos de interés.
- Cambios en la alta dirección: Ruy Souza – Vicepresidente Financiero (anunciado en enero de 2020).

Perspectivas

- Protocolos aplicados en todos los países para hacer frente y mitigar los efectos de COVID-19.
- Reorientar la inversión retail hacia actividades omnicanal y fortalecer el comercio electrónico.
- Mantener los indicadores de deuda financiera neta y bruta a un nivel saludable a finales de 2020 con una fuerte posición de efectivo.
- Pueden producirse aplazamientos del CapEx, y la inversión prevista se ajustó en un 50% (a \$200.000 M) centrada en la innovación y el omnicanal y la priorización de proyectos de logística y la TI para el comercio electrónico

"Los resultados del 1T20 fueron impulsados por las ventas de alimentos, la innovación de formatos y la preferencia del cliente por los canales virtuales. La rápida respuesta operativa de la Compañía ante la contingencia fue posible gracias a sus bien estructuradas plataformas físicas y digitales, que permitieron mitigar los impactos de COVID-19 principalmente en los negocios complementarios. Para hacer frente a la contingencia, nos centramos en la ejecución de todas las acciones necesarias para la protección inmediata de la salud e integridad de nuestros colaboradores y clientes, anticipamos los pagos a los pequeños y medianos proveedores y contribuimos a favorecer la solidaridad con los necesitados, especialmente a través de la Fundación Éxito. Al 1T20, se entregaron más de 48.000 paquetes de alimentos a niños vulnerables y se dispusieron de 500.000 más a precio de costo para que nuestros clientes contribuyeran con diversas causas. Seguiremos trabajando conjuntamente con nuestros grupos de interés y con más de 40.000 empleados para superar la contingencia de la mejor manera posible", declaró Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito

(1) Incluyendo el ajuste del efecto calendario y excluyendo el de TC de -2.1%.

I. Desempeño financiero y operacional consolidado

Nótese que, para fines comparativos, los resultados consolidados trimestrales incluyeron el segmento brasileño (Companhia Brasileira de Distribuição - CBD, Segisor S.A.S. y Wilkes Participações S.A., vendida el 27 de noviembre de 2019) y la subsidiaria Gemex O&W S.A.S. (Colombia), como resultado neto de las operaciones discontinuadas. Los resultados consolidados también incluyeron un ajuste contable aplicado sólo a la base del 1T20 en Colombia, de la asignación del gasto al costo, de personal y otros rubros asociados a los procesos de producción de alimentos.

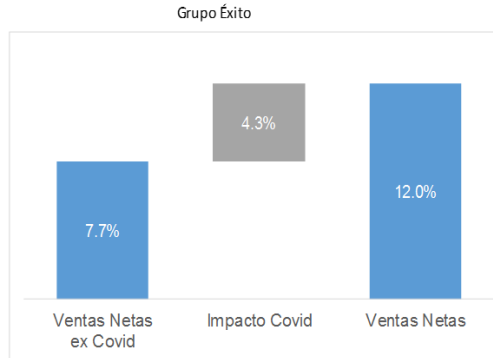
Desempeño Operacional Consolidado

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	3,899,888	3,527,129	10.6%
Otros Ingresos Operacionales	152,543	166,634	(8.5%)
Total Ingresos Operacionales	4,052,431	3,693,763	9.7%
Costo de Ventas	(3,034,922)	(2,702,066)	12.3%
Costo Depreciación y Amortización	(16,387)	(13,035)	25.7%
Utilidad Bruta	1,001,122	978,662	2.3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>24.7%</i>	<i>26.5%</i>	<i>(179) bps</i>
Gastos O&AV	(754,677)	(734,086)	2.8%
Gasto Depreciación y Amortización	(110,499)	(119,349)	(7.4%)
Total Gastos	(865,176)	(853,435)	1.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>21.3%</i>	<i>23.1%</i>	<i>(176) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	135,946	125,227	8.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>3.4%</i>	<i>3.4%</i>	<i>(4) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	21,987	(13,574)	NA
<i>Margen Neto</i>	<i>0.5%</i>	<i>(0.4%)</i>	<i>91 bps</i>
EBITDA Recurrente	262,832	257,611	2.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.5%</i>	<i>7.0%</i>	<i>(49) bps</i>
EBITDA	231,771	234,850	(1.3%)
<i>Margen EBITDA</i>	<i>5.7%</i>	<i>6.4%</i>	<i>(64) bps</i>
Utilidad por Acción	49.1	(30.3)	NA

Nota: Las diferencias en la base vs la reportada en 2019 están asociadas al resultado neto de Brasil y Gemex O&W S.A.S. registradas como operaciones discontinuas. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el ajuste contable asociado a los procesos de producción en Colombia, eliminaciones y el efecto de TC (-2.1% y -1.9% en la ventas y el EBITDA recurrente en 1T20). (1) Incluyendo el efecto calendario y excluyendo el -2.1% del efecto de TC.

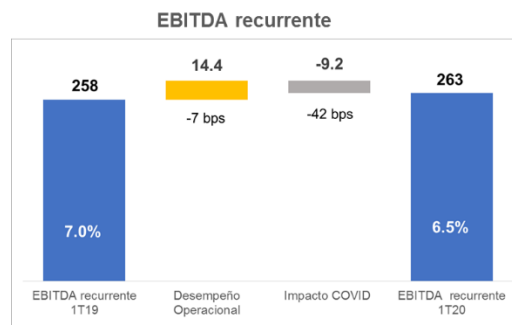
- Los ingresos netos consolidados en el 1T20 crecieron 9,7% (incluyendo un efecto de tipo de cambio de -2,1%) a \$4.05 billones. Las ventas netas consolidadas crecieron 10.6% y totalizaron \$3,9 billones, beneficiadas por el sólido desempeño de modelos y formatos innovadores en todos los países, el fuerte crecimiento de las ventas omnicanal en Colombia (+44.6%) y en Uruguay (+39.3%), el impulso de las ventas de la categoría de alimentos (+16.0%) y las 33 tiendas abiertas, convertidas y remodeladas durante los últimos 12 meses en la región.

- La Compañía registró un fuerte crecimiento del 7,7%⁽¹⁾ de las ventas netas, incluso excluyendo el efecto COVID-19. Las consecuencias de COVID-19 sobre las ventas netas consolidadas del Grupo Éxito podrían resumirse de la siguiente manera:
 - Un movimiento de inventarios que comenzó a mediados de marzo en todos los países.
 - Las preferencias de los clientes fueron hacia la compra en supermercados y la solicitud de soluciones de entrega a domicilio.
 - Los clientes redujeron la frecuencia a las tiendas, sin embargo, hubo un aumento del promedio de la canasta y una mayor demanda en los canales digitales.
 - Hubo una mayor contribución a la mezcla de ventas de alimentos (+200 pb).



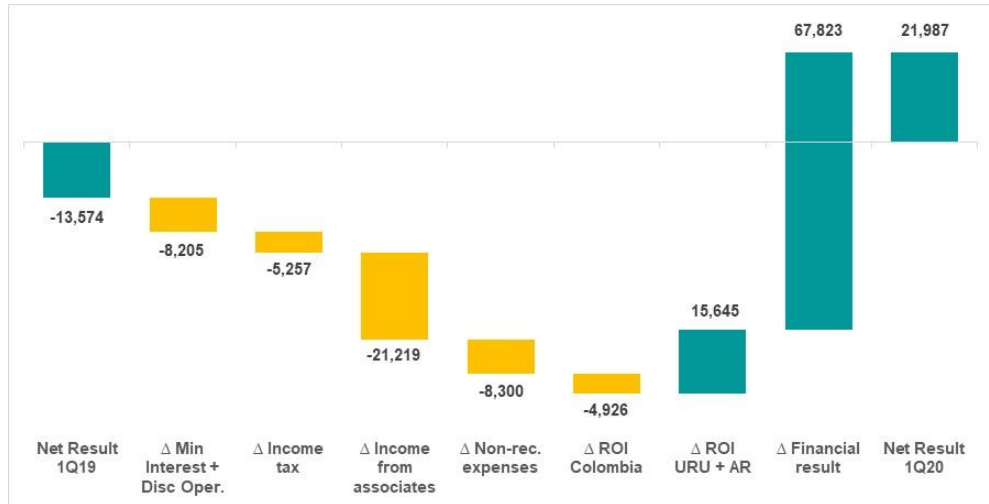
(1) Las ventas netas por país en moneda local e incluyendo el ajuste por el efecto calendario. Ventas consolidadas excluyendo el efecto de TC de -2.1%.

- **Margen Bruto** en 1T20 disminuyó en 179 pb a 24,7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales, afectado en su mayoría por el ajuste contable realizado a la asignación del gasto al costo, de personal y otros rubros asociados a los procesos de producción de alimentos, ajustado sólo en la base del 1T20 en Colombia; la menor contribución de los negocios complementarios (principalmente TUYA e inmobiliarios) por COVID-19 y la mayor actividad promocional en Uruguay y Argentina para impulsar la demanda.
- **Gastos de administración y ventas** se beneficiaron de la excelencia operacional que llevó al control del gasto y al ajuste contable explicado anteriormente. Los gastos se redujeron en 176 pb en el 1T20 como porcentaje de los ingresos operacionales comparados con el mismo período del año anterior.
- **Utilidad operacional recurrente** aumentó 8.6% en 1T20 y el margen se redujo ligeramente en 4 puntos básicos a 3.4% en comparación con el mismo período del año anterior.
- **EBITDA recurrente** creció 2.0% a \$262,832 millones en el 1T20 vs el mismo periodo del año anterior y el margen se redujo 49 pb a 6.5%, reflejando el crecimiento de las ventas netas y los gastos controlados que compensaron la menor contribución al margen de los negocios complementarios debido a COVID-19.



Nota: En miles de millones de pesos colombianos.

- **Resultado Neto atribuible a Grupo Exito** en 1T20 fue un ingreso de \$21.987 millones que se compara con la pérdida de \$13.574 millones registrada en el mismo período del año 2019.



Nota: La utilidad operacional de las unidades de negocio internacional incluyen el efecto de TC. Las cifras consolidadas incluyeron los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil y de Gemex O&W S.A.S. registradas como operaciones discontinuas y eliminaciones..

El Resultado Neto atribuible a Grupo Exito reflejó principalmente una variación positiva en la utilidad operacional de las operaciones internacionales y menores gastos financieros debido a una mejor estructura de capital, compensada en parte por cambios negativos en los ingresos de las empresas asociadas, los gastos no recurrentes, el interés minoritario y el impuesto diferido.

Resumen de los efectos de COVID-19 en las ventas netas y el EBITDA recurrente en 1T20

- Las ventas netas crecieron fuertemente por país y a nivel consolidado, incluso, excluyendo el efecto COVID-19, confirmando la tendencia de recuperación observada en los trimestres anteriores.
- El EBITDA recurrente también registró un crecimiento por país y a nivel consolidado, reflejando las eficiencias operacionales

Efecto de COVID-19 en los resultados del 1T20

	Col	Uru	Arg	Consol
Ventas Totales ⁽¹⁾	2,914	704	282	3,900
Crecimiento ventas totales	10.4%	12.1%	47.0%	10.6%
Ventas netas ⁽²⁾	9.4%	12.1%	47.0%	12.0%
Ventas Netas ex COVID-19 ⁽²⁾	5.3%	6.1%	44.9%	7.7%
EBITDA recurrente	178	80	5	263
Margen EBITDA recurrente	5.8%	11.3%	1.7%	6.5%
EBITDA recurrente ⁽¹⁾ ex COVID	189	76	7	272

(1) En miles de millones de COP

(2) Ventas netas por país en moneda local e incluyendo el ajuste por efecto calendario. Ventas consolidadas excluyendo el efecto TC del -2,1%

Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida fue de \$49,1 por acción en el primer trimestre de 2020.

CAPEX

- Las inversiones consolidadas** en el 1T20 fueron de \$51.799 millones (relacionados con Colombia, Uruguay y Argentina). La asignación de capital a actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital fue de 85% durante el período. El resto se asignó al mantenimiento y el apoyo de las estructuras operacionales, las actualizaciones de los sistemas de tecnología de la información y la logística.

El aplazamiento del CapEx pueden ocurrir, y la inversión esperada se ajustó en un 50% (a \$200.000 millones) centrada en la innovación y el omnicanal y la priorización de proyectos relacionados con la logística y la TI para el comercio electrónico

Expansión retail

- Grupo Éxito abrió 2 tiendas en 1T20 en Colombia (2 Surtimayorista). La Compañía alcanzó 33 tiendas por aperturas, conversiones y remodelaciones en la región en los últimos 12 meses.
- La Compañía terminó el período con 640 tiendas, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 524 tiendas en Colombia, 91 en Uruguay y 25 en Argentina. El total no incluye a los aliados en Colombia. El área de ventas consolidada de la Compañía alcanzó 1,05 millones de metros cuadrados.

Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

En la Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el 23 de enero de 2020 se aprobó:

- Una nueva lista de miembros del Consejo de Administración para el período comprendido entre 2020 y 2022, a saber:
 - Miembros no independientes: Ronaldo Iabrudi dos Santos Pereira, Peter Paul Estermann, Christophe José Hidalgo, Rafael Russowsky, Bernard Petit y Philippe Alarcon.
 - Miembros independientes: Luis Fernando Alarcón Mantilla (Presidente), Felipe Ayerbe Muñoz y Ana María Ibáñez Londoño.
- La Junta Directiva y el Presidente de la Compañía aceptaron la renuncia del Sr. Manfred H. Gartz Moisés, como Vicepresidente Financiero, cargo que ocupaba desde el 1 de septiembre de 2016. Como Vicepresidente Financiero, se nombró al Sr. Ruy Souza, quien ha estado trabajando como Vicepresidente Financiero de Multivarejo desde octubre de 2019. El Sr. Souza trabajó en Multivarejo desde 2016 y ocupó varios cargos, entre ellos el de Gerente Financiero y Director de Control Financiero. Antes de unirse a Multivarejo, fue consultor en empresas de diversas industrias, en proyectos financieros orientados a la gestión de presupuestos, reducción de costos y otros enfocados a la mejora y optimización de procesos. El Sr. Souza es Ingeniero Industrial de la Universidad de São Paulo y tiene un Máster en Gestión de Procesos y Operaciones. La Junta Directiva y el Presidente manifestaron su calurosa bienvenida al Sr. Ruy, que comenzó el 17 de febrero de 2020 y consideraron que su conocimiento del negocio retail, junto con su experiencia en procesos financieros y de control, será importante para el crecimiento del Grupo.
- Todas las propuestas fueron aprobadas en la Asamblea General de Accionistas celebrada el 19 de marzo de 2020.

Actividades comerciales

- La marca Éxito celebró su "Aniversario" durante 17 días (vs 12 días en 2019). El evento se llevó a cabo en 113 tiendas que ofrecieron un amplio portafolio de alimentos y productos electrónica. Las ventas crecieron 13,5%, las transacciones alcanzaron los 9,3 millones y las unidades aumentaron 7,7%. Las tiendas permanecieron abiertas durante 24 horas el primer día de la promoción.
- La marca Éxito también celebró su evento "De regreso al colegio", que registró el mayor crecimiento de ventas en los últimos 5 años.

Premios y Reconocimientos

- Carulla fue reconocida como una de las diez tiendas más inspiradoras en 2019, según la edición 2020 de "10 Magasins Inspirants", publicada por el periodista y editor francés Olivier Dauvers. El informe especializado del Sr. Dauvers se distribuye masivamente cada año

II. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

La mayoría de las variables macro en Colombia se vieron afectadas por la contingencia de COVID-19 durante el primer trimestre del año. La inflación de los últimos doce meses se mantuvo relativamente estable en un 3,86% frente al 3,80% registrado a diciembre de 2019, sin embargo, el componente de alimentos se elevó al 7,2% desde el 5,80% registrado en el mismo período. El nivel de desempleo se elevó al 12,6% en marzo, frente al 9,5% registrado a finales de 2019.

El Banco Central ajustó su política monetaria en su última reunión celebrada el 31 de marzo y redujo fuertemente el tipo de interés de las operaciones dobles establecido desde 2018 del 4,25% al 3,75% para impulsar la economía. En este entorno, el índice de confianza del consumidor revirtió la tendencia de recuperación observada a finales de 2019 y se contrajo en un 23,8% a marzo de 2020 (frente a -9,5% en diciembre de 2019). Las ventas minoristas totales continuaron con una tendencia de recuperación y registraron un crecimiento del 13,2% año corrido a febrero, que se compara con el 7,1% registrado en diciembre de 2019 (tenga en cuenta que el índice de ventas minoristas, excluyendo vehículos y combustibles ya no se reportará más según el DANE).

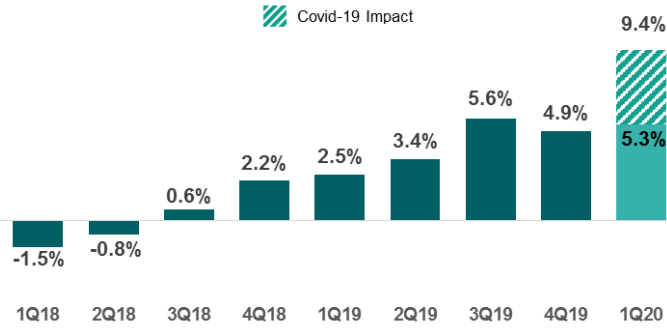
Ventas Netas y mismos metros en Colombia

Variaciones	1T20				
	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI (2)	B2B & Otros (3)
VMM	10.6%	8.8%	16.1%	14.3%	13.3%
Total	10.4%	8.9%	16.2%	6.8%	21.6%
VMM ex EC⁽¹⁾	9.6%	7.9%	15.1%	13.3%	13.3%
Total ex EC⁽¹⁾	9.4%	8.0%	15.1%	5.8%	21.6%
Total MCOP	2,913,612	1,996,808	425,473	309,653	181,679

Variaciones en Colombia en ventas totales y mismos metros incluyeron el efecto de las conversiones y el ajuste del efecto calendario de 1.0% en 1T20. (2) Ventas de Surtimax y Super Inter (3) Ventas de Surtimayorista, Aliados, Institucionales y terceros y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario Copacabana por valor de \$11,000 M en 1T19 y Montevideo por \$21,000 M en 1T20.

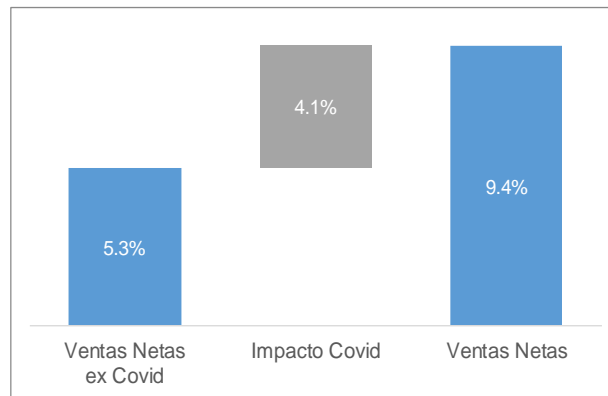
Colombia contribuyó con el 75% de las ventas consolidadas trimestrales en el 1T20. El Grupo Éxito Colombia registró un crecimiento de las **Ventas netas** de 9.4%⁽¹⁾ a \$2.9 billones, en línea con la tendencia positiva de los últimos dos años. El desempeño de las ventas netas se explica por (i) el aumento de las ventas de formatos innovadores (Wow +14.6%, FreshMarket +24.7%, C&C +13.3%), (ii) las fuertes ventas del omnicanal (+44.6%), (iii) el sólido crecimiento de las ventas de alimentos (+12.8%) y (iv) las 29 tiendas abiertas, convertidas y renovadas en los últimos 12 meses. Las ventas netas excluyendo COVID-19 crecieron un 5.3%⁽¹⁾.

Ventas Netas ⁽¹⁾ ajustadas por efecto calendario



(1) Variaciones en Colombia en ventas totales y mismos metros incluyeron el efecto de las conversiones y el ajuste del efecto calendario de 1.0% en 1T20.

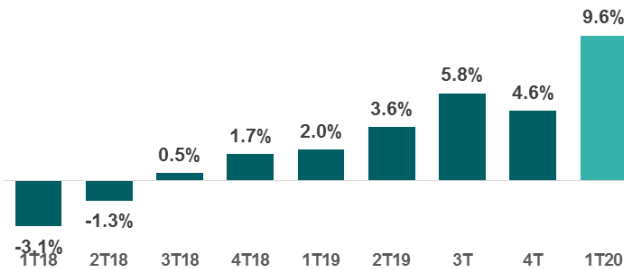
Colombia



(1) Ventas netas incluyendo el ajuste del efecto calendario.

- Las ventas mismos metros (VMM) en Colombia crecieron 9.6%⁽¹⁾ en 1T20, impulsadas principalmente por los fuertes niveles de VMM de Carulla (+15.1%⁽¹⁾), los segmentos de bajo costo (+13.3%⁽¹⁾) y el B2B (+21.6%⁽¹⁾).

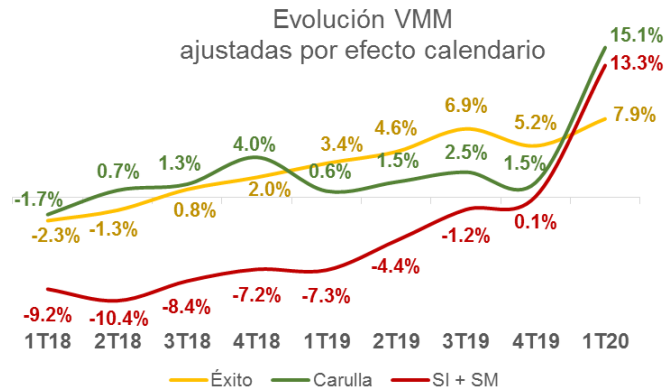
Evolución ventas MM ajustadas por efecto calendario



(1) Variaciones en Colombia en ventas totales y mismos metros incluyeron el efecto de las conversiones y el ajuste del efecto calendario de 1.0% en 1T20.

- Las ventas netas y los niveles de VMM en Colombia reflejaron la rápida respuesta operativa de la Compañía ante la contingencia y una plataforma física y digital bien estructurada para adaptarse a los nuevos requerimientos del cliente

Ventas Netas y mismos metros Colombia – Por segmento



Nota: Ventas de Surtimax y Super Inter 1) incluyendo el efecto de las conversiones y del ajuste del efecto calendario de 1.0% en 1T20.

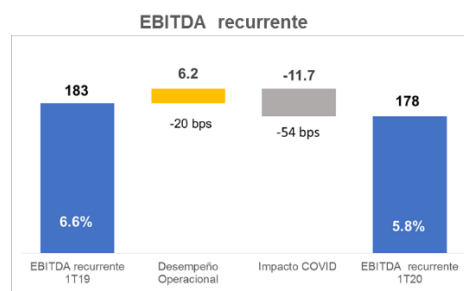
- El segmento Éxito** representó aproximadamente el 68.0% de la mezcla de ventas en Colombia y experimentó un aumento de ventas de 8.0%⁽¹⁾ y de VMM de 7.9%⁽¹⁾ en el 1T20. La marca creció en todas las regiones y registró un crecimiento bajo de dos dígitos en la región central y un crecimiento de un dígito alto en el Pacífico y el noroeste del país. La categoría de alimentos creció fuertemente doble dígito bajo y la de electrónica registró un crecimiento alto de un solo dígito. Las ventas de Éxito también se beneficiaron de los eventos comerciales celebrados durante el trimestre tales como el "Aniversario de Éxito" y "De regreso al colegio". Además, las tiendas Éxito Wow registraron un crecimiento del 14,6% en 1T20, que se compara con el crecimiento del 7,2% registrado en otras tiendas Éxito y representó una participación del 17,8% de las ventas totales de la marca en el 1T20.
- El segmento Carulla** fue la marca de mejor desempeño y representó cerca del 15.0% de las ventas en Colombia en 1T20. Tanto las ventas netas como VMM crecieron en 15.1%⁽¹⁾ impulsadas por la categoría de alimentos y el buen desempeño de las tiendas Fresh Market las cuales aumentaron ventas un 24.7% (que se compara con el crecimiento de 13.3% registrado en otras tiendas de Carulla) y representaron una participación de 26.7% de las ventas totales de la marca en el 1T20
- El segmento de bajo costo** relacionado con las marcas Super Inter y Surtimax, representó cerca del 11.0% de las ventas en Colombia en el 1T20. El fuerte desempeño de las ventas netas y del SSS durante el trimestre (5.8%⁽¹⁾ y 13.3%⁽¹⁾) respectivamente) se derivó del crecimiento doble dígito de las ventas de la categoría de productos de gran consumo, el crecimiento doble dígito medio de las ventas de las tiendas convertidas y la optimización de la base de tiendas con rendimiento deficiente convertidas en Surtimayorista.
- B2B y Otros** representó aproximadamente el 6.0% de las ventas en Colombia durante el 1T20. Las ventas netas en este segmento aumentaron en 21.6% durante el trimestre y en 13.3% en términos de VMM. Las ventas del segmento se beneficiaron de la venta del proyecto inmobiliario Montevideo por un valor de \$21.000 millones y el fuerte desempeño de la marca Surtimayorista las cuales al igual que las VMM aumentaron en 13.3%. El formato Cash & Carry se expandió con 2 tiendas abiertas en los últimos 12 meses por conversiones, y la marca totalizó 32 tiendas al 1Q20. Surtimayorista continuó incrementando su participación en las ventas de Colombia hasta el 4.0% durante el período (+72 pb versus 1T19).

Desempeño operacional en Colombia

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	2,913,612	2,638,928	10.4%
Otros Ingresos Operacionales	137,956	151,948	(9.2%)
Total Ingresos Operacionales	3,051,568	2,790,876	9.3%
Utilidad Bruta	672,129	671,747	0.1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>24.1%</i>	<i>(204) bps</i>
Total Gastos	(603,648)	(598,340)	0.9%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>19.8%</i>	<i>21.4%</i>	<i>(166) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	68,481	73,407	(6.7%)
<i>Margen ROI</i>	<i>2.2%</i>	<i>2.6%</i>	<i>(39) bps</i>
EBITDA Recurrente	177,786	183,304	(3.0%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.8%</i>	<i>6.6%</i>	<i>(74) bps</i>

Nota El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus subsidiarias en el país. Las diferencias en la base vs lo reportado en 2019 están asociadas al resultado neto de Gemex O&W S.A.S. registrado con operación discontinua. Los resultados incluyen la reclasificación del gasto al costo del personal y otros conceptos asociados a la producción de alimentos, ajustados solo en la base del 1T20 (-171 pb a nivel del costo y gasto. (1) Las ventas incluyen el ajuste del efecto calendario.

- Ingresos Operacionales** aumentaron 9,3% en el 1T20, impulsados por los niveles de ventas de los formatos innovadores, la contribución del omnicanal y el sólido crecimiento de la categoría de alimentos. Las ventas excluyendo el efecto COVID-19 crecieron un 5.3%⁽¹⁾ confirmando la tendencia positiva del primer trimestre del año. **Otros Ingresos** operacionales se vieron afectados negativamente por el efecto del período de cuarentena, principalmente por las mayores provisiones requeridas por la tarjeta de crédito TUYA para proteger la sostenibilidad del negocio (ingresos reducidos en cerca de 80% vs. 1T19) y el negocio inmobiliario que apenas creció 0,1% en 1T20 debido al acceso restringido a los centros comerciales. Otros negocios complementarios como viajes, seguros y remesas también se vieron muy afectados por COVID-19.
- Margen bruto** en el 1T20 fue de 22.0% y reflejó mejoras en el nivel de costos (+33 bps) compensado principalmente por (i) el fuerte ajuste contable relacionado a la reclasificación del gasto al costo de personal y otros rubros asociados a los procesos de producción de alimentos (-171 bps) aplicado sólo a la base del 1T20 y (ii) los -52 bps del efecto COVID-19 en los negocios complementarios (-40 bps de TUYA debido a las mayores provisiones).
- EBITDA recurrente** disminuyó un 3,0% a un margen del 5,8% en el primer trimestre de este año, representando una disminución de 74 puntos básicos con respecto al mismo período del año anterior. La contribución del crecimiento de la línea de ventas y la eficiencia en los gastos, a pesar de las presiones inflacionarias en los salarios y el impuesto predial, fueron compensados por el efecto COVID-19 en los negocios complementarios de los cuales 2/3 correspondieron al negocio financiero (TUYA)



Nota: Cifras en miles de millones de pesos colombianos

Omnicanalidad, innovación y transformación digital en Colombia en 1T20

Omnicanal

Las ventas del omni-canal en el 1T20, representaron el 5.2% de las ventas totales del Grupo Éxito en Colombia (+132 pb vs 1T19) y crecieron 44.6% a cerca de \$153,000 millones. El total de las entregas por el omnicanal fue de 1.2 M (+36% vs 1T19).

- **Comercio electrónico:** exito.com y carulla.com aumentaron sus ventas 41.0% en 1T20, totalizando más de 25.5 millones de visitas y 136,000 pedidos (vs. 17 millones de visitas y 100,000 pedidos en 1T19).
- **Marketplace:** alcanzó cerca de 1.100 vendedores y la unidad de negocio creció un 49,0% en Valor Bruto de la Mercancía (GMV) en el 1T20.
- **Última milla y domicilios:** disponible para los clientes de Carulla y Éxito, creció 36% en el 1T20 hasta 1.2 millones de entregas, beneficiados por la alianza con el líder de la última milla - Rappi y el fortalecimiento del servicio interno de nuestras tiendas.
- **Catálogos digitales:** Los dispositivos están disponibles en 184 tiendas en Colombia. Los clientes crecieron 17.0% y las ventas un 18.0% en 1T20, facilitando la experiencia de compra del cliente.
- **Click & Collect:** Los pedidos crecieron 179.1% en 1T20 y el servicio estuvo disponible en 254 tiendas.

Innovación

- **Éxito Wow:** modelo lanzado por primera vez en 2018, estuvo presente en 9 tiendas en Bogotá, Medellín, Cali, Santander, Boyacá, Costa Atlántica y Cali. Las tiendas de este modelo incrementaron sus ventas en 14.6% en 1T20 (+740 bps frente a otras tiendas Éxito) y una participación de 17.8% de las ventas de la marca.
- **Carulla FreshMarket:** Este modelo ya está presente en 13 tiendas al 1T20. Las tiendas Carulla FreshMarket aumentaron sus ventas en 24.7% en el primer trimestre (+1130 pb frente a las tiendas de Carulla) y representaron el 26.7% de las ventas de la marca.
- **Cash & Carry:** en 1T20, la Compañía abrió 2 tiendas Surtimayorista (por conversiones) y la marca totalizó 32 tiendas. Surtimayorista aumentó sus ventas en un 13.3% y representaron una participación del 4.0% en las ventas de Colombia. La marca ya está presente en la Costa Atlántica y en Bogotá, registra fuertes ventas después de las conversiones y mejora los retornos debido a sus menores costos operativos y a la optimización del CAPEX. Las tiendas reportaron márgen EBITDA rentable desde el primer año, lo que se compara con la expansión no rentable seguida por las tiendas de descuento en Colombia.
- **Marca propia:** Grupo Éxito continuó posicionando la marca "Frescampo" para garantizar el precio más bajo disponible con calidad y para competir dentro del mercado de bajo costo. La Compañía también está posicionando "Taeq" como una marca saludable en Colombia. La marca propia representó alrededor de doble dígito medio de participación de las ventas de Colombia en el 1Q20

Transformación Digital

- **Apps:** Las aplicaciones Éxito y Carulla completaron un año después de haber sido relanzadas. Ambas aplicaciones alcanzaron más de 2,4 millones de descargas en 12M y 4,7 millones de descuentos fueron activados en 1T20.
- **Start-ups:** La Compañía tiene una alianza estratégica con Rappi para mejorar el servicio de entrega y actualmente trabaja con otras diversas start-ups con el fin de mejorar el servicio, las actividades operacionales y el soporte.
- En Colombia, la Compañía siguió aplicando los avances en materia de reducción de fricciones, atención al cliente, análisis de datos, logística y cadena de suministro y gestión de los recursos humanos, de conformidad con la estrategia establecida para el período comprendido entre 2020 y 2022.

Uruguay

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	704,000	668,321	5.3%
Otros Ingresos Operacionales	6,285	5,435	15.6%
Total Ingresos Operacionales	710,285	673,756	5.4%
Utilidad Bruta	237,929	233,128	2.1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.5%</i>	<i>34.6%</i>	<i>(110) bps</i>
Total Gastos	(170,743)	(172,941)	(1.3%)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>24.0%</i>	<i>25.7%</i>	<i>(163) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	67,186	60,187	11.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>9.5%</i>	<i>8.9%</i>	<i>53 bps</i>
EBITDA Recurrente	80,146	72,773	10.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>11.3%</i>	<i>10.8%</i>	<i>48 bps</i>

Nota: Cifras en pesos incluyen un -6.6% de efecto de TC en 1T20. (1) En moneda local, incluyendo el ajuste de efecto calendario de 0.6% en 1T20. (2) Margen EBITDA recurrente aumentó 17.9% en ML.

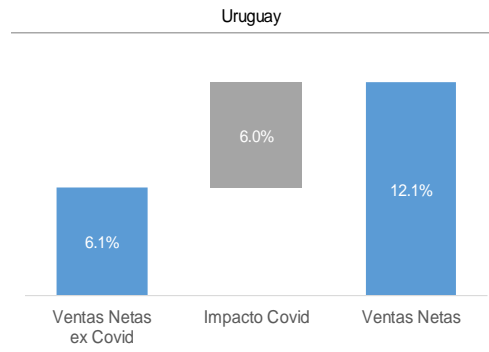
Venta Netas totales y mismos metros en Uruguay

- Las variables macroeconómicas en Uruguay tuvieron un comportamiento mixto en medio de la contingencia de COVID-19. El desempleo se elevó al 10,5% (frente al 8,5% en 2019). El IPC aumentó un 9,2% (frente a 8,8% en 2019), sin embargo, el componente alimentario se redujo a 13,2% (frente a 14,2% en 2019). El Banco Central mantuvo el tipo de interés en el 9,25%, el mismo nivel desde 2017, y el entorno de consumo pareció mejorar durante el primer trimestre de 2020 con un registro de una temporada de verano más fuerte en comparación con la tendencia del año pasado.
- Uruguay contribuyó con el 18% de las ventas consolidadas anuales. **Las ventas netas y mismos metros** en Uruguay en 1T20, crecieron 12,1%(1) con respecto al mismo período del año anterior confirmando la tendencia positiva observada desde el 2T19, impulsada por el crecimiento doble dígito de las ventas del formato express y del crecimiento doble dígitos bajo de Devoto y Disco. Las ventas se fueron impulsadas por (i) una temporada de verano mejor de lo esperado que se compara con la débil registrada en el 1T19, (ii) un sólido crecimiento del omnicanal (+39.3%), y (iii) un fuerte crecimiento de la categoría de alimentos (+15.3%). La mezcla de ventas de alimentos en Uruguay creció 89.2% en 1T20, impulsada principalmente por el modelo FreshMarket implementado. El modelo totalizó 17 tiendas en el país en 1T20 y contribuyó con el 43,5% de las ventas totales, con un crecimiento promedio del ticket de 1,5 veces por encima de las otras tiendas



(1) En moneda local, incluyendo el ajuste de efecto calendario de 0.6%

Los clientes también aumentaron sus compras durante las dos últimas semanas de marzo debido a COVID-19, sin embargo, las ventas netas excluyendo este efecto crecieron un 6.1%⁽¹⁾.

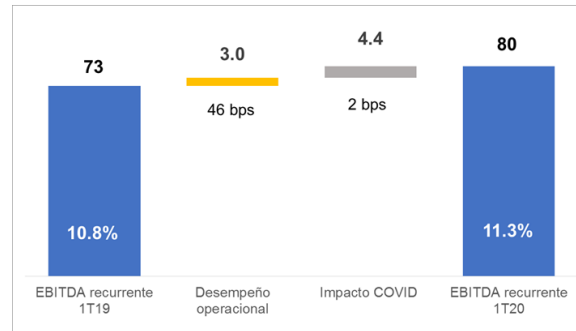


(1) Ventas Netas en moneda local, incluyendo el ajuste de efecto calendario.

Desempeño operacional en Uruguay

- Los resultados de Uruguay en pesos colombianos incluyeron un efecto FX de -6.6% en el 1T20.
- Ingresos Operacionales** crecieron 5.4% en 1T20, impulsando el fuerte desempeño de la categoría de alimentos principalmente por las tiendas FreshMarket, el crecimiento de la categoría de alimentos y las sólidas ventas omnicanal (+39.3%).
- Margen bruto** en 1T20 se redujo en 110 pbs a 33.5%, reflejando (i) un impacto negativo en la mezcla de ventas por la disminución de las ventas de no alimentos y (ii) un aumento en la venta de productos básicos debido a un menor poder adquisitivo.
- EBITDA recurrente** creció 10.1% y el margen aumentó 48 pbs a 11.3% en 1T20 como porcentaje de los ingresos operacionales. La mejora en la tendencia reflejó los niveles de costos y gastos creciendo por debajo de las ventas producto de las eficiencias.

EBITDA recurrente



Nota: Cifras en miles de millones de pesos colombianos.

- Uruguay fue la unidad de negocio más rentable en 1T20.

Omnicanalidad, innovación y transformación digital en Colombia en 1T20

Omnicanal

Las ventas omnicanal en 1T20, representaron el 2,4% de las ventas totales del Grupo Éxito en Uruguay (+45 bps vs 1T19) y crecieron 39,3% impulsadas por la rápida respuesta operativa durante las dos últimas semanas de marzo y la evolución positiva de la unidad de negocios de comercio electrónico, especialmente Devoto.com.

- **E-commerce:** aumentó las ventas 76.9% en 1T20, alcanzando más de 3 millones de visitas y 16.000 pedidos.
- **Última milla y domicilios:** Crecieron un 26,2% en 1T20 beneficiado por el servicio de la última milla en alianza con "Pedidos Ya", el cual está disponible en 29 tiendas y alcanzó más de 40.000 pedidos durante el trimestre.

Innovación

- **FreshMarket:** Este modelo ya está presente en 17 tiendas al 1T20 las cuales aumentaron sus ventas un 13,7% en el trimestre y representaron el 43,5% de las ventas en Uruguay.

Transformación digital

- **Apps:** llegaron a más de 17.000 descargas en el primer trimestre de este año y las ventas crecieron un 104,5% frente al cuarto trimestre de 2019.
- **Start-ups:** La Compañía está trabajando actualmente con otras diversas start-ups para mejorar el servicio, las actividades operacionales y el back office

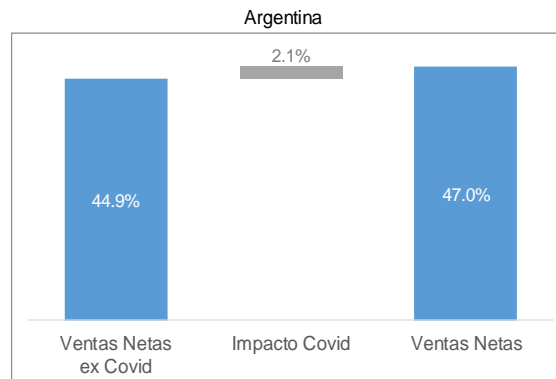
Argentina

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	282,276	219,880	28.4%
Otros Ingresos Operacionales	9,254	9,998	(7.4%)
Total Ingresos Operacionales	291,530	229,878	26.8%
Utilidad Bruta	91,925	74,463	23.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>31.5%</i>	<i>32.4%</i>	<i>(86) bps</i>
Total Gastos	(91,646)	(82,830)	10.6%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>31.4%</i>	<i>36.0%</i>	<i>(460) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	279	(8,367)	NA
<i>Margen ROI</i>	<i>0.1%</i>	<i>(3.6%)</i>	<i>374 bps</i>
EBITDA Recurrente	4,900	1,534	NA
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>1.7%</i>	<i>0.7%</i>	<i>101 bps</i>

Nota: Las diferencias en la base versus la reportada en 2019 están asociadas a la inclusión de Onper (compañía no operacional a través de la cual el segmento de Brasil fue previamente consolidado). Las cifras incluyeron el efecto del TC de -13.7% en 1T20 calculados con la tasa de cierre. Según CAME, las ventas de retail se contrajeron 17.8% a marzo. (1) En moneda local incluyendo CE de 1.7% en 1T20

Ventas Netas y mismos metros en Argentina

- Los índices macroeconómicos de Argentina parecieron ser los menos afectados entre los países en los que opera el Grupo Éxito. La inflación se redujo al 50.0% (vs. el 54.0% en 2019) y la inflación de los alimentos se redujo 70 pb. a 53.0% frente al nivel registrado a finales de 2019. El desempleo se mantuvo en el 8,9% y la tasa de repo disminuyó al 38% desde el 45% registrado en el trimestre anterior. Las ventas al por menor continuaron afectadas y se contrajeron en un 17,8% en el año 2020 (según el CAME) en comparación con el mismo período del año anterior.
- Libertad contribuyó con el 7,0% de las ventas consolidadas en el primer trimestre de 2020. Las ventas netas y mismos metros aumentaron 47.0%⁽¹⁾ en el trimestre y crecieron fuertemente en 44.9%⁽¹⁾ al excluir el efecto COVID-19. A pesar de la contracción de las ventas al por menor, las ventas de Libertad fueron impulsadas por el sólido crecimiento de las ventas de alimentos (+58.9%), las exitosas estrategias comerciales y el sólido desempeño durante el carnaval.



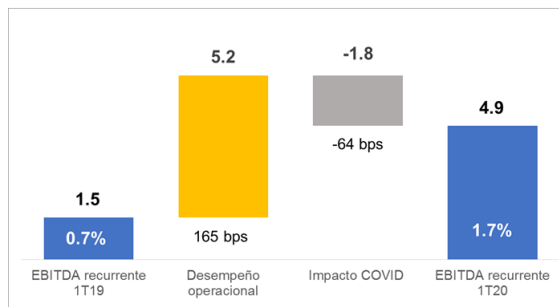
(1) Ventas netas en moneda local

Desempeño operacional en Argentina

El desempeño de Libertad en pesos colombianos tuvo un efecto FX de -13.7% en el 1T20.

- **Ingresos operacionales** crecieron 26.8% en el 1T20, impulsados por el fuerte crecimiento de las ventas de alimentos en moneda local (+58.9%) y el exitoso desempeño de los eventos comerciales. Otros ingresos operacionales se vieron afectados negativamente por las restricciones de tráfico y el cierre de centros comerciales durante el periodo de cuarentena.
- **Utilidad bruta** aumentó 23.5% en 1T20 y el margen se redujo en 86 puntos básicos a 31.5% como porcentaje de los ingresos operacionales. Los niveles de margen bruto se vieron afectados por la menor contribución del negocio inmobiliario.
- **EBITDA recurrente** creció 3 veces y el margen se incrementó 101 pb a 1,7% en el primer trimestre de 2020 como porcentaje de los ingresos operacionales. El mejor desempeño se derivó de la dilución de las ventas y la reducción de los **gastos de administración y ventas** en las facturas de electricidad, los gastos de operación y comercialización y a pesar de COVID-19.

EBITDA recurrente



Nota: Cifras en miles de millones de pesos colombianos

Omnicanalidad, innovación y transformación digital en Argentina en 1T20

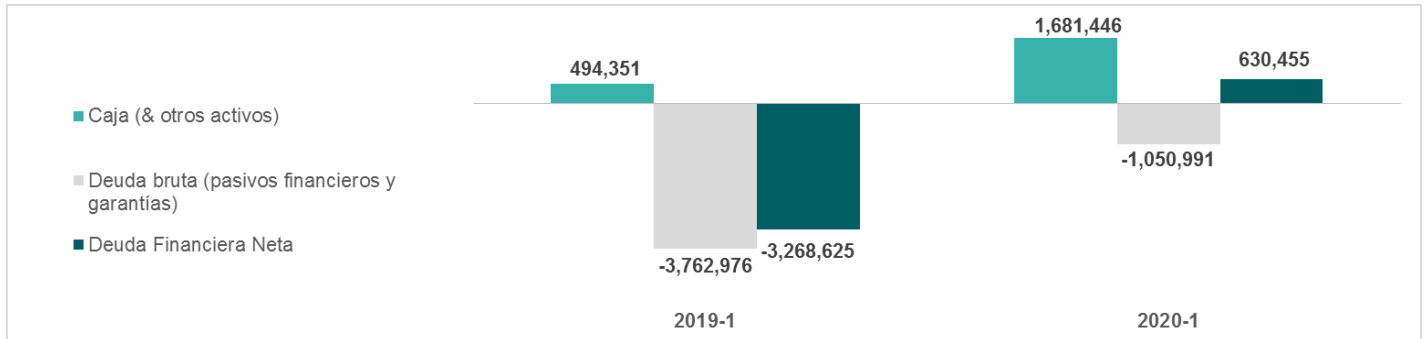
Omnicanal

- **Última milla y domicilios:** La Compañía está fortaleciendo este tipo de servicios a los clientes. Las entregas a domicilio fueron cerca de 9.000 beneficiados por el servicio de última milla en alianza con "Rappi", ya disponible en 6 tiendas (2 Hiper y 4 tiendas de proximidad)

Innovación

- **FreshMarket:** Este modelo ya está presente en 4 tiendas al 1T20 las cuales aumentaron sus ventas un 68% en el 1T20 (+710 pb frente a otras tiendas) y el volumen en un 6,8% (+520 bps frente a las otras)

III. Desempeño Financiero a nivel Holding ⁽¹⁾



(1) Holding: Almacenes Éxito S.A sin subsidiarias colombianas o internacionales. Nota: IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) – Deuda bruta 100% en pesos colombianos con una tasa por debajo de IBR3M + 4.0%.

Deuda a nivel holding

- En 1T20, la deuda bruta de la compañía se redujo en \$2.700 millones, gracias a la mejora de la estructura de capital (la deuda se canceló por completo a finales de 2019 y un préstamo de \$890.000 millones se tomó en marzo de 2020).
- El nivel de la deuda financiera neta mejoró en \$3.9 billones en 1T20 comparado con el 1T19.
- El Banco de la República redujo las tasas de repos en 50 pb a 3.75%, el 30 de marzo, el nivel más bajo desde junio de 2014.
- Las tasas de interés se encuentran por debajo de IBR3M + 4.0% en COP.
-

Caja a nivel holding

- Un nivel de efectivo más saludable (+\$1.2 billones) para fortalecer el desempeño futuro de la Compañía.

IV. Actividades de mitigación para enfrentar el COVID-19 en 2020

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud determinó como pandemia, el brote de coronavirus declarado en el mes de enero, denominado COVID-19. Varios países del mundo adoptaron una serie de medidas para evitar su propagación. En Colombia, el gobierno declaró la emergencia sanitaria el 12 de marzo, y posteriormente, el 17 de marzo, emitió decretos de cuarentena y aislamiento obligatorio, cierre de fronteras, restricción de viajes, limitación de reuniones públicas y suspensión de todas las actividades sociales, entre otros.

La actividad comercial y los resultados de las operaciones podrían verse afectados negativamente ya que esta pandemia afecta a la economía. Entre otros riesgos que pueden afectar la operación y los resultados de la Sociedad Matriz y sus subsidiarias, se encuentran los impactos en las ventas de algunos productos y servicios, los efectos en la cadena de suministro y de servicios, cambios en los niveles de importaciones y exportaciones, menores ingresos del negocio inmobiliario, interrupción de los viajes nacionales e internacionales, cambios en la productividad de los empleados, preservación del empleo, volatilidad (mercados de valores, precios de algunos productos y tipo de cambio) y cualquier otro asociado a la actividad comercial. Los efectos finales de esta emergencia y su control van más allá de la responsabilidad de la Sociedad Matriz y, por lo tanto, son imposibles de predecir.

El Grupo Éxito ha puesto en marcha una serie de medidas y buenas prácticas, con las que busca dar tranquilidad, confianza y apoyo a sus grupos de interés durante la emergencia generada por COVID-19. Durante el 1T20 la Compañía implementó las siguientes estrategias y acciones de mitigación más relevantes, así:

Para nuestros clientes, garantizando su Seguridad física y la de los alimentos:

- Ampliación del horario de apertura de las tiendas y servicio exclusivo para el grupo de mayor riesgo, desde las 7:00 a.m. y hasta las 8:30 a.m. (ancianos, mujeres embarazadas y discapacitados).
- Lanzamiento de la 'Línea Blanca' para el servicio de entrega a domicilio gratuito y prioritario, exclusivamente para profesionales de la salud.
- Fortalecimiento de los canales de comercio electrónico, entregas a domicilio y aplicaciones para que nuestros clientes compren durante la cuarentena decretada.
- Servicio de entrega priorizando el uso de vehículos eléctricos para ayudar a mitigar la contaminación del aire en Bogotá y Medellín.
- Abastecimiento permanente en las tiendas a través del trabajo conjunto con proveedores, aliados y empleados para garantizar el surtido.
- Establecimiento de 2 tiendas en Bogotá y Medellín operando exclusivamente para la distribución y suministro de los 200 productos más comprados durante la emergencia.
- Fortalecimiento del proceso de fijación de precios en las tiendas y con los proveedores para mitigar los errores involuntarios y priorizar la compra de los productos menos afectados por la devaluación.
- Cambio de 15 talleres de fabricación de textiles para producir máscaras.
- Medidas adicionales en las tiendas
 - Garantizar la distancia mínima entre los clientes de acuerdo con la normativa vigente, al entrar en las tiendas y en las cajas.
 - Desinfección y limpieza permanente de tiendas, baños, zonas de alto tráfico y carritos y canastas para mercar.
 - Garantizar el acceso a los productos con un límite de compra de 4 unidades por cliente y un máximo de 2 mascarillas, gel antibacterial, alcohol y guantes.

Para nuestros proveedores con apoyo y trabajo conjunto:

- Pago anticipado en marzo de más de \$60.000 millones de pesos colombianos con vencimiento en abril, al 100% de nuestros pequeños y medianos proveedores (867 PYMES) con vencimiento en abril, para mejorar su flujo de caja y facilitar la continuidad de su operación y la preservación del empleo.
- Acuerdo de autorregulación del sector comercial colombiano firmado a través de FENALCO, ratificando nuestro compromiso con la protección de la salud pública, la seguridad alimentaria, el suministro de productos básicos, la preservación del empleo y la actividad económica para favorecer la adecuada gestión de la emergencia

Para nuestros empleados con cuidado y estabilidad laboral:

- Información y comunicación constante de las recomendaciones de las autoridades sanitarias para el autocuidado y protocolo en caso de contagio.
- Kits higiénicos entregados a 34.000 empleados en las tiendas para garantizar su seguridad y la de nuestros clientes.
- Implementación masiva del trabajo desde casa para nuestros empleados, especialmente para aquellos que requieren cuidados especiales, como las mujeres embarazadas.
- Reubicación de los colaboradores en las unidades de negocio de mayor relevancia operativa durante la emergencia.
- Una bonificación salarial del 10% para los empleados de las tiendas y centros de distribución como reconocimiento a su esfuerzo y compromiso.

Para otros grupos de interés con un llamado a la solidaridad:

- Oferta de 500.000 mercados compuestos por 12 productos básicos a precio de costo (\$16.000 cada uno), para que los clientes con mejores condiciones económicas puedan contribuir a los necesitados.
- Posibilidad de donar puntos de fidelización a la Fundación Éxito para que nuestros clientes puedan redirigir los recursos a quienes más los necesitan.
- Donaciones de 48.000 mercados básicos a través de la Fundación Éxito para la primera infancia, a través de los aportes de los empleados que donaron un día de su sueldo y las donaciones de nuestros clientes realizadas a través del programa "Goticas".
- Lanzamiento de la tarjeta "Mercado para Colombia" para donar a los necesitados y las cuales se pueden adquirir en tiendas o en línea. La Compañía dona \$5.000 por cada \$50.000 recaudados, para atender una obra social.

En Grupo Éxito ratificamos nuestro compromiso con el país y somos conscientes de la importancia de desplegar estas actividades con rapidez y profesionalidad. La empresa trabaja para proteger la salud de los clientes y colaboradores y para operar de la mejor manera posible con los proveedores, a fin de contribuir a las necesidades actuales del país.

V. Conclusiones 1T20

LatAm

- ✓ Sólido crecimiento de las ventas netas totales y mismos metros excluyendo el efecto COVID-19 en todos los países confirmó la tendencia observada en los trimestres anteriores.
- ✓ Crecimiento del EBITDA recurrente consolidado (+2,0%) a pesar del efecto COVID-19 en los negocios complementarios.
- ✓ Utilidad Neta impulsada por el sólido desempeño de las operaciones internacionales y una mejora de la estructura financiera.
- ✓ Protocolos para afrontar y mitigar los efectos de COVID-19 aplicados en todos los países
- ✓ Desplazamiento de la inversión en retail hacia actividades omnicanal y fortalecimiento del comercio electrónico.

Colombia

- ✓ Crecimiento de las ventas netas ex-COVID-19 (+5.3%⁽¹⁾), producto de la innovación, omnicanal y la categoría de alimentos (+12.8%).
- ✓ Fuerte crecimiento de los modelos innovadores (Wow +14.6%, FreshMarket +24.7%, Cash and Carry +13.3%).
- ✓ Sólido desempeño del Omnicanal (+44.6%, 5.2% participación en las ventas, +132 bps vs 1T19).
- ✓ Margen EBITDA recurrente reflejó el sólido crecimiento de las ventas y el control de los gastos.
- ✓ Una mayor deuda financiera neta (\$3.9 billones) y una fuerte posición de caja (\$1.2 billones), se esperan que continúen en un nivel saludable a lo largo del 2020.
- ✓ Puede producirse un aplazamiento de CapEx, y la inversión esperada se ajustó en un 50% (a \$200.000 millones) centrada en la innovación y el omnicanal además de la priorización de proyectos relacionados con la logística y TI para el Comercio electrónico.

Uruguay

- ✓ Ventas trimestrales aumentaron 12.1%⁽¹⁾ y 6.1%⁽¹⁾ ex COVID-19.
- ✓ Sólida contribución de las tiendas FreshMarket (43.5% de participación en las ventas).
- ✓ Incremento de los márgenes operacionales (+50 pb) impulsados por la dilución de gastos sobre ventas y por eficiencias operacionales.

Argentina

- ✓ Ventas netas aumentaron 47.0%⁽¹⁾ y 44.9%⁽¹⁾ ex COVID-19, producto de adecuadas actividades comerciales.
- ✓ Mejores márgenes operacionales (+101 pb) a pesar del efecto COVID-19 en el negocio inmobiliario.

Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil y Gemex O&W S.A.S registradas como operaciones discontinuas, el ajuste contable asociado a los procesos de producción en Colombia, eliminaciones (1) en moneda local y excluyendo el ajuste del efecto calendario.

VI. Grupo Éxito Pilares estratégicos 2020 - 2022

La estrategia de Grupo Éxito para el período 2020-2022 comprende cinco pilares y busca adaptarse a los cambios en las tendencias del consumidor y garantizar el crecimiento sostenible de la compañía en el largo plazo. El objetivo es implementar y mejorar las actividades clave tales como servicio al cliente, mercadeo relacional y relación con proveedores, todos soportados por desarrollos de TI. Estas actividades involucran a todos los países en los cuales la Compañía opera y la implementación de estas iniciativas tendrá un enfoque desde la Alta Dirección hacia la base de la Compañía.

Pilares estratégicos 2020-2022

Liderando la transformación con enfoque en el cliente y tendencias del retail



1. Innovación

Actividades para innovar constantemente las tiendas, marcas y productos de acuerdo con la evolución de los requerimientos de los clientes.

- Modelos:** mejorando la oferta retail a través de innovación de las tiendas con los modelos Premium Fresh Market para supermercados en la región y con el WOW para los hipermercados en Colombia.
 - El modelo "Fresh Market" busca innovar en la categoría de alimentos frescos, renovando tiendas y mejorando el diseño interior. Además incluye actividades digitales, como aplicaciones, mejorando la experiencia del servicio al cliente y fortaleciendo ofertas claves relacionadas con las marcas premium, como eventos de vino, pasta, queso, café y ópera.
 - El modelo "Wow", el hipermercado del futuro, es una experiencia de compra conectada con el mundo digital.

- **Formatos/Marcas:** mejorando el portafolio de tiendas enfocados en convertirlas y renovarlas a formatos clave rentables como:
 - Cash & Carry: para competir en el mercado formal e informal. El formato opera con bajos costos operativos y requerimientos de CAPEX, impulsando los retornos y las ventas después de las conversiones.
- **Marca Propia:** desarrollo del portafolio actual de productos para mejorar competitividad ofreciendo a los consumidores el precio más bajo con la mejor calidad. El Grupo Éxito está fortaleciendo marcas muy reconocidas como Frescampo en Colombia y posicionando Taeq como la marca más importante de productos saludables para la región

2. Modelo Omnicanal:

Integración virtual y física de la plataforma para ofrecer al cliente diversos canales, productos y servicios para interactuar con la compañía, mediante el desarrollo de:

- **E-commerce:** sitios web diferenciados para alimentos y no alimentos.
- **Market Place:** para mejorar la experiencia de compra del consumidor incluyendo múltiples vendedores externos, aumentando el número de transacciones por medio de las páginas web de la Compañía.
- **Domicilios y última milla:** para realzar la conveniencia para los clientes a través del desarrollo de alianzas con startups, tales como Rappi en Colombia y Argentina.
- **Catálogos digitales:** quioscos disponibles en las tiendas para comprar y ordenar en línea.
- **Click & Collect:** disponible para compras de alimentos y no alimentos en línea para ser recogidos en las tiendas.

3. Transformación Digital

Este pilar incluye la creación del departamento de transformación digital en Colombia.

- **Apps:** para mejorar el servicio al cliente, reforzando lealtad y aumentando porcentaje de gasto.
- **Startups:** búsqueda y análisis de la factibilidad sobre posibles alianzas con Startups con las cuales la compañía busca mejorar servicios, actividades operacionales y de soporte. Otros análisis se están realizando mediante el uso de inteligencia artificial y reconocimiento de imagen.
- **Actividades adicionales**
 - **Desarrollos sin fricciones:** mejorando la experiencia de servicio al cliente en las tiendas, especialmente al comprar y pagar comestibles o servicios, reduciendo así la percepción del tiempo de espera, implementando:
 - ✓ Self-check-out: donde el cliente escanea, paga y empaca por sí mismo.
 - ✓ Mobile POS: con un cajero recorriendo la tienda.
 - ✓ Scan & Pay: donde el cliente escanea y recibe en línea el recibo listo para ser procesado en el cajero.
 - ✓ Shop & Go: donde el cliente escanea y paga en línea a través de la aplicación app y sale de la tienda.
 - **Servicio al Cliente** actividades para mejorar la relación con los clientes mejorando la percepción de tiempo de espera usando canales en tendencia como:
 - Chatbot: asistente virtual 24 horas para responder preguntas / requerimientos de los clientes.
 - Social Marketing: atención activa del comportamiento digital del consumidor en las redes sociales y usando datos colectados para mejorar servicios y procesos.
 - Social Wifi: internet de alta calidad disponible para clientes.
 - Quioscos: dispositivos interactivos que permiten al consumidor administrar sus compras.

- **Data Analytics:** uso de todos los datos recolectados a través de todos los canales y desarrollos en TI para mejorar el conocimiento del consumidor y manejo interno de los datos.
- - Modelos predictivos: analizan las tendencias comunes para mejorar el conocimiento del consumidor, demanda, logística y cadena de abastecimiento.
 - CRM: Customer Relationship Management.
- **Logística y cadena de abastecimiento**
 - Administración de inventarios; mejora y optimización por el uso de datos y tendencias.
 - Gestión de productividad transformando procesos enfocándose en agilidad, flexibilidad, eficiencia y precisión de la cadena de abastecimiento.
- **Gestión de Recursos Humanos**
 - Transformando la gestión de los recursos humanos creando plataformas en línea para la selección de personal, reclutamiento, entrenamiento y administración de la información (recursos humanos).

4. Mejores Prácticas e Integración

- **Monetización de activos:** para mejorar los retornos de la Compañía mediante:
 - Desarrollos inmobiliarios, priorizando el modelo dual retail- inmobiliario.
 - Venta de activos no estratégicos, enfocándose en el sector alimentario a través de la región.
- **Monetización del Tráfico:** para impulsar el crecimiento apalancándose en actividades como:
 - Programas de lealtad: para monetizar los datos, información transaccional del cliente y enfoque de campañas de marketing.
 - Negocios complementarios: para mejorar ingresos y aumentar el margen fortaleciendo los negocios: financiero, de seguros, viajes, telefonía móvil y transferencias de dinero.
- **Excelencia operacional:** ejecución del programa en la región para mantener el crecimiento de los gastos de administración y ventas por debajo de los niveles de inflación, enfocándose en:
 - Logística y cadena de abastecimiento: mejorando la operación al establecer tiendas y dark stores para soportar las actividades del omnicanal y desplegando actividades de administración de inventarios.
 - Esquemas de productividad: revisando los diversos procesos y estructuras a través de las unidades de negocio.
 - Compra conjunta: actividades de compra de mercancías incluyendo bienes indirectos, servicios y tecnologías a través de la región para llevar ahorros de costos.
 - Back Office: oportunidades para optimizar y centralizar diversos procesos a través de la región

5. Valor compartido en sostenibilidad

- **Gen Cero**
 - Foco en nutrición infantil
- **Comercio sostenible**
 - Compra directa local
- **Mi Planeta**
 - Protección al ambiente
- **Estilo de vida saludable**
 - Oferta de un portafolio saludable para los clientes
- **Bienestar para los empleados**
 - Desarrollo del Recurso Humano

VII. Información adicional

Detalles de la Teleconferencia

**Almacenes Éxito S.A.
(BVC: ÉXITO)**

Cordialmente lo invita a participar de la conferencia de resultados del primer trimestre de 2020

Fecha: Martes, mayo 12 de 2020
Hora: 10:00 a.m. Hora del Este
9:00 a.m. Hora de Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno - Presidente
Ruy Souza - VP Financiero
María Fernanda Moreno – Directora de Relación con Inversionistas

Para participar, haga click aquí:

[Join through Microsoft Teams](#)

Almacenes Éxito S.A. reportará los resultados del primer trimestre de 2020 el lunes 11 de mayo de 2020, después de cierre del mercado.

La presentación webcast y audio está disponible en www.grupoexito.com.co bajo “Accionistas”

Para mayor información contacte a: Relación con inversionistas Almacenes Éxito S.A.
Tel: (574) 339 6560 / exitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com

Próxima publicación de resultados

Segundo trimestre de 2020 - Julio 27, 2020

Contactos de RI y Prensa

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas
+ (571) 746 70 70 ext. 314236
maria.morenorodriguez@grupo-exito.com
Grupo Éxito Calle 80 - Cr 59 A No. 79 – 30

Claudia Moreno B.

RP y Directora de Comunicaciones
+ (574) 604 96 96 ext. 305174
claudia.moreno@grupo-exito.com
Cr 48 No. 32B Sur – 139 – Envigado, Colombia

Descripción de la Compañía

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

En 2019, los ingresos operacionales alcanzaron \$15.3 billones derivados 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 1.533 tiendas: 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 Éxito.com and carulla.com

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

.En 2019 la Compañía oficialmente declaró su estrategia de Transformación Digital para adaptarse a los cambios en las tendencias de consumo.

VIII. 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.
- Sumas y porcentajes podría reflejar discrepancias debido al redondeo de las cifras.
- Todos los márgenes están calculados como porcentaje de los Ingresos Operacionales.

Glosario

- **Resultados de Colombia:** Incluye la consolidación de Almacenes Éxito y sus subsidiarias en el país
- **Resultados consolidados:** Incluye los resultados de Almacenes Éxito y las subsidiarias colombianas e internacionales.
- **EBIT:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado 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 provenientes de los negocios complementarios (inmobiliario, seguros, servicios financieros, compañía de transportes, etc.) y otros ingresos.
- **Resultado Financiero:** Incluye los efectos por intereses, derivados, valoraciones de activos/pasivos financieros, cambios en la tasa de cambio y otros relacionados a caja, deuda y otros activos/pasivos financieros.
- **Resultados consolidados:** Incluye la consolidación de 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.
- **VMM:** Ventas mismos metros
- **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:** Calculada sobre una base diluida

1. Estado de Resultados Consolidado

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	3,899,888	3,527,129	10.6%
Otros Ingresos Operacionales	152,543	166,634	(8.5%)
Total Ingresos Operacionales	4,052,431	3,693,763	9.7%
Costo de Ventas	(3,034,922)	(2,702,066)	12.3%
Costo Depreciación y Amortización	(16,387)	(13,035)	25.7%
Utilidad Bruta	1,001,122	978,662	2.3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>24.7%</i>	<i>26.5%</i>	<i>(179) bps</i>
Gastos O&AV	(754,677)	(734,086)	2.8%
Gasto Depreciación y Amortización	(110,499)	(119,349)	(7.4%)
Total Gastos	(865,176)	(853,435)	1.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>21.3%</i>	<i>23.1%</i>	<i>(176) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	135,946	125,227	8.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>3.4%</i>	<i>3.4%</i>	<i>(4) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	21,987	(13,574)	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.5%</i>	<i>(0.4%)</i>	<i>91 bps</i>
EBITDA Recurrente	262,832	257,611	2.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.5%</i>	<i>7.0%</i>	<i>(49) bps</i>
EBITDA	231,771	234,850	(1.3%)
<i>Margen EBITDA</i>	<i>5.7%</i>	<i>6.4%</i>	<i>(64) bps</i>
Utilidad por Acción	49.1	(30.3)	N/A

Nota: Las diferencias en la base vs la reportada en 2019 están asociadas al resultado neto de Brasil y Gemex O&W S.A.S. registradas como operaciones discontinuas. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el ajuste contable asociado a los procesos de producción en Colombia, eliminaciones y el efecto de TC (-2.1% y -1.9% en la ventas y el EBITDA recurrente en 1T20).

2. Estado de resultados e inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Brazil	Consol
en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q20	1Q20	1Q20	1Q20
Ventas netas	2,913,612	704,000	282,276	-	3,899,888
Otros Ingresos Operacionales	137,956	6,285	9,254	-	152,543
Total Ingresos Operacionales	3,051,568	710,285	291,530	-	4,052,431
Costo de Ventas	(2,364,498)	(470,994)	(199,521)	-	(3,034,922)
Costo Depreciación y Amortización	(14,941)	(1,362)	(84)	-	(16,387)
Utilidad Bruta	672,129	237,929	91,925	-	1,001,122
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>33.5%</i>	<i>31.5%</i>		<i>24.7%</i>
Gastos O&AV	(509,284)	(159,145)	(87,109)	-	(754,677)
Gasto Depreciación y Amortización	(94,364)	(11,598)	(4,537)	-	(110,499)
Total Gastos	(603,648)	(170,743)	(91,646)	-	(865,176)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>19.8%</i>	<i>24.0%</i>	<i>31.4%</i>		<i>21.3%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	68,481	67,186	279	-	135,946
<i>Margen ROI</i>	<i>2.2%</i>	<i>9.5%</i>	<i>0.1%</i>		<i>3.4%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(24,274)	90	(6,877)	-	(31,061)
Utilidad Operacional (EBIT)	44,207	67,276	(6,598)	-	104,885
<i>Margen EBIT</i>	<i>1.4%</i>	<i>9.5%</i>	<i>(2.3%)</i>		<i>2.6%</i>
Resultado Financiero Neto	(31,431)	5,060	(7,957)	-	(34,328)
EBITDA Recurrente	177,786	80,146	4,900	-	262,832
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.8%</i>	<i>11.3%</i>	<i>1.7%</i>		<i>6.5%</i>
CAPEX					
<i>en millones de pesos colombianos</i>	39,894	9,970	1,935		51,799
<i>en moneda local</i>	39,894	112	31		

Nota: Las diferencias en la base vs la reportada en 2019 están asociadas al resultado neto de Brasil y Gemex O&W S.A.S. registradas como operaciones discontinuas. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el ajuste contable asociado a los procesos de producción en Colombia, eliminaciones y el efecto de TC (-2.1% y -1.9% en la ventas y el EBITDA recurrente en 1T20).

3. Balance general consolidado

en millones de pesos colombianos	43,800	Mar 2020	Var %
ACTIVOS	15,861,015	15,865,910	(78.1%)
Activo corriente	5,356,665	5,130,986	(86.6%)
Caja y equivalentes de caja	2,562,674	2,074,662	(65.3%)
Inventarios	1,900,660	2,051,518	(69.5%)
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	379,921	344,528	(65.6%)
Activos por impuestos	333,850	409,986	(43.4%)
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	37,928	40,189	(99.8%)
Otros	141,632	210,103	(49.6%)
Activos No Corrientes	10,504,350	10,734,924	(68.3%)
Plusvalía	2,929,751	3,050,449	(43.9%)
Otros activos intangibles	304,215	326,824	(93.7%)
Propiedades, planta y equipo	3,845,092	3,923,514	(68.1%)
Propiedades de Inversión	1,626,220	1,676,931	2.7%
Derechos de uso	1,303,648	1,276,959	(75.2%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	210,487	197,090	(75.5%)
Activo por impuesto diferido	177,269	184,840	37.9%
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	107,668	98,317	(89.5%)
PASIVOS	7,416,173	8,231,863	(84.7%)
Pasivo corriente	5,906,214	6,459,454	(82.9%)
Cuentas por pagar	4,662,801	3,553,831	(72.9%)
Pasivos por arrendamiento	222,177	213,352	(75.1%)
Obligaciones financieras	616,822	1,288,949	(43.7%)
Otros pasivos financieros	114,871	97,392	(90.6%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	72,910	72,979	(75.6%)
Otros	216,633	1,232,951	N/A
Pasivos no corrientes	1,509,959	1,772,409	(88.9%)
Cuentas por pagar	114	-	N/A
Pasivos por arrendamiento	1,308,054	1,299,804	(71.6%)
Obligaciones financieras	43,531	285,920	(93.8%)
Otras provisiones	18,998	20,128	(99.1%)
Pasivo por impuesto diferido	116,503	144,060	(89.8%)
Pasivos por impuestos	800	923	(99.8%)
Otros	21,959	21,574	(99.2%)
PATRIMONIO	8,444,842	7,634,047	(58.7%)

4. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Mar 2020	Mar 2019	Var %
Ganancia	42,388	158,424	(73.2%)
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	211,121	1,039,376	(79.7%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operac	(1,215,488)	(3,607,977)	(66.3%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversi	(51,536)	(481,225)	(89.3%)
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financ	757,773	933,861	(18.9%)
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, ante	(509,251)	(3,155,341)	(83.9%)
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo	21,239	(34,105)	N/A
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(488,012)	(3,189,446)	(84.7%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinu			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2,562,674	5,973,764	(57.1%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de	-	-	
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	2,074,662	2,784,318	(25.5%)

5. Indicadores financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Marzo 2020	Diciembre 2019	Marzo 2020	Diciembre 2019
Activos / Pasivos	1.93	2.14	1.91	2.14
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	0.79	0.91	0.77	0.92

6. Deuda por país- moneda y vencimiento

Deuda neta por país

31 Mar de 2020(millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	971,620	414,721	0	1,386,341
Deuda de largo plazo	285,920	-	-	285,920
Total deuda bruta ⁽¹⁾	1,257,540	414,721	0	1,672,261
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,748,646	247,100	78,916	2,074,662
Deuda Neta	491,106	-	78,916	402,401

⁽¹⁾ Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Mar de 2020 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-mar-20
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	-
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2021	100,000
Corto Plazo - Bilateral	600,000	Variable	Marzo 2021	600,000
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	290,000
Total deuda bruta (2)	1,590,000			1,090,000

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus subsidiarias en el país. La deuda bruta emitida es 100% en pesos colombianos con una tasa de interés por debajo de IBR3M + 4.0%. (1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda a valor nominal.

7. Estado de Resultados a nivel Holding ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	1Q20	1Q19	% Var
Ventas Netas	2,918,803	2,644,631	10.4%
Otros Ingresos Operacionales	70,484	86,199	(18.2%)
Total Ingresos Operacionales	2,989,287	2,730,830	9.5%
Costo de Ventas	(2,363,686)	(2,107,524)	12.2%
Costo Depreciación y Amortización	(13,412)	(10,852)	23.6%
Utilidad Bruta	612,189	612,454	(0.0%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>20.5%</i>	<i>22.4%</i>	<i>(195) bps</i>
Gastos O&AV	(460,079)	(457,885)	0.5%
Gasto Depreciación y Amortización	(88,781)	(91,484)	(3.0%)
Total Gastos	(548,860)	(549,369)	(0.1%)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(18.4%)</i>	<i>(20.1%)</i>	<i>176 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	63,329	63,085	0.4%
<i>Margen ROI</i>	<i>2.1%</i>	<i>2.3%</i>	<i>(19) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(21,888)	(19,491)	12.3%
Utilidad Operacional (EBIT)	41,441	43,594	(4.9%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>1.4%</i>	<i>1.6%</i>	<i>(21) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(39,597)	(104,918)	(62.3%)
Resultado Neto Grupo Éxito	21,987	(13,574)	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.7%</i>	<i>(0.5%)</i>	<i>123 bps</i>
EBITDA Recurrente	165,522	165,421	0.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.5%</i>	<i>6.1%</i>	<i>(52) bps</i>

1 Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias Colombianas Las diferencias en la base vs. la reportada en 2019 están asociadas al resultado neto de Gemex O&W S.A.S registrada como operación discontinua. Las cifras incluyen el ajuste contable asociado a los procesos de producción de alimentos en Colombia aplicados solo a la base del 1T20.

8. Balance General a nivel Holding ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Mar 2020	Var %
ACTIVOS	13,519,213	13,405,994	(20.8%)
Activo corriente	4,448,466	4,084,880	4.3%
Caja y equivalentes de caja	2,206,153	1,681,446	(10.8%)
Inventarios	1,555,865	1,628,225	16.4%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	199,712	155,798	(28.6%)
Activos por impuestos	314,736	373,855	N/A
Otros	172,000	245,556	1.0%
Activos No Corrientes	9,070,747	9,321,114	(28.4%)
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	159,225	163,486	13.3%
Propiedades, planta y equipo	2,027,180	1,994,391	(3.0%)
Propiedades de Inversión	91,889	91,878	(5.9%)
Derechos de uso	1,411,410	1,427,553	9.9%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negoc	3,614,639	3,870,420	(50.0%)
Otros	313,327	320,309	45.3%
PASIVOS	6,322,685	7,033,758	(26.1%)
Pasivo corriente	4,847,078	5,294,777	0.2%
Cuentas por pagar	3,901,549	2,740,204	(23.2%)
Pasivos por arrendamiento	224,492	213,784	19.2%
Obligaciones financieras	204,705	853,728	(18.1%)
Otros pasivos financieros	95,437	84,481	(24.1%)
Pasivos por impuestos	66,270	48,142	(4.6%)
Otros	354,625	1,354,438	N/A
Pasivos no corrientes	1,475,607	1,738,981	(58.9%)
Pasivos por arrendamiento	1,394,323	1,412,763	6.4%
Obligaciones financieras	6,293	248,443	(91.2%)
Otras provisiones	53,056	56,224	45.0%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	N/A
Otros	21,935	21,551	(27.5%)
PATRIMONIO	7,196,528	6,372,236	(14.0%)

1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias Colombianas e internacionales

9. Almacenes y área de ventas

Marca por país	Número de tiendas		Área de ventas (m2)
	1T20		
Colombia			
Éxito	247		624,907
Carulla	96		85,241
Surtimax	80		38,009
Super Inter	69		65,346
Surtimayorista	32		32,349
Total Colombia	524		845,851
Uruguay			
Devoto	60		39,886
Disco	29		33,452
Geant	2		16,411
Total Uruguay	91		89,749
Argentina			
Libertad	15		103,967
Mini Libertad	10		1,796
Total Argentina	25		105,763
TOTAL	640		1,041,363

Nota: Tiendas totales no incluyen "aliados" en Colombia.

Declaraciones sobre el futuro

Este documento contiene declaraciones sobre el futuro que 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.

Grupo Éxito opera en un entorno competitivo que cambia rápidamente. Por lo tanto, la Compañía 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, que podrían ocasionar resultados significativamente diferentes a los señalados en cualquier declaración sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro contenidas en este documento son establecidas únicamente a la fecha aquí señalada.

Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, la Compañía 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 contenidas.

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”.
