

# Almacenes Éxito S.A.

## Resultados Financieros Consolidados

## 4Q/FY19

Enviado, Colombia, Febrero 19, 2020 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el cuarto trimestre del 2019, período terminado el 31 de diciembre de 2019 (4T19). 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 a Septiembre 30 de 2019, registrado como una operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF 29) en Argentina, el ajuste retrospectivo de NIIF16 y las eliminaciones.

### ***Tendencia de recuperación de las ventas y mejora de la rentabilidad***

#### HECHOS DESTACADOS

##### Financieros

- Ingresos Operacionales consolidados alcanzaron \$4,3 billones en 4T19 y \$15,3 billones en 2019 beneficiados por la innovación, la omnicanalidad y el desempeño de los negocios complementarios.
- El EBITDA recurrente en 4T19 fue de \$470.421 millones y el margen ganó 67 pb a 10.9%; en 2019, registró \$1,28 billones y el margen aumentó 20 pb a 8.4%, producto del control de costos y gastos.
- El Resultado Neto del Grupo en 2019 registró un ingreso de \$57.602 millones derivado principalmente de un mejor desempeño operacional en Colombia y menores gastos financieros.
- Las inversiones consolidadas de \$366.000 millones en 2019 (79% en expansión, innovación, omnicanalidad y actividades de transformación digital).

##### Operacionales

- Sólido desempeño y expansión de nuevos formatos y modelos.
- Ventas anuales impulsadas por la omnicanalidad en Colombia (+37.0%) aumento de la participación en la mezcla de ventas a 4.5% (de 3.4% en 2018).
- Propuesta de simplificación de la estructura en LatAm fue aprobada de acuerdo a estrictos estándares de gobierno corporativo tanto en Brasil como en Colombia.
- Grupo Éxito vendió las acciones de GPA a un precio de 113 reales por acción y recibió USD 1.161 millones.
- La oferta pública de adquisición concluyó con aceptación del 96.57% de las acciones de Almacenes Éxito S.A (4T19).
- Cambios en la Alta Administración: Ruy Souza – Vicepresidente Financiero (anunciado en Enero de 2020) y Claudia Campillo - VP de Asuntos Corporativos y Secretaria General

##### Perspectivas

- Expansión de modelos innovadores tales como Wow, FreshMarket y Cash & Carry.
- Fortalecimiento de la transformación digital con foco en la innovación y la expansión omnicanal.
- Margen EBITDA recurrente en Colombia y Uruguay al menos en línea con el nivel registrado en 2019.
- Intercambio de mejores prácticas con foco en la innovación y el fortalecimiento de la transformación digital.

*"El resultado de Grupo Éxito en 2019 fue muy positivo: La Compañía fortaleció su propuesta comercial y obtuvo un crecimiento rentable derivado de la innovación en formatos, una sólida estrategia omnicanal, la implementación de la transformación digital, la monetización del tráfico y la exitosa ejecución de la estrategia de sostenibilidad. En Colombia, Grupo Éxito obtuvo el mejor desempeño de las ventas mismos metros de los tres últimos años, beneficiados por formatos de valor como Éxito Wow, Carulla FreshMarket y Surtimayorista, canales de comercio electrónico actualizados y mayores ingresos del negocio inmobiliario y otros complementarios. La operación en Uruguay tuvo niveles sólidos de rentabilidad, y Argentina se benefició del aumento en ventas por la implementación de estrategias comerciales en medio de un ambiente macroeconómico retador. Grupo Éxito finalizó el año con una nueva estructura financiera que le permite enfrentar los nuevos desafíos a través de procesos innovadores, actualmente en curso, para brindar generación de valor a los clientes, empleados, accionistas y partes relacionadas".* Indicó **Carlos Mario Giraldo Moreno, CEO of Grupo Éxito**

## I. Desempeño financiero y operacional consolidado

La venta a Casino, Guichard-Perrachon S.A de las acciones que Éxito poseía en la subsidiaria operativa Companhia Brasileira de Distribuição – CBD, en las subsidiarias holding Ségisor S.A.S. y en Wilkes Participações S.A., fue aprobada por la Junta Directiva y en la Asamblea General de Accionistas realizada en septiembre 12 de 2019, a un precio de BRL113/acción y la transacción se cerró en Noviembre 27 de 2019. En consecuencia, los activos y pasivos de tales subsidiarias fueron excluidos de los estados financieros consolidados y de su Resultado Neto a septiembre 30 de 2019, incluidos como operación discontinua.

### NIIF 16 – Ajuste por arrendamientos

Los nuevos estándares contables NIIF 16 – Arrendamientos, aplicables desde enero de 2019, establecen los principios para el reconocimiento, medición, presentación y revelación de los arrendamientos, aplicable a arrendadores y arrendatarios. En consecuencia, los resultados financieros del Grupo Éxito incluyen la aplicación retrospectiva (adopción de la norma desde el comienzo de los contratos), aplicado a los trimestres y al año en 2018 y 2019.

### Desempeño Operacional Consolidado

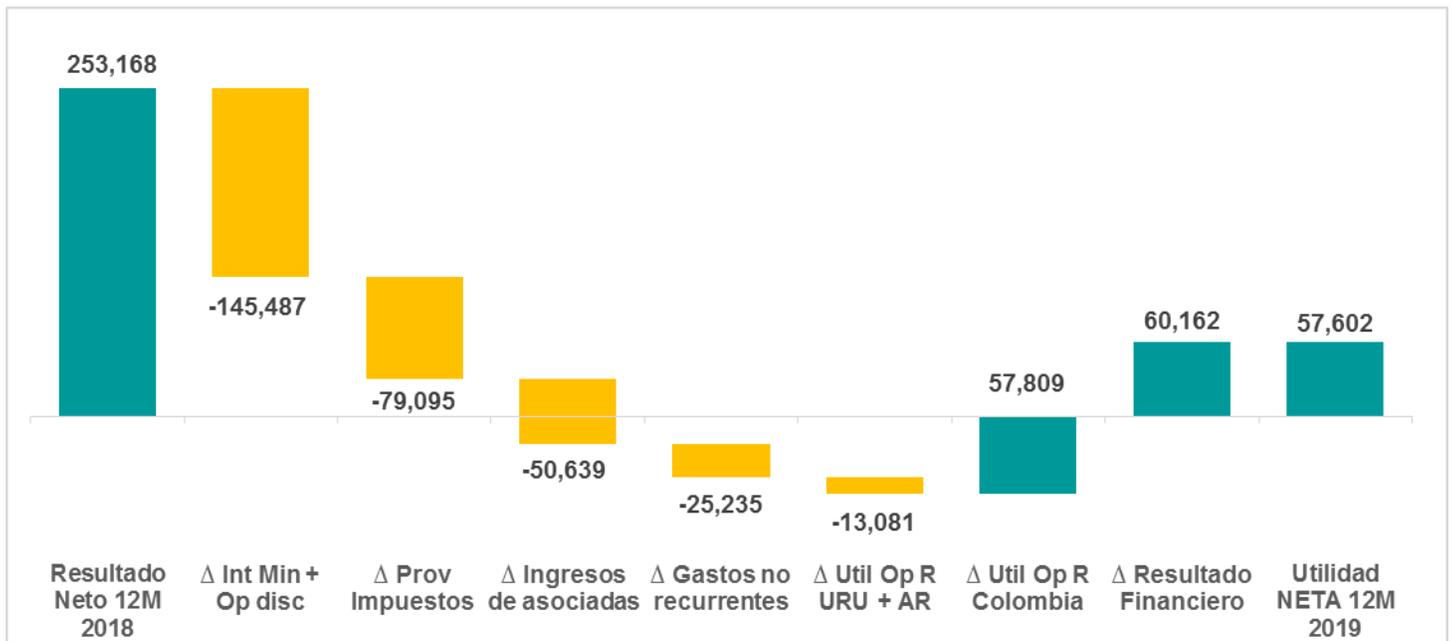
en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	4,079,945	3,846,719	6.1%	14,503,846	14,176,353	2.3%
Otros Ingresos Operacionales	244,583	200,078	22.2%	789,237	693,674	13.8%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>4,324,528</b>	<b>4,046,797</b>	<b>6.9%</b>	<b>15,293,083</b>	<b>14,870,027</b>	<b>2.8%</b>
Costo de Ventas	(3,123,986)	(2,941,397)	6.2%	(11,277,231)	(10,936,335)	3.1%
Costo Depreciación y Amortización	(16,231)	(13,921)	16.6%	(61,746)	(53,244)	16.0%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,184,311</b>	<b>1,091,479</b>	<b>8.5%</b>	<b>3,954,106</b>	<b>3,880,448</b>	<b>1.9%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>27.4%</i>	<i>27.0%</i>	<i>41 bps</i>	<i>25.9%</i>	<i>26.1%</i>	<i>(24) bps</i>
Gastos O&AV	(730,121)	(692,192)	5.5%	(2,736,070)	(2,718,493)	0.6%
Gasto Depreciación y Amortización	(113,943)	(113,365)	0.5%	(450,529)	(439,176)	2.6%
<b>Total Gastos</b>	<b>(844,064)</b>	<b>(805,557)</b>	<b>4.8%</b>	<b>(3,186,599)</b>	<b>(3,157,669)</b>	<b>0.9%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>19.5%</i>	<i>19.9%</i>	<i>(39) bps</i>	<i>20.8%</i>	<i>21.2%</i>	<i>(40) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>340,247</b>	<b>285,922</b>	<b>19.0%</b>	<b>767,507</b>	<b>722,779</b>	<b>6.2%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>7.9%</i>	<i>7.1%</i>	<i>80 bps</i>	<i>5.0%</i>	<i>4.9%</i>	<i>16 bps</i>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>77,121</b>	<b>160,763</b>	<b>(52.0%)</b>	<b>57,602</b>	<b>253,168</b>	<b>(77.2%)</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.8%</i>	<i>4.0%</i>	<i>N/A</i>	<i>0.4%</i>	<i>1.7%</i>	<i>N/A</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>470,421</b>	<b>413,208</b>	<b>13.8%</b>	<b>1,279,782</b>	<b>1,215,199</b>	<b>5.3%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.9%</i>	<i>10.2%</i>	<i>67 bps</i>	<i>8.4%</i>	<i>8.2%</i>	<i>20 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>415,385</b>	<b>380,999</b>	<b>9.0%</b>	<b>1,186,462</b>	<b>1,147,115</b>	<b>3.4%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>9.6%</i>	<i>9.4%</i>	<i>19 bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>7.7%</i>	<i>4 bps</i>

Nota: Las diferencias en la base vs la reportada en 2018 están asociadas al ajuste retrospectivo NIIF16 aplicado y al efecto de tasa de cambio (-1.7% y -1.4% a nivel de las ventas y del EBITDA recurrente en 4T19 y de -3.3% y -2.1% respectivamente en 2019). Cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrada como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29), el ajuste NIIF 16 retrospectivo y eliminaciones.

- **Ingresos Operacionales Consolidados en 4T19** aumentaron 6.9% (incluyendo un efecto de TC de -1.7%) a \$4.32 billones y 2.8% (incluyendo un efecto de TC de -3.3%) a \$15.3 billones en 2019. **Ventas Netas** Consolidadas en 4T19 aumentaron 6.1% y totalizaron \$4.08 billones reflejando una tendencia de recuperación en Uruguay (+9.2%<sup>(1)</sup>), un sólido desempeño de Colombia (+4.9%<sup>(1)</sup>) y nivel resiliente en Argentina (+53.6%<sup>(1)</sup>) excluyendo NIIF29). Las ventas consolidadas en 2019 aumentaron 2.3% a \$1.45 billones, impulsadas por la innovación y las actividades

omnicanal y por la 40 almacenes entre aperturas, conversiones o remodelaciones en los últimos 12 meses en la región.

- **Margen bruto** en 4T19 aumentó 41 pb a 27.4% como porcentaje de los Ingresos operacionales, derivado de un sólido progreso en Colombia. La **utilidad bruta en 2019** aumentó 1.9% para un margen de 25.9% comparado con el mismo período del año anterior y reflejó las estrategias de inversión en precio en los países, parcialmente compensada por los mayores ingresos especialmente del negocio inmobiliario en Colombia y Argentina.
- **Gastos de Administración y Ventas** permanecieron bajo control y aumentaron por debajo del incremento en ventas, tanto en el 4T19 como en el año. Los gastos bajaron 39 pb en 4T19 y 40 pb en 2019 como porcentaje de los Ingresos operacionales versus los mismos períodos del año anterior. Los mejores gastos reflejaron los estrictos planes internos de control que compensaron completamente las presiones inflacionarias en la región.
- **Utilidad Operacional recurrente** aumentó 19.0% en 4T19 y el margen incrementó 80 pb a 7.9%. En 2019 el aumento fue de 6.2% para un margen de 5.0% (+16 pb) comparado con los mismos períodos del año anterior.
- **EBITDA recurrente** fue de \$470.421 millones en 4T19, y el margen aumentó 67 pb a 10.9% y aumentó 5.3% en 2019 a \$1.28 billones para un margen de 8.4%, +20 pb versus el mismo período del año 2018. Es resultado del EBITDA recurrente reflejó el control de gastos y costos que condujeron a mejorar la rentabilidad.
- **Resultado Neto atribuible a Grupo Exito** correspondió a un ingreso de \$77.121 millones en 4T19 y de \$57.602 millones en 2019.



Nota: Las diferencias en la base vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado y el efecto de tasa de cambio en la utilidad operacional de las operaciones internacionales.. Cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrada como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29) en Argentina, el ajuste NIIF 16 retrospectivo y eliminaciones.

El **Resultado neto atribuible** al Grupo Éxito reflejó principalmente una variación positiva en el desempeño operacional en Colombia y menores gastos financieros, parcialmente compensados por cargos negativos de impuesto diferido, contribución de las operacionales internacionales y el desempeño de las unidades de negocio discontinuas.

(1) Variaciones en ventas netas y mismos metros en monedas locales y ajustadas por el efecto calendario

## Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida fue \$172,3 por acción ordinaria en 4T19 y \$128,7 en 2019.

## CAPEX

- **Las inversiones consolidadas en 2019** ascendieron a \$366.368 millones en 2019 (relacionadas con Colombia, Uruguay y Argentina). Las inversiones en expansión, innovación, omnicanal y transformación digital fue del 79% en 2019. El restante fue para mantenimiento y soporte a las estructuras operacionales, actualización de TI y logística.

## Expansión Retail

- Grupo Éxito abrió 4 almacenes en 4T19 en Colombia (1 Éxito Express y 2 Carulla). La Compañía alcanzó 40 almacenes entre aperturas, conversiones y remodelaciones en la región en los últimos 12 meses.
  - Colombia: 12 Surtimayorista, 7 Éxito Wow, 2 Éxito Express, 1 Éxito y 7 Carulla FreshMarket (incluyendo 1 tienda Carulla SmartMarket).
  - Uruguay: 5 FreshMarket y 2 Devoto Express.
  - Argentina: 3 FreshMarket y 1 Mini Libertad.
- La Compañía finalizó el período con 653 almacenes de retail, geográficamente diversificadas así: 537 almacenes en Colombia, 91 en Uruguay y 25 en Argentina. Este total no incluye Aliados en Colombia. Grupo Éxito alcanzó un área total de 1.0 millones de metros cuadrados.

## Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

- Todas las propuestas de la Administración y Junta fueron aprobadas en la Asamblea General de accionistas de Marzo 27 de 2019 (1Q19)
- La propuesta de simplificación de la estructura LatAm fue revisada de acuerdo a estrictos estándares de gobierno corporativo tanto en Brasil como en Colombia y aprobado en la Asamblea Extraordinaria de accionistas realizada en septiembre 12 de 2019 (2T19-3T19)
- Dentro del marco del plan estructurado de sucesión, la Compañía anunció algunos cambios en su alta gerencia aprobados y designados por la Junta Directiva (3T19):
  - Jacky Yanovich Mizrachi – Presidente Operativo del Retail Colombia
  - Guillaume Seneclauze - VP de Ventas y Operaciones
  - José Gabriel Loaiza Herrera - VP de Negocios Internacionales y estrategia digital.
  - Irina Jaramillo Muskus – Gerente de la marca Carulla
- Grupo Éxito vendió a Casino,Guichard-Perrachon, las acciones de GPA poseídas indirectamente a través de Segisor S.A., a un precio de 113 reales por acción y recibió USD 1.161 millones en noviembre 27 de 2019. (4T19).
- La oferta pública de acciones lanzada por la subsidiaria de GPA, Sendas Distribuidora S.A., concluyó con la aceptación del 96.57% de las acciones de Almacenes Éxito S.A (4T19).

- Claudia Campillo fue nombrada como Vicepresidente de Asuntos Corporativos y Secretaria General a partir de diciembre 9 de 2019, posterior a la renuncia de Claudia Echavarría Uribe. La sra. Campillo ha estado liderando el Departamento Legal desde Enero de 2017. Es abogada de la Universidad Pontificia Bolivariana, cuenta con un MBA de la Universidad Sergio Arboleda, un posgrado en Contratos Internacionales de la Universidad Externado de Colombia y otros estudios en Alta Dirección de la Universidad de Medellín, entre otros. Antes de incorporarse a Grupo Éxito, trabajó como Directora de Proyectos en Konfirma S.A.S. y como Directora Jurídica de la Cámara de Comercio de Medellín. (4T19).
- Grupo Éxito llevó a cabo el 11º. Evento anual “Proveedores de Éxito” y reconoció a más de sus 8,000 proveedores y socios comerciales.
- La Compañía lideró las tendencias en redes sociales con el hashtag #AquíConstruimosPaís; más de 190 compañías de diversas industrias se unieron para compartir la forma como contribuyeron con el desarrollo del país.
- La Fundación Éxito dio apoyo a 64.000 niños en 2019.

## Premios y Reconocimientos

- De acuerdo con la encuesta realizada por Merco, Grupo Éxito estuvo dentro de la compañías líderes en retail de Colombia con las mejores prácticas de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social, llegando al puesto 11 en el país. (1T19).
- En la encuesta IPSOS, Grupo Éxito fue galardonado como una de las 3 marcas más influyentes en Colombia. La firma de inteligencia de mercado encuestó y analizó 100 compañías locales e internacionales operando en Colombia y encuestó a más de 2 mil personas. Los factores relevantes analizados incluyeron la confianza y reputación corporativa (1T19).
- Carulla recibió el premio como “El mejor retailer colombiano” por América retail – el portal de información y servicios para retail más grande de Latinoamérica. El reconocimiento a Carulla fue dado por un grupo de expertos en retail en el marco del “LatAm Retail CongresShop” como parte del Retail Hall of Fame 2019, basado en la innovación de marca, sostenibilidad, comercio electrónico y omnicanal (1T19)
- El ministro de Trabajo reconoció a Grupo Éxito por su compromiso con la igualdad de género (2T19).
- Grupo Éxito fue incluido en el MILA – Índice latinoamericano de mercados integrados (3Q19).
- Grupo Éxito fue incluido en el índice Dow Jones Sustainability por séptimo año consecutivo, en la categoría de Alimentos y Retail. La Compañía recibió el más alto puntaje (67 puntos) desde que fue incluida en el índice, en el puesto 9 a nivel general (desde el 12 en 2018) y con 28 puntos por encima del promedio de la industria (3T19).
- Las mejores prácticas de Relación con Inversionistas de Grupo Éxito fueron reconocidas por la BVC por séptimo año consecutivo. (4T19).
- Los centros comerciales Viva Malls fueron reconocidos por el Consejo Internacional de SC- ICSC con 5 premios: Oro por el Nuevo Desarrollo a Viva Tunja y 2 Oro por Tecnología Digital Emergente y Nuevos Desarrollos y 2 reconocimientos Plata en la categoría Gran Apertura, Reformas y remodelaciones y pro Promoción de ventas y eventos” a Viva Envigado (4T19).

## Actividades comerciales

- La marca Éxito celebró su aniversario 70 (1T19).
- Actividades comerciales realizadas a lo largo del año:
  - ✓ “De regreso a clase con Éxito” (1T19), la promoción mejoró la rentabilidad con descuentos puntuales y oferta de productos exclusivos.
  - ✓ “Aniversario Éxito” (1T19), con 57 almacenes abiertos 24 horas en 15 ciudades y con descuentos hasta del 70%.
  - ✓ “Éxito Megaprima” (2T-3T19), el cual registró 7.4 millones de tiquetes y crecimiento en ventas doble dígito bajo, comparado con las ventas del año anterior.
  - ✓ “Días de Precios Especiales Éxito” (3T19), aumentó el ticket promedio en 12.4% y reportó 9.3 millones de transacciones.
  - ✓ “Blackdays” (4T19) en Éxito y Carulla, mejoró sólidamente sus resultados. Las órdenes on-line aumentaron 63%, las visitas 61% y las ventas en las tiendas un 48% en promedio versus el mismo evento del año anterior.
- La Compañía adicionalmente realizó:
  - ✓ La 5ta versión anual de “Carulla es Café” en Medellín (2T19), con 19.000 visitantes (+60% vs 2018) quienes disfrutaron de más de 31 mil tazas de 40 diferentes clases de café. La 9a versión se llevó a cabo en Bogotá (3T19) y a los visitantes se les ofreció 43 mil tazas de café.
  - ✓ El 3er evento anual “Carulla es Saludable” en Bogotá (2T19) y en Medellín (3T19) tuvo representantes de Guilde International des Fromagers (France), Confrérie du Gruyère (Swiss) and Cofradía Internacional de Quesos (Chile) quienes ofrecieron más de 1.500 productos de 150 marcas a 25 mil visitantes.
  - ✓ La novena versión del “Salón del Queso” en Bogotá (2T19) y en Medellín (3T19), tuvo representación de 300 referencias de queso y más de 3,000 kilos de productos fueron ofrecidos a los visitantes.
  - ✓ La 14a feria “Expovinos” en Bogotá (3T19) fue la oportunidad para lanzar la aplicación “recomendador del vino”
  - ✓ “Expocervezas” en Bogotá (4T19), se convirtió en la mayor exhibición de cervezas en el país, con más de 12 mil visitantes quienes impulsaron un crecimiento de las ventas del 19% comparado con el evento del año anterior. .

## Eventos posteriores al cierre

- La nueva lista de miembros de Junta Directiva para el período 2020-2022, fue aprobada en la Asamblea Extraordinaria de accionistas realizada en enero 23 de 2020, así
  - Miembros patrimoniales: Ronaldo Iabradi dos Santos Pereira, Peter Paul Estermann, Christophe José Hidalgo, Rafael Russowsky, Bernard Petit and Philippe Alarcon.
  - Miembros independientes: Luis Fernando Alarcón Mantilla (Presidente de la Junta), Felipe Ayerbe Muñoz y Ana María Ibáñez Londoño.
- La Junta Directiva y el Presidente de la Compañía aceptaron la renuncia de Manfred H. Gartz Moisés, Vicepresidente Financiero, quien ocupaba el cargo desde septiembre 1 de 2016. Ellos agradecieron al Sr. Gartz por su contribución en la consolidación del equipo de la vicepresidencia financiera, el fortalecimiento de procesos con una visión integral del negocio, y por su participación en las definiciones estratégicas. Al mismo tiempo, reconocieron su liderazgo, visión estratégica, conocimientos y habilidad para promover importantes proyectos para el Grupo, tales como: la creación y definición estratégica del vehículo inmobiliario Viva Malls y del programa de fidelización Puntos Colombia, la consolidación del sistema de control del negocio y de las subsidiarias en el exterior, así como de las definiciones

financieras estratégicas del Grupo, entre otras. En su reemplazo temporal se designó al Sr. Jairo Medina como VP financiero interino.

Como Vicepresidente Financiero fue nombrado el Sr. Ruy Souza, quien ha trabajado como VP financiero en Multivarejo desde octubre de 2019. El Sr. Souza trabajó en Multivarejo desde 2016 donde ocupó varios cargos, incluyendo Director Financiero y Director financiero de control. Antes de ingresar a Multivarejo fue consultor en varias compañías de diversas industrias, en proyectos financieros destinados al manejo de presupuestos, la reducción de costos y otros enfocados en mejoramiento y optimización de procesos. El Sr. Souza es Ingeniero Industrial de la Universidad de Sao Paulo y cuenta con una Maestría en procesos y gerencia de operaciones. La Junta Directiva y el Presidente le dieron una calurosa bienvenida al Sr. Ruy, quien inició en Febrero 17 de 2020, reconociendo que sus conocimientos en el retail, junto con su experiencia en procesos financieros y de control, serán muy importantes para el crecimiento del Grupo.

## II. Desempeño financiero y operacional por país

### Colombia

En 2019, el ambiente macro y los índices de consumo en Colombia reflejaron una mejora. La tasa de intervención permaneció estable en 4.25% (el mismo nivel de 2018), el desempleo se redujo a 9.5% (vs 9.7% en 4T18) y el PIB creció 3.3%. La inflación aumentó a 3.8% (vs 3.18% en 2018, la inflación de alimentos llegó a 5.8% desde 2.43%), sin embargo, estuvo dentro del rango esperado por el Banco de la República. El índice de confianza del consumidor mejoró su tendencia en 4T19 y se contrajo 9.5% el cual se compara con el nivel negativo de 10.7% registrado en 3T19, sin embargo, el índice es más negativo al compararlo con la contracción del 8.3% vista en 4T18. En medio de este ambiente, las ventas retail excluyendo vehículos y gasolina continuaron con una tendencia de recuperación y reportaron un crecimiento del 9.35% durante el 4T19 el cual se compara con el 5.8% del mismo período del año anterior.

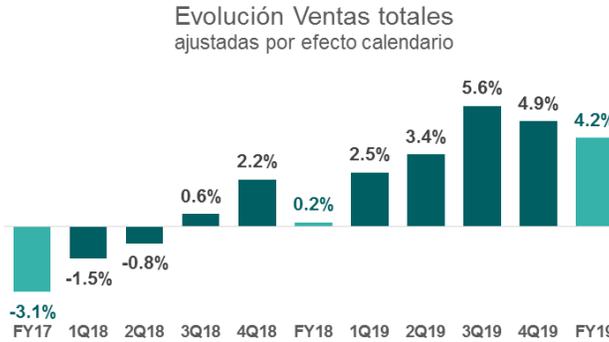
### Ventas Netas y mismos metros en Colombia

	4T19					12M19				
	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI (2)	B2B & Otros (3)	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI (2)	B2B & Otros (3)
<b>Variaciones</b>										
<b>VMM</b>	4.6%	5.1%	1.5%	0.0%	15.4%	3.9%	4.8%	1.5%	-4.7%	19.2%
<b>Total</b>	4.9%	5.2%	2.0%	-1.4%	20.9%	4.0%	5.3%	2.2%	-6.9%	18.1%
<b>VMM ex EC<sup>(1)</sup></b>	4.6%	5.2%	1.5%	0.1%	15.4%	4.0%	4.9%	1.5%	-4.6%	19.2%
<b>Total ex EC<sup>(1)</sup></b>	4.9%	5.2%	2.0%	-1.4%	20.9%	4.2%	5.5%	2.2%	-6.8%	18.1%
<b>Total MCOP</b>	3,106,881	2,172,099	430,755	311,422	192,605	11,029,843	7,644,593	1,552,076	1,200,891	632,283

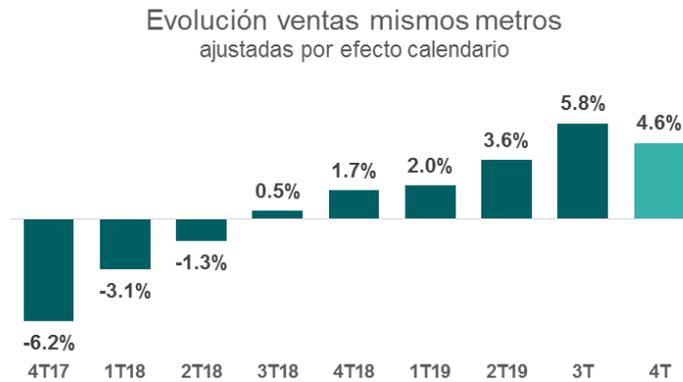
Nota: El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito y sus subsidiarias en el país. (1) Variaciones en Colombia de ventas netas y mismos metros incluyen el efecto de conversiones y el ajuste del efecto calendario de -0.05% en 4T19 y -0.13% en 2019. (2) SM & SI: Surtimax y Super Inter. (3) B2B & Otros: Incluye las ventas de Surtimayorista, Aliados, Institucionales y terceros y la venta de los inmuebles de proyectos en desarrollo Copacabana por COP11.000 M en 1T19 y Montevideo por \$15.000 M en 4T19.

En 4T19, Grupo Éxito Colombia registró un crecimiento de **Ventas Netas** de 4.9%<sup>(1)</sup>, a \$3,1 billones, confirmando la tendencia positiva vista en los últimos ocho trimestres. La evolución de las ventas netas y el crecimiento estuvieron por encima de la inflación, derivado de un sólido desempeño de los formatos innovadores Wow, FreshMarket y Surtimayorista, los cuales representaron 2.5% del 4.9% del crecimiento total (incluyendo el efecto calendario). Adicionalmente, las ventas netas se beneficiaron de un fuerte crecimiento del omnicanal (+20.4%) y el fortalecimiento de la transformación digital. Las ventas trimestrales también fueron apalancadas por la categoría de no alimentos que ganó una participación de 130 pb, alcanzando 33.2% en 4T19, principalmente por una mayor mezcla de la categoría de electrónica.

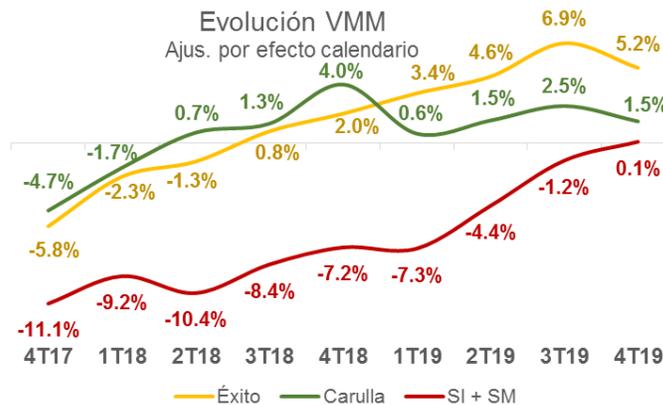
En 2019, las **ventas netas** en el país aumentaron 4.2%<sup>(1)</sup> para un total de \$11,03 billones, siendo el mejor resultado en los últimos tres años. El sólido desempeño estuvo por encima de inflación y se explica por: (i) una exitosa estrategia de negocio impulsada por la innovación, (ii) un gran aumento en ventas del omnicanal (+37%), (iii) una nueva forma de comprar que se da como resultado de una gran propuesta comercial y (iv) las aperturas, conversiones y remodelaciones de 29 almacenes en los últimos 12 meses. Colombia contribuyó con el 76% de las ventas anuales consolidadas.



- Ventas mismos metros (VMM)** en Colombia aumentaron 4.6%<sup>(1)</sup> en **4T19**, principalmente por la exitosa y consistente estrategia de innovación y el sólido nivel de aumento en ventas mismos metros del segmento Éxito (+5.2%<sup>(1)</sup>). Las VMM crecieron 4.0%<sup>(1)</sup> en 2019. Este resultado en Colombia reflejo la mejora en tráfico impulsado por el foco estratégico de la Compañía en la innovación y la transformación digital.



## Ventas Netas y mismos metros Colombia – Por segmento



1) Variaciones en Colombia de ventas netas y mismos metros incluyen el efecto de conversiones y el ajuste del efecto calendario de -0.05% en 4T19 y -0.13% en 2019. (2) SM & SI: Surtimax y Super Inter. (3) B2B & Otros: Incluye ventas de Surtimayorista, Aliados, Institucionales y terceros y la venta de los inmuebles de proyectos en desarrollo, Copacabana por COP11.000 M en 1T19 y Montevideo por \$15.000 M en 4T19

- **Éxito** representó aproximadamente el 70.0% de la mezcla de ventas en Colombia y registró un incremento en ventas del 5.2%<sup>(1)</sup> en 4T19 y de 5.5%<sup>(1)</sup> en 2019. Éxito continuó como el segmento de mejor desempeño en 2019 con un aumento en VMM por sexto trimestre consecutivo, alcanzando 5.2%<sup>(1)</sup> en 4T19 y 4.9%<sup>(1)</sup> en 2019. La marca aumentó ventas en todas las regiones, doble dígito en Medellín y Cali en 4T19 y en Santander, Boyacá y Cali en 2019. La categoría de no alimentos creció fuertemente durante el trimestre (+127 pb), especialmente electrónica (doble dígito medio), impulsado por eventos comerciales “Días de Precios Especiales”, Black Friday y la temporada de Navidad.
- En 4T19, la marca Éxito se expandió con la apertura de 1 Éxito Express abierto en la ciudad de Santa Marta (79 tiendas en total en el año) así como el modelo Éxito Wow fue implementado en una tienda de la ciudad de Cali. El modelo Éxito Wow totalizó 9 tiendas en 2019 y está presente en Bogotá, Medellín, Cali, Santander, Boyacá, Costa Atlántica y Cali. Estas tiendas aumentaron ventas 9.1% en 4T19 y 13.4% en 2019 y representaron el 17.5% de la participación en ventas de la marca en el 4T19 (+100 pb vs 3T19) y en 2019.
- **Carulla** representó cerca del 14.0% de las ventas en Colombia, tanto en el 4T19 como en 2019. La marca aumentó ventas 2.0%<sup>(1)</sup> y 2.2%<sup>(1)</sup>, en 4T19 y en 2019 respectivamente y VMM de 1.5%<sup>(1)</sup> en ambos periodos. Se destaca el crecimiento de las ventas doble dígito de Carulla en la región del eje cafetero y el sólido desempeño en Cali, tanto en el 4T19 como en el año. En 2019, la categoría de frescos fue la de mejor desempeño, beneficiada por la implementación del modelo Fresh Market en 4 tiendas en 4T19 para un total de 13 tiendas a finales del año. Carulla FreshMarket está presente en Bogotá, Medellín y Cali y las tiendas aumentaron sus ventas 8.2% en 4T19 y en 12.7% en 2019 con una participación del 24.4% en las ventas de la marca en 4T19 (+701 pb vs 3T19) y del 17.0% en 2019.

La innovación continua en Grupo Éxito y la Compañía lanzó un piloto de un nuevo modelo en Bogotá, “Carulla SmartMarket”, contabilizada dentro del modelo FreshMarket. Este nuevo modelo incluye más de 20 experiencias tecnológicas para mejorar la experiencia del cliente, tales como pago con smartphone, cajas de pago vía reconocimiento facial, un asistente virtual y realidad aumentada, lo cual se espera que cambie la experiencia de compra en Colombia.

- **El segmento de bajo costo** correspondiente a Super Inter y Surtimax, representó 10.0% de las ventas en Colombia en 4T19 y 11.0% en 2019. El segmento experimentó una disminución de ventas netas en 4T19 de 1.4%<sup>(1)</sup> (con una mejora de 380 pb versus 3T19) y de 6.8%<sup>(1)</sup> en 2019 (una mejora de 180 pb versus 2018). En términos de VMM <sup>1)</sup> registró un resultado positivo por primera vez en ocho trimestres (+130 pb versus 3T19; +730 pb versus 4T18). En 2019, VMM mostraron una recuperación de 195 pb (ajustadas por efecto calendario) comparado con 2018, como resultado de la implementación de los procesos de remodelación y el plan de conversiones a tiendas Cash & Carry, así como por una propuesta comercial sólida, la implementación de los planes de productividad y el foco en la marca propia que compensó el efecto de un ambiente competitivo más retador en este mercado.
- **B2B y Otros** <sup>(3)</sup> representó aproximadamente 6.0% de las ventas en Colombia durante el 4T19 y en 2019. Las ventas netas en este segmento aumentaron 20.9% durante el trimestre y 18.1% en 2019. En términos de VMM, el segmento creció 15.4% y 19.2%, respectivamente en 4T19 y 2019. Las ventas totales se beneficiaron del desempeño de la marca Surtimayorista, la cual incrementó ventas totales y mismos metros en 15.4% en 4T19 y para el año fue de 17.8% y 19.2% en VMM. El formato Cash & Carry se expandió con 12 almacenes abiertos en los últimos doce meses por conversiones, totalizando la meta del año de 30 tiendas. Surtimayorista continuó registrando margen EBITDA positivo y aumentó la participación en las ventas de Colombia a 4.3% en 4T19 y a 4.0% en 2019 (+121 pb vs 2018).

## Desempeño operacional en Colombia

en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	3,106,881	2,962,730	4.9%	11,029,843	10,603,611	4.0%
Otros Ingresos Operacionales	223,816	180,524	24.0%	721,586	607,791	18.7%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,330,697</b>	<b>3,143,254</b>	<b>6.0%</b>	<b>11,751,429</b>	<b>11,211,402</b>	<b>4.8%</b>
Costo de Ventas	(2,467,081)	(2,350,165)	5.0%	(8,937,530)	(8,531,221)	4.8%
Costo Depreciación y Amortización	(14,788)	(13,112)	12.8%	(56,049)	(50,000)	12.1%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>848,828</b>	<b>779,977</b>	<b>8.8%</b>	<b>2,757,850</b>	<b>2,630,181</b>	<b>4.9%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>24.8%</i>	<i>67 bps</i>	<i>23.5%</i>	<i>23.5%</i>	<i>1 bps</i>
Gastos O&AV	(474,885)	(454,405)	4.5%	(1,806,432)	(1,746,574)	3.4%
Gasto Depreciación y Amortización	(97,903)	(98,960)	(1.1%)	(390,683)	(380,603)	2.6%
<b>Total Gastos</b>	<b>(572,788)</b>	<b>(553,365)</b>	<b>3.5%</b>	<b>(2,197,115)</b>	<b>(2,127,177)</b>	<b>3.3%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>17.2%</i>	<i>17.6%</i>	<i>(41) bps</i>	<i>18.7%</i>	<i>19.0%</i>	<i>(28) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>276,040</b>	<b>226,612</b>	<b>21.8%</b>	<b>560,735</b>	<b>503,004</b>	<b>11.5%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>8.3%</i>	<i>7.2%</i>	<i>N/A</i>	<i>4.8%</i>	<i>4.5%</i>	<i>29 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(43,317)	(22,103)	96.0%	(77,273)	(73,080)	5.7%
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>232,723</b>	<b>204,509</b>	<b>13.8%</b>	<b>483,462</b>	<b>429,924</b>	<b>12.5%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>7.0%</i>	<i>6.5%</i>	<i>48 bps</i>	<i>4.1%</i>	<i>3.8%</i>	<i>28 bps</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(140,984)</b>	<b>(111,866)</b>	<b>26.0%</b>	<b>(448,396)</b>	<b>(469,019)</b>	<b>(4.4%)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>388,731</b>	<b>338,684</b>	<b>14.8%</b>	<b>1,007,467</b>	<b>933,607</b>	<b>7.9%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>11.7%</i>	<i>10.8%</i>	<i>90 bps</i>	<i>8.6%</i>	<i>8.3%</i>	<i>25 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 4T18 vs lo reportado en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado y a la reclasificación del gasto al costo del personal y otros conceptos asociados a los procesos de producción de alimentos. Las variaciones en ventas netas en Colombia y VMM incluyeron el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.05% en 4T19 y de -0.13% en 2019. El margen EBITDA recurrente excluyendo NIIF16, aumentó 101 pb en 4T a 9.6% y 31 pb a 6.3% en 2019.

- **Ingresos Operacionales** continuaron con la tendencia de mejora vista desde 2018 y aumentaron 6.0% en 4T19 y 4.8% en 2019, impulsados por las ventas que se beneficiaron del incremento en el tráfico por las actividades de innovación y la contribución del omnicanal (+20.4% en 4T19 y 37% en 2019). Los **Otros Ingresos Operacionales** crecieron doble dígito en ambos períodos debido principalmente a los negocios inmobiliario, financiero y de viajes. El inmobiliario representó 1/3 de los otros ingresos con un aumento del 47.0% en 2019, apalancado en los ingresos de los centros comerciales Viva Envigado y Tunja. El negocio financiero con Tuya también contribuyó con un aumento del 26.5% y el de viajes con un 31.3% en 2019.
- **Margen bruto** en 4T19 ganó 67 pb a 25.5% y 1 pb a 23.5% en 2019 versus el mismo período del año anterior. El desempeño del margen en 4T19 se benefició de la venta del proyecto inmobiliario en desarrollo Montevideo por \$15.000 millones el cual contribuyó en gran medida al aumento de la participación de categoría de no alimentos en la mezcla de ventas (+127 pb) y la inversión en precio. Durante 2019, el margen bruto incluyó el ajuste relacionado con la reclasificación del gasto al costo en ambas bases, en términos de personal y otros conceptos asociados a la producción de alimentos.
- **EBITDA recurrente** aumentó 14.8% y ganó 90 pb en 4T19, alcanzando un margen de 11.7%; en 2019, aumentó 7.9% y ganó 25 pb para un margen de 8.6%. La Compañía se enfocó en aumentar los gastos por debajo del aumento de la inflación en 2019, implementando eficiencias internas y a pesar de la presión inflacionaria en salarios y servicios públicos.

## Omnicanalidad, innovación y transformación digital en Colombia en 2019

### Omnicanal

Las ventas del Omnicanal en 2019 representaron 4.5% del total de ventas en Colombia (+110 pb vs 2018) y aumentaron 37.0% a cerca de \$502.000 M. Las entregas totales del omnicanal en 2019 fueron de 4,349,000 (+56% vs 2018).

- **E-commerce:** exito.com y carulla.com aumentaron ventas un 17.0% en 2019. Grupo Éxito es el líder del Mercado en Colombia con más de 86 millones de visitas y 441,000 órdenes por año (vs 61 millones y 379,000 en 2018).
- **Marketplace:** En 2019, el Marketplace alcanzó 1,100 vendedores y la unidad de negocio creció 29.4% en VBM - Gross Merchandise Value (GMV) por sus siglas en inglés.
- **Última milla y Domicilios:** Disponible para los clientes Carulla y Éxito, aumentó los despachos en 56% en 2019, beneficiado por la alianza con el líder de la última milla, Rappi, el cual garantizó domicilios en menos de 35 minutos.
- **Catálogos digitales:** dispositivos disponibles en 190 tiendas en Colombia. Las órdenes aumentaron 41.8% y las ventas 42.0% en 2019, facilitando la experiencia de compra a los clientes.
- **Click & Collect:** Registró un aumento del 25% en las órdenes en 2019 y el servicio está disponible para productos de no alimentos en 254 tiendas.

### Innovación

- **Éxito Wow:** El primer modelo fue lanzado en 2018, en 2019 está presente en 9 de las tiendas más representativas en términos de ventas en Bogotá, Medellín, Cali, Santander, Boyacá, Costa Atlántica y Cali. Esta tiendas aumentaron sus ventas 13.4% en 2019 y representaron un 17.5% de participación de las ventas de la marca.
- **Carulla FreshMarket:** Este modelo está presente en 13 tiendas en 2019. Carulla FreshMarket aumentó ventas en 12.7% en 2019 y representó el 17.0% de las ventas de la marcas.
- **Cash & Carry:** La Compañía abrió 12 tiendas Surtimayorista en 2019 (por conversiones) y la marca alcanzó el objetivo anunciado de las 30 tiendas para fin de año. Las ventas de Surtimayorista aumentaron 17.8% y representaron el 4.0% de las ventas de Colombia en 2019 (vs 2.8% en 2018). Surtimayorista ya está presente en la Costa Atlántica y en Bogotá; la marca registró sólidas ventas después de las conversiones y mejoró los retornos debido a menores costos de operación y optimización del CAPEX. El formato cuenta con un margen EBITDA rentable desde el año 1 el cual se compara con la expansión no rentable de los discounters en Colombia.
- **Marca propia:** Grupo Éxito continuó posicionando la marca “Frescampo” para garantizar el menor precio disponible con alta calidad. Frescampo busca competir dentro del mercado de bajo costo. La Compañía también está posicionando a “Taeq” la cual sus ventas un 25% en 2019 y ya está dentro de las cuatro marcas saludables más importantes en Colombia. La marca propia tiene una participación doble dígito medio en las ventas de Colombia en 2019.

### Transformación Digital

- **Aplicaciones (Apps):** Las aplicaciones Éxito y Carulla fueron relanzadas en 1T19, y alcanzaron cerca de 1.9 M de descargas en 2019. El promedio por tiquete es de 2x comparado con las tiendas y más de 690.000 clientes han activado el uso de “Mi Descuento”.

- **Start-ups:** La Compañía tiene una alianza estratégica con Rappi para mejorar el servicio de entrega y está trabajando con diversas start-ups con el fin de optimizar el servicio, las actividades operacionales y el soporte.
- En Colombia, la Compañía continuó implementando desarrollos para eliminar la fricción, el servicio al cliente, la analítica de datos, logística y cadena de abastecimiento y administración de Recursos Humanos de acuerdo a la estrategia establecida para el periodo 2020-2022.

## Mejores prácticas e Integración

### Monetización de activos:

**Negocio Inmobiliario:** Optimización de los activos de retail para mejorar los retornos de la Compañía y fortalecer el vehículo “Viva Malls”. Los ingresos de este negocio crecieron 47.0% en 2019, beneficiados por la apertura en 2018 de Viva Tunja y Viva Envigado (el centro comercial con el más alto tráfico en Medellín)

Grupo Éxito	Viva Malls
Total área arrendable -GLA <sup>(1,2)</sup> = 758k m2	✓ 18 activos
✓ 568 mil m2 en Viva Malls	✓ Total área arrendable - GLA <sup>(2)</sup> de 568.000 m2
✓ 190 mil m2 en otras áreas comerciales en las tiendas	✓ Valor comercial de \$2.2 B <sup>(3)</sup>
	✓ Grupo Éxito 51% part, FIC 49%

(1) GLA: Área bruta arrendable. (2) Cifras a 2019. (3) Cifras a 2018

- **Monetización del tráfico:** para impulsar el crecimiento por medio del aprovechamiento de actividades a través del desarrollo de:
  - Programa de fidelización – Puntos Colombia:
    - ✓ Alianza con Grupo Bancolombia.
    - ✓ Lanzado en Agosto de 2018.
    - ✓ El ecosistema de emisión y redención de puntos más grande de Colombia.
    - ✓ 3.5 millones con habeas data a 2019.
    - ✓ 237 millones de transacciones, 75 aliados de primera línea a 2019.
    - ✓ Tasa de redención aumentó 77% en las marcas del Grupo Éxito en 2019 vs 2018.
  - Negocios complementarios: desarrollo de alianzas con líderes de la industria de diversos sectores para ofrecer servicios adicionales a nuestros clientes.
    - ✓ Retail financiero
    - ✓ Viajes
    - ✓ Seguros
    - ✓ Telefonía móvil
    - ✓ Corresponsal no bancario
- **Excelencia Operacional:** ejecución del programa para mantener los GA&V creciendo por debajo de la inflación, con enfoque en:
  - ✓ Logística y cadena de abastecimiento, mejorando la operación al configurar las tiendas y las trastiendas para dar soporte a las actividades omnicanal y a los planes de administración de inventarios.
  - ✓ Esquemas de productividad: revisión de los diversos procesos y estructuras a través de las diferentes Unidades de negocio.
  - ✓ Compra conjunta: de alimentos y no alimentos para ahorrar costos.
  - ✓ Soporte: oportunidades para optimizar y centralizar los diversos procesos

## Uruguay

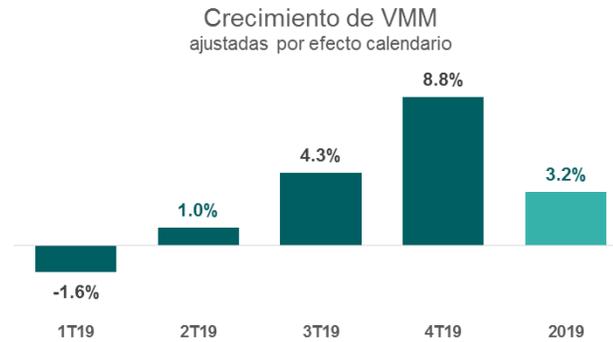
en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	699,028	681,479	2.6%	2,554,885	2,544,430	0.4%
Otros Ingresos Operacionales	7,871	8,781	(10.4%)	25,290	26,878	(5.9%)
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>706,899</b>	<b>690,260</b>	<b>2.4%</b>	<b>2,580,175</b>	<b>2,571,308</b>	<b>0.3%</b>
Costo de Ventas	(471,509)	(459,109)	2.7%	(1,704,905)	(1,699,659)	0.3%
Costo Depreciación y Amortización	(1,364)	(757)	80.2%	(5,410)	(3,032)	78.4%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>234,026</b>	<b>230,394</b>	<b>1.6%</b>	<b>869,860</b>	<b>868,617</b>	<b>0.1%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.1%</i>	<i>33.4%</i>	<i>(27) bps</i>	<i>33.7%</i>	<i>33.8%</i>	<i>(7) bps</i>
Gastos O&AV	(173,685)	(173,098)	0.3%	(637,206)	(636,160)	0.2%
Gasto Depreciación y Amortización	(11,443)	(12,038)	(4.9%)	(45,203)	(46,152)	(2.1%)
<b>Total Gastos</b>	<b>(185,128)</b>	<b>(185,136)</b>	<b>(0.0%)</b>	<b>(682,409)</b>	<b>(682,312)</b>	<b>0.0%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>26.2%</i>	<i>26.8%</i>	<i>(63) bps</i>	<i>26.4%</i>	<i>26.5%</i>	<i>(9) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>48,898</b>	<b>45,258</b>	<b>8.0%</b>	<b>187,451</b>	<b>186,305</b>	<b>0.6%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>6.9%</i>	<i>6.6%</i>	<i>36 bps</i>	<i>7.3%</i>	<i>7.2%</i>	<i>2 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(12,638)	(7,652)	65.2%	(15,371)	(8,186)	87.8%
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>36,260</b>	<b>37,606</b>	<b>(3.6%)</b>	<b>172,080</b>	<b>178,119</b>	<b>(3.4%)</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>5.1%</i>	<i>5.4%</i>	<i>(32) bps</i>	<i>6.7%</i>	<i>6.9%</i>	<i>(26) bps</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(2,943)</b>	<b>(359)</b>	<b>N/A</b>	<b>(10,830)</b>	<b>(14,153)</b>	<b>(23.5%)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>61,705</b>	<b>58,053</b>	<b>6.3%</b>	<b>238,064</b>	<b>235,489</b>	<b>1.1%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.7%</i>	<i>8.4%</i>	<i>32 bps</i>	<i>9.2%</i>	<i>9.2%</i>	<i>7 bps</i>

Nota: Las diferencias en la base vs la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado. Cifras en COP incluye el efecto de TC de -6.4% in 4T19 y de -3.5% en 2019. (1) Ventas Netas y mismos metros incluyen el ajuste del efecto calendario de 0.2% tanto en 4T19 como en 2019.

## Venta Netas totales y mismos metros en Uruguay

- En Uruguay, las variables macroeconómicas clave continuaron afectadas durante 2019. La inflación permaneció alta y llegó a 8.8% para fin de año (+100 pb vs 3T19; +83 pb vs 2018); la inflación de alimentos también alcanzó 14.2% en 2019, un fuerte incremento versus el 8.7% registrado en 3T19 y el 6.8% visto a finales de 2018. El desempleo a 4T19 también continuó alto llegando a 8.5% comparado con el 8.4% registrado en el mismo período del año anterior. La tasa repo permaneció estable en 9.25%, el mismo nivel desde 2017. El ambiente de consumo de Uruguay estuvo afectado durante el año, especialmente en el primer trimestre, cuando se vio fuertemente afectada por la crisis económica en Argentina.

**Las ventas netas y mismos metros** en Uruguay en 4T19, aumentaron 9.2%<sup>(2)</sup> y 8.8%<sup>(2)</sup>, respectivamente, versus el mismo período del año anterior y mejoraron la tendencia vista en 2019, cuando aumentaron 3.7%<sup>(2)</sup> y 3.2%<sup>(2)</sup>, respectivamente comparado con 2018. Uruguay contribuyó con el 18% de las ventas consolidadas anuales. Los niveles vistos a lo largo de 2019 mostraron una clara ruptura de la tendencia desde el 2T19 (1.9% ventas netas y 1.0% VMM) desde el resultado negativo del 1T19, derivado de la fuerte desaceleración económica y devaluación en Argentina. En 4T19 todas las marcas mostraron sólidos resultados de VMM, impulsadas por las actividades comerciales tales como “Aniversario Disco”, “Todo a \$19”, y “Cybertunes” así como por el beneficio del inicio de la temporada turística 2020.



- La mezcla de ventas de alimentos en Uruguay aumentó 10.4% a 86.3% en 4T19, debido principalmente al aumento doble dígito medio de la categoría frescos y alcanzó 87% en 2019 al crecer esta misma categoría a un dígito, impulsada por el modelo FreshMarket implementado. En Noviembre, la tienda FreshMarket Devoto Suarez abrió sus puertas, siendo esta la quinta tienda de este modelo en ser renovada in 2019. El modelo totalizó 17 tiendas en el país en 2019, contribuyendo con el 40% del total de las ventas y alcanzó un crecimiento de 4.7% en 2019 (vs. 3.3% de las tiendas no renovadas). Otros 2 Devoto Express abrieron en 2019.
- El fortalecimiento del comercio electrónico con la adquisición de una nueva plataforma de soporte para las aplicaciones, también contribuyó al incremento de las ventas. Adicionalmente, la Compañía fortaleció el servicio de la última milla con la alianza con “Pedidos Ya”, el cual está disponible en 28 tiendas y alcanzó 58.9 mil órdenes durante el año. La participación de las ventas omnicanal fue del 2.3%, +13% pb vs 2018. Grupo Disco también lanzó “Hipermas” una tarjeta de crédito en alianza con el banco Santander, la cual ya alcanzó el 1% de penetración.

## Desempeño operacional en Uruguay

- Los resultados de Uruguay en pesos colombianos incluyeron un efecto de tasa de cambio de -6.4% y -3.5% en 4T19 y 2019, respectivamente.
- Ingresos operacionales** aumentaron 2.4% en 4T19 y en 0.3% en 2019, impulsadas principalmente por el desempeño de la categoría de alimentos especialmente por las tiendas FreshMarket.
- Margen bruto** en 4T19 fue 33.1% y 33.7% en 2019, reflejando un crecimiento en la utilidad bruta por debajo de las ventas a pesar de una intensa actividad promocional durante todo el año.
- EBITDA recurrente** aumentó 6.3% para un margen de 8.7% en 4T19, como porcentaje de los ingresos operacionales y ganó 7 pb a 9.2% en 2019 comparado con los mismos períodos del año anterior. Los gastos de administración y ventas en moneda local aumentaron en 2019 por debajo de la inflación (3.6% vs 8.8%) por los esfuerzos internos y menores gastos principalmente relacionados con actividades de marketing.

## Argentina

en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	276,875	205,971	34.4%	925,062	1,036,864	(10.8%)
Otros Ingresos Operacionales	13,363	12,115	10.3%	45,752	63,609	(28.1%)
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>290,238</b>	<b>218,086</b>	<b>33.1%</b>	<b>970,814</b>	<b>1,100,473</b>	<b>(11.8%)</b>
Costo de Ventas	(187,905)	(136,705)	37.5%	(640,674)	(715,162)	(10.4%)
Costo Depreciación y Amortización	(79)	(52)	51.9%	(287)	(212)	35.4%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>102,254</b>	<b>81,329</b>	<b>25.7%</b>	<b>329,853</b>	<b>385,099</b>	<b>(14.3%)</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>35.2%</i>	<i>37.3%</i>	<i>N/A</i>	<i>34.0%</i>	<i>35.0%</i>	<i>N/A</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(86,995)</b>	<b>(67,278)</b>	<b>29.3%</b>	<b>(310,611)</b>	<b>(351,630)</b>	<b>(11.7%)</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>30.0%</i>	<i>30.8%</i>	<i>(88) bps</i>	<i>32.0%</i>	<i>32.0%</i>	<i>4 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>15,259</b>	<b>14,051</b>	<b>8.6%</b>	<b>19,242</b>	<b>33,469</b>	<b>(42.5%)</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>5.3%</i>	<i>6.4%</i>	<i>N/A</i>	<i>2.0%</i>	<i>3.0%</i>	<i>N/A</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	916	(2,453)	N/A	(679)	13,183	N/A
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>16,175</b>	<b>11,598</b>	<b>39.5%</b>	<b>18,563</b>	<b>46,652</b>	<b>(60.2%)</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>5.6%</i>	<i>5.3%</i>	<i>25 bps</i>	<i>1.9%</i>	<i>4.2%</i>	<i>N/A</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>662</b>	<b>(34,193)</b>	<b>N/A</b>	<b>(33,622)</b>	<b>(69,920)</b>	<b>(51.9%)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>19,935</b>	<b>16,470</b>	<b>21.0%</b>	<b>34,172</b>	<b>46,102</b>	<b>(25.9%)</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.9%</i>	<i>7.6%</i>	<i>(68) bps</i>	<i>3.5%</i>	<i>4.2%</i>	<i>(67) bps</i>

Nota: Las diferencias en la base vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado. Incluye el ajuste hiperinflacionario (NIIF 29) y el efecto de tasa de cambio de -11.5% en 4T19 y de -36.4% en 2019 calculado con la tasa cierre. Según CAME, las ventas retail argentinas se contrajeron 11.6% en 2019. (1) En moneda local y excluyendo el ajuste hiperinflacionario y el efecto calendario

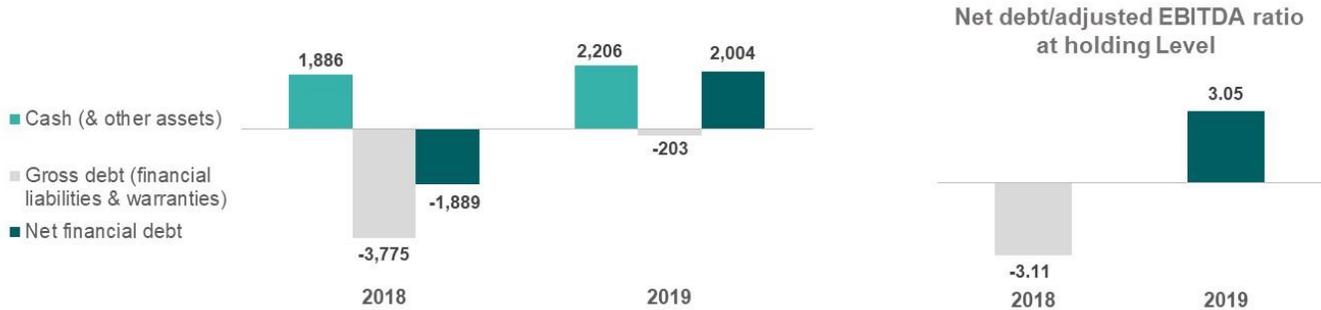
## Ventas Netas y mismos metros en Argentina

- El ambiente macroeconómico en Argentina en 2019 mostró una tendencia negativa en variables clave. La inflación alcanzó el 54% comparada con el 47.9% de 2018 mientras que la inflación de alimentos finalizó levemente por debajo al 53.7%. El desempleo también aumentó a 9.7% a septiembre vs el 9.1% del 2018, mientras que la tasa repo disminuyó a 45% desde el 69% del trimestre inmediatamente anterior. Las ventas retail continuaron afectadas y contraídas en 11.6% a diciembre de 2019 (según CAME), sin embargo, registró una leve mejora vs el -12.8% alcanzado a septiembre de 2019.
- En medio de este ambiente macro, Libertad mejoró sus tendencia de ventas y contribuyó con el 6% de las ventas consolidadas del grupo. Las Ventas netas aumentaron 51.8% (53.6% excluyendo NIIF29) y las VMM aumentaron en línea con la inflación a un 54.0% en moneda local durante el trimestre. A pesar de la contracción en las ventas retail del país, las de Libertad fueron impulsadas por el crecimiento del 64.2% de la categoría de no alimentos (excluyendo NIIF29), la cual aumentó la participación al 23.0%. El formato hipermercado lideró el crecimiento con las categorías de hogar y electrónica, beneficiadas por una intensa actividad promocional. Los ingresos operacionales se beneficiaron de la aceleración del consumo en torno a las elecciones, eventos comerciales del día de la Madre y el efecto positivo del inicio de la temporada de verano. De igual forma, actividades comerciales tales como “ofertas arrasadoras” y “Todo X” entre otras, también contribuyeron al desempeño de las ventas.
- En 2019, las ventas netas aumentaron 40.2% (40.9% excluyendo NIIF29) y las VMM un 41.4% en moneda local, impulsadas por las actividades comerciales, el concepto FreshMarket implementado en 3 tiendas y la apertura de 3 Mini Libertad en el año.

## Desempeño operacional en Argentina

- El desempeño de Libertad en pesos colombianos registró un -11.5% y -36.4% de efecto de tasa de cambio en 4T19 y 2019, respectivamente e incluyó el ajuste hiperinflacionario NIIF 29.
- **Ingresos Operacionales** aumentaron 52.1% en 4T19 y 39.3% en 2019 en moneda local y excluyendo NIIF 29. Este resultado se benefició de las tendencias de ventas netas impulsadas por la actividad promocional en medio de un ambiente de consumo todavía contraído y por el sólido desempeño del modelo de negocio dual inmobiliario-retail (+31.7% aumento excluyendo NIIF 29).
- **Utilidad bruta** aumentó 25.7% en 4T19 para un **margen** del 35.2% y disminuyó 14.3% para un margen de 34.0% en 2019, como porcentaje de los Ingresos Operacionales. El margen bruto reflejó principalmente la inversión en precio para enfrentar el retador ambiente de consumo en el país el cual opacó los sólidos ingresos del negocio inmobiliario.
- **EBITDA recurrente** incrementó 21% en 4T19 para un margen del 6.9% mientras se redujo un 25.9% para un margen del 3.5% en 2019, como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Los **gastos de administración y ventas** en 4T19 mejoraron, aumentando por debajo del incremento en ventas en 2019, producto de un estricto control de los gastos enfocados en la optimización laboral y costos de ocupación.

## IV. Desempeño Financiero a nivel Holding <sup>(1)</sup>



1) Holding: Almacenes Éxito S.A sin subsidiarias colombianas o internacionales. Nota: IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) – Tasa de referencia del Mercado 4.134%,

### Deuda a nivel holding

- En 4T19, la Compañía pagó completamente los siguientes créditos: (i) sindicado en USD, por un valor nominal de USD \$450 millones (ii) el crédito rotativo y el sindicado de largo plazo por un valor total de \$2.35 billones y (iii) bilaterales por valor de \$838,000 millones. La deuda estructural de la Compañía fue pagada.
- En consecuencia, la deuda bruta se redujo en \$3.5 billones y el saldo de cerca de \$200.000 millones, compuesto exclusivamente por créditos rotativos, está relacionado con capital de trabajo de carácter cíclico del retail.
- La Deuda Financiera Neta/ EBITDA ajustado pasó a positivo y mejoró de -3.11x en 2018 a +3.05 en 2019 (-2.88x excluyendo los efectos de la transacción).
- La tasa de intervención permaneció estable en 4.25% en 4T19 (desde Abril 2018).
- La tasa de interés por debajo de IBR3M + 3.5% in pesos colombianos.

### Caja a nivel holding

- La posición de caja aumentó \$320.000 millones posterior a la transacción y pago de la deuda.

## V. Resultado vs Plan 2019

### Colombia 2019

- **Expansión retail de 18 a 20 almacenes (entre aperturas, conversiones y remodelaciones), incluyendo al menos 5 Exito WOW, 5 Carulla FreshMarket y 10 tiendas Surtimayorista.**

Objetivo excedido - 29 tiendas en 2019 entre aperturas, conversiones y remodelaciones: 7 Éxito Wow, 7 Carulla FreshMarket\* y 12 Surtimayorista así como 2 Éxito Express y 1 Éxito Supermercado.
- **Crecimiento del ingreso del negocio inmobiliario y de los negocios complementarios (principalmente relacionados con las contribuciones del Real Estate).**
  - ✓ Objetivo alcanzado – ingresos aumentaron 4.8% por el aumento del 4% de retail y otros ingresos, incluyendo negocios complementarios +18.7%, principalmente por el negocio inmobiliario (+47%).
- **Más del 20% de las ventas totales beneficiadas por las actividades de innovación, WOW, Fresh Market, Cash & Carry y el omnicanal**
  - ✓ Objetivo excedido - 75% del total de ventas beneficiadas por la innovación, WOW, FreshMarket, Cash & Carry y el omnicanal.
- **Margen EBITDA recurrente al menos en línea con los niveles del 2018**
  - ✓ Objetivo excedido – EBITDA recurrente aumentó 7.9% y el margen ganó 25 pb a 8.6% comparado con el mismo período del año anterior.
- **Inversiones: Aproximadamente \$270.000 M enfocados en optimización de tiendas, innovación y transformación digital**
  - ✓ Objetivo excedido – Las inversiones totalizaron \$ 300.000 millones en 2019 de los cuales cerca del 84% correspondió a la expansión, incluyendo el negocio inmobiliario y las inversiones en actividades de transformación digital.

### Uruguay 2019

- **4 Fresh Market adicionales al modelo estratégico en 2019 (vs 6 en 2018, cerca del 30% de participación en ventas.**
  - ✓ Objetivo excedido– 5 tiendas fueron convertidas y remodeladas a FreshMarket en 2019
- **Implementación del programa de excelencia operacional para incrementar la productividad y enfrentar el efecto de la inflación en los gastos.**
  - ✓ Objetivo excedido – los gastos disminuyeron en 9 pb en 2019 versus 2018 y el margen EBITDA recurrente aumentó 7 pb a 9.2%

### Argentina 2019

- **Optimizar el actual portafolio inmobiliario**
  - ✓ Objetivo alcanzado – el negocio dual inmobiliario-retail registró un sólido desempeño y aumentó 31.7% excluyendo IAS29 en 2019, a pesar de las condiciones macro desafiantes en el país.

## LatAm Platform 2019

- **Potencial plan de sinergias a partir del intercambio de mejores prácticas y la construcción de iniciativas futuras conjuntas basadas en la innovación**
  - ✓ Objetivo alcanzado – La Compañía se enfocó en su estrategia de innovación en 2019, desarrollando:
    - **Estrategia Omnicanal:**
      - Colombia: las ventas representaron 4.5% del total de las ventas de Grupo Éxito en el país, (+110 pb vs 2018) y aumentaron 37.0% a cerca de \$502.000 millones. El total de entregas en 2019 fueron de 4.5 millones (+56% vs 2018).
      - Uruguay: 2.3% de participación sobre las ventas (+13 bps), "Pedidos Ya" disponible en 28 almacenes.
    - **Innovación en formatos:**
      - **Colombia:**
        - **Éxito Wow** en 9 de las mejores tiendas en Bogotá, Medellín, Cali, Santander, Boyacá, Costa Atlántica y Cali en Colombia. Estas tiendas aumentaron sus ventas 13.4% en 2019 y representaron el 17.5% de las ventas de la marca.
        - **Carulla FreshMarket** en 13 tiendas al 2019 (incluyendo 1 Carulla SmartMarket), aumentó ventas 12.7% con una participación del 17.0% en las ventas de la marca.
        - **Cash & Carry:** 12 Surtimayorista abrieron en 2019 para un total de 30 que era el objetivo para el año. Las ventas crecieron 17.8% y representaron 4.0% de participación en las ventas de Colombia en 2019 (vs 2.8% en 2018). Surtimayorista está presente en la Costa Atlántica y Bogotá.
      - **Uruguay:** 5 FreshMarket y 2 Devoto Express.
      - **Argentina:** 3 FreshMarket y 1 Mini Libertad.
    - **Transformación digital:**
      - **Aplicaciones:** Éxito y Carulla alcanzaron cerca de 1.9 M de descargas en 2019.
      - **Desarrollos sin fricciones:** implementados en 33 tiendas en Colombia y 66 en Uruguay. Estos incluyeron entre otros. Auto-pago, POS móvil, scan & pay y shop & go.
      - **Servicio al cliente:** Chatbot, social marketing, social Wi-Fi, kioskos.
      - **Analítica de Datos:** Modelos predictivos y CRM.
      - **Logística y cadena de abastecimiento:** Administración de inventarios y productividad.

## V. Perspectivas 2020

### Colombia

- Expansión retail de 20 a 24 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones), incluyendo de 6 a 7 Éxito WOW, 6 a 7 Carulla Fresh Market y de 8 a 10 Surtimayorista.
- Crecimiento de los ingresos de retail y negocios complementarios
- Más del 50% de las ventas totales provendrán de actividades innovadoras, WOW, Fresh Market, Cash & Carry y omnicanal.
- Margen EBITDA recurrente al menos en línea con el nivel reportado en 2019.
- CAPEX: aproximadamente \$400.000 M: \$300 mil M en retail enfocado en optimización de tiendas e innovación y transformación digital y \$100 mil M en proyectos inmobiliarios (ej. Suba y Puerta del Norte)

### Uruguay

- Expansión retail de 4 a 6 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones), incluyendo 2 a 3 FreshMarket y 2 a 3 tiendas Express.
- Margen EBITDA recurrente al menos en línea con el nivel reportado en 2019.

### Argentina

- Fortalecimiento del concepto FreshMarket con 2 a 3 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones).
- Desarrollo del *casual leasing* en el actual portafolio inmobiliario.

### LatAm Platform

- Intercambio de mejores prácticas con foco en la innovación y el fortalecimiento de las actividades de transformación digital.

## 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

## VI. Información adicional

### Conference Call Details

#### Detalles de la Teleconferencia

**Almacenes Éxito S.A.**  
**(BVC: ÉXITO)**

Cordialmente lo invita a participar de la conferencia de resultados del 4to trimestre y 2019

**Fecha: Viernes, Febrero 21 de 2020**

**Hora: 9:00 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, marque:

U.S. Toll Free: 1 (847) 585-4405

Colombia Toll Free: 01 800 9 156 924

Internacional (outside U.S. dial): 1 (847) 585-4405

**ID Conferencia: 49382578**

Almacenes Éxito S.A. reportará los resultados del cuarto trimestre el miércoles 19 de febrero de 2020, después de cierre del mercado.

La presentación webcast y audio está disponible en

[www.grupoexito.com.co](http://www.grupoexito.com.co) bajo “Accionistas” o en

<https://event.on24.com/wcc/r/2190339/DD927840D81909F7147C1DB3E3F37FEZ>

Para mayor información contacte a: Relación con inversionistas Almacenes Éxito S.A.

Tel: (574) 339 6560 / [exitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com](mailto:exitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com)

\*\*\*

#### Próxima publicación de resultados

Primer trimestre de 2020 – Mayo 4 de 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](mailto: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](mailto: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 2018, los ingresos operacionales alcanzaron los \$55 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 declare su estrategia de Transformación Digital para adaptarse a los cambios en las tendencias de consumo.*

## 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.
- 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. NIIF 16 Impactos – Estado de Resultados Consolidado trimestral

Estado de Resultados Consolidado en millones de pesos colombianos	4Q19	Adj	4Q19	4Q18	Adj	4Q18	% Var	% Var
	Pre IFRS16	4Q19	Post IFRS16	Pre IFRS16	4Q18	Post IFRS16	Pre IFRS16	Post IFRS16
Ventas Netas	4,079,945	-	4,079,945	3,846,719	-	3,846,719	6.1%	6.1%
Otros Ingresos Operacionales	244,583	-	244,583	200,078	-	200,078	22.2%	22.2%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>4,324,528</b>	<b>-</b>	<b>4,324,528</b>	<b>4,046,797</b>	<b>-</b>	<b>4,046,797</b>	<b>6.9%</b>	<b>6.9%</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,172,984</b>	<b>11,327</b>	<b>1,184,311</b>	<b>1,088,443</b>	<b>3,036</b>	<b>1,091,479</b>	<b>7.8%</b>	<b>8.5%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>27.1%</i>		<i>27.4%</i>	<i>26.9%</i>		<i>27.0%</i>	<i>23 bps</i>	<i>41 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(867,559)</b>	<b>23,495</b>	<b>(844,064)</b>	<b>(829,842)</b>	<b>24,285</b>	<b>(805,557)</b>	<b>4.5%</b>	<b>4.8%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>20.1%</i>		<i>19.5%</i>	<i>20.5%</i>		<i>19.9%</i>	<i>(44) bps</i>	<i>(39) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (RO)</b>	<b>305,425</b>	<b>34,822</b>	<b>340,247</b>	<b>258,601</b>	<b>27,321</b>	<b>285,922</b>	<b>18.1%</b>	<b>19.0%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>7.1%</i>		<i>7.9%</i>	<i>6.4%</i>		<i>7.1%</i>	<i>67 bps</i>	<i>80 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(55,222)	186	(55,036)	(32,205)	(4)	(32,209)	71.5%	70.9%
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>250,203</b>	<b>35,008</b>	<b>285,211</b>	<b>226,396</b>	<b>27,317</b>	<b>253,713</b>	<b>10.5%</b>	<b>12.4%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>5.8%</i>		<i>6.6%</i>	<i>5.6%</i>		<i>6.3%</i>	<i>19 bps</i>	<i>33 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(111,954)	(31,361)	(143,315)	(116,298)	(30,120)	(146,418)	(3.7%)	(2.1%)
Resultado de Asociadas y Negocios C	(4,026)	-	(4,026)	28,022	-	28,022	N/A	N/A
<b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>	<b>134,223</b>	<b>3,647</b>	<b>137,870</b>	<b>138,120</b>	<b>(2,803)</b>	<b>135,317</b>	<b>(2.8%)</b>	<b>1.9%</b>
Impuesto Renta	(12,061)	(3,434)	(15,495)	(4,907)	1,568	(3,339)	N/A	N/A
<b>Resultado Neto Operaciones Continu</b>	<b>122,162</b>	<b>213</b>	<b>122,375</b>	<b>133,213</b>	<b>(1,235)</b>	<b>131,978</b>	<b>(8.3%)</b>	<b>(7.3%)</b>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>77,051</b>	<b>70</b>	<b>77,121</b>	<b>160,102</b>	<b>661</b>	<b>160,763</b>	<b>(51.9%)</b>	<b>(52.0%)</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.8%</i>		<i>1.8%</i>	<i>4.0%</i>		<i>4.0%</i>	<i>(217) bps</i>	<i>(219) bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>393,062</b>	<b>77,359</b>	<b>470,421</b>	<b>335,942</b>	<b>77,266</b>	<b>413,208</b>	<b>17.0%</b>	<b>13.8%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9.1%</i>		<i>10.9%</i>	<i>8.3%</i>		<i>10.2%</i>	<i>79 bps</i>	<i>67 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>337,840</b>	<b>77,545</b>	<b>415,385</b>	<b>303,737</b>	<b>77,262</b>	<b>380,999</b>	<b>11.2%</b>	<b>9.0%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.8%</i>		<i>9.6%</i>	<i>7.5%</i>		<i>9.4%</i>	<i>31 bps</i>	<i>19 bps</i>

Nota: La comparación de las bases excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo NIIF16. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrado como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29) en Argentina, el ajuste NIIF 16 retrospectivo y las eliminaciones.

## 2. NIIF 16 Impactos – Estado de resultados 2019

Estado de Resultados Consolidado en millones de pesos colombianos	FY19 Pre IFRS16	Adj FY19	FY19 Post IFRS16	FY18 Pre IFRS16	Adj FY18	FY18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
Ventas Netas	14,503,846	-	14,503,846	14,176,353	-	14,176,353	2.3%	2.3%
Otros Ingresos Operacionales	789,237	-	789,237	693,674	-	693,674	13.8%	13.8%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>15,293,083</b>	<b>-</b>	<b>15,293,083</b>	<b>14,870,027</b>	<b>-</b>	<b>14,870,027</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.8%</b>
Costo de Ventas	(11,333,080)	55,849	(11,277,231)	(10,982,767)	46,432	(10,936,335)	3.2%	3.1%
Costo Depreciación y Amortización	(28,956)	(32,790)	(61,746)	(22,114)	(31,130)	(53,244)	30.9%	16.0%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>3,931,047</b>	<b>23,059</b>	<b>3,954,106</b>	<b>3,865,146</b>	<b>15,302</b>	<b>3,880,448</b>	<b>1.7%</b>	<b>1.9%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.7%</i>		<i>25.9%</i>	<i>26.0%</i>		<i>26.1%</i>	<i>(29) bps</i>	<i>(24) bps</i>
Gastos O&AV	(2,980,194)	244,124	(2,736,070)	(2,966,909)	248,416	(2,718,493)	0.4%	0.6%
Gasto Depreciación y Amortización	(298,990)	(151,539)	(450,529)	(281,629)	(157,547)	(439,176)	6.2%	2.6%
<b>Total Gastos</b>	<b>(3,279,184)</b>	<b>92,585</b>	<b>(3,186,599)</b>	<b>(3,248,538)</b>	<b>90,869</b>	<b>(3,157,669)</b>	<b>0.9%</b>	<b>0.9%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>21.4%</i>		<i>20.8%</i>	<i>21.8%</i>		<i>21.2%</i>	<i>(40) bps</i>	<i>(40) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>651,863</b>	<b>115,644</b>	<b>767,507</b>	<b>616,608</b>	<b>106,171</b>	<b>722,779</b>	<b>5.7%</b>	<b>6.2%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.3%</i>		<i>5.0%</i>	<i>4.1%</i>		<i>4.9%</i>	<i>12 bps</i>	<i>16 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(94,309)	989	(93,320)	(68,262)	178	(68,084)	38.2%	37.1%
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>557,554</b>	<b>116,633</b>	<b>674,187</b>	<b>548,346</b>	<b>106,349</b>	<b>654,695</b>	<b>1.7%</b>	<b>3.0%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.6%</i>		<i>4.4%</i>	<i>3.7%</i>		<i>4.4%</i>	<i>(4) bps</i>	<i>1 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(368,009)	(124,921)	(492,930)	(423,450)	(129,642)	(553,092)	(13.1%)	(10.9%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conj	(10,123)	-	(10,123)	40,516	-	40,516	N/A	N/A
<b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>	<b>179,422</b>	<b>(8,288)</b>	<b>171,134</b>	<b>165,412</b>	<b>(23,293)</b>	<b>142,119</b>	<b>8.5%</b>	<b>20.4%</b>
Impuesto Renta	(23,346)	50	(23,296)	48,493	7,306	55,799	N/A	N/A
<b>Resultado Neto Operaciones Continuadas</b>	<b>156,076</b>	<b>(8,238)</b>	<b>147,838</b>	<b>213,905</b>	<b>(15,987)</b>	<b>197,918</b>	<b>(27.0%)</b>	<b>(25.3%)</b>
Participación de no Controlantes	(870,087)	5,013	(865,074)	(893,466)	(66,048)	(959,514)	(2.6%)	(9.8%)
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	764,691	10,147	774,838	958,975	55,789	1,014,764	(20.3%)	(23.6%)
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>50,680</b>	<b>6,922</b>	<b>57,602</b>	<b>279,414</b>	<b>(26,246)</b>	<b>253,168</b>	<b>(81.9%)</b>	<b>(77.2%)</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>0.3%</i>		<i>0.4%</i>	<i>1.9%</i>		<i>1.7%</i>	<i>(155) bps</i>	<i>(133) bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>979,809</b>	<b>299,973</b>	<b>1,279,782</b>	<b>920,351</b>	<b>294,848</b>	<b>1,215,199</b>	<b>6.5%</b>	<b>5.3%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.4%</i>		<i>8.4%</i>	<i>6.2%</i>		<i>8.2%</i>	<i>22 bps</i>	<i>20 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>885,500</b>	<b>300,962</b>	<b>1,186,462</b>	<b>852,089</b>	<b>295,026</b>	<b>1,147,115</b>	<b>3.9%</b>	<b>3.4%</b>

Nota: La comparación de las bases excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo NIIF16. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrado como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29) en Argentina, el ajuste NIIF 16 retrospectivo y las eliminaciones.

### 3. NIIF 16 Impactos - Estado de Resultados por país - Colombia

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	4Q19 Pre IFRS16	Adj 4Q19	4Q19 Post IFRS16	4Q18 Pre IFRS16	Adj 4Q18	4Q18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	3,330,697	-	3,330,697	3,143,254	-	3,143,254	6.0%	6.0%
<b>Utilidad Bruta</b>	837,501	11,327	848,828	776,941	3,036	779,977	7.8%	8.8%
<i>Margen Bruto</i>	25.1%		25.5%	24.7%		24.8%	43 bps	67 bps
<b>Total Gastos</b>	(592,237)	19,449	(572,788)	(573,571)	20,206	(553,365)	3.3%	3.5%
<i>Margen Gastos</i>	17.8%		17.2%	18.2%		17.6%	(47) bps	(41) bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	245,264	30,776	276,040	203,370	23,242	226,612	20.6%	21.8%
<i>Margen ROI</i>	7.4%		8.3%	6.5%		7.2%	89 bps	108 bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	201,755	30,968	232,723	181,271	23,238	204,509	11.3%	13.8%
<b>EBITDA Recurrente</b>	320,100	68,631	388,731	270,392	68,292	338,684	18.4%	14.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	9.6%		11.7%	8.6%		10.8%	101 bps	90 bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	FY19 Pre IFRS16	Adj FY19	FY19 Post IFRS16	FY18 Pre IFRS16	Adj FY18	FY18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	11,751,429	-	11,751,429	11,211,402	-	11,211,402	4.8%	4.8%
<b>Utilidad Bruta</b>	2,734,791	23,059	2,757,850	2,614,879	15,302	2,630,181	4.6%	4.9%
<i>Margen Bruto</i>	23.3%		23.5%	23.3%		23.5%	(5) bps	1 bps
<b>Total Gastos</b>	(2,273,453)	76,338	(2,197,115)	(2,202,799)	75,622	(2,127,177)	3.2%	3.3%
<i>Margen Gastos</i>	19.3%		18.7%	19.6%		19.0%	(30) bps	(28) bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	461,338	99,397	560,735	412,080	90,924	503,004	12.0%	11.5%
<i>Margen ROI</i>	3.9%		4.8%	3.7%		4.5%	25 bps	29 bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	383,701	99,761	483,462	338,822	91,102	429,924	13.2%	12.5%
<b>EBITDA Recurrente</b>	742,222	265,245	1,007,467	673,741	259,866	933,607	10.2%	7.9%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	6.3%		8.6%	6.0%		8.3%	31 bps	25 bps

Nota: La comparación de las bases excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo NIIF16

#### 4. NIIF 16 Impactos - Estado de Resultados por país - Uruguay

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	4Q19 Pre IFRS16	Adj 4Q19	4Q19 Post IFRS16	4Q18 Pre IFRS16	Adj 4Q18	4Q18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	706,899	-	706,899	690,260	-	690,260	2.4%	2.4%
<b>Utilidad Bruta</b>	234,026	-	234,026	230,394	-	230,394	1.6%	1.6%
<i>Margen Bruto</i>	33.1%		33.1%	33.4%		33.4%	(27) bps	(27) bps
<b>Total Gastos</b>	(189,151)	4,023	(185,128)	(189,221)	4,085	(185,136)	(0.0%)	(0.0%)
<i>Margen Gastos</i>	26.8%		26.2%	27.4%		26.8%	(66) bps	(63) bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	44,875	4,023	48,898	41,173	4,085	45,258	9.0%	8.0%
<i>Margen ROI</i>	6.3%		6.9%	6.0%		6.6%	38 bps	36 bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	32,242	4,018	36,260	33,521	4,085	37,606	(3.8%)	(3.6%)
<b>EBITDA Recurrente</b>	53,021	8,684	61,705	49,044	9,009	58,053	8.1%	6.3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	7.5%		8.7%	7.1%		8.4%	40 bps	32 bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	FY19 Pre IFRS16	Adj FY19	FY19 Post IFRS16	FY18 Pre IFRS16	Adj FY18	FY18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	2,580,175	-	2,580,175	2,571,308	-	2,571,308	0.3%	0.3%
<b>Utilidad Bruta</b>	869,860	-	869,860	868,617	-	868,617	0.1%	0.1%
<i>Margen Bruto</i>	33.7%		33.7%	33.8%		33.8%	(7) bps	(7) bps
<b>Total Gastos</b>	(698,506)	16,097	(682,409)	(697,286)	14,974	(682,312)	0.2%	0.0%
<i>Margen Gastos</i>	27.1%		26.4%	27.1%		26.5%	(5) bps	(9) bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	171,354	16,097	187,451	171,331	14,974	186,305	0.0%	0.6%
<i>Margen ROI</i>	6.6%		7.3%	6.7%		7.2%	(2) bps	2 bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	155,374	16,706	172,080	163,145	14,974	178,119	(4.8%)	(3.4%)
<b>EBITDA Recurrente</b>	203,608	34,456	238,064	201,159	34,330	235,489	1.2%	1.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	7.9%		9.2%	7.8%		9.2%	7 bps	7 bps

Nota: La comparación de las bases excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo NIIF16

## 5. NIIF 16 Impactos – Estados de Resultados por país – Argentina

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	4Q19 Pre IFRS16	Adj 4Q19	4Q19 Post IFRS16	4Q18 Pre IFRS16	Adj 4Q18	4Q18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	290,238	-	290,238	218,086	-	218,086	33.1%	33.1%
<b>Utilidad Bruta</b>	102,254	-	102,254	81,329	-	81,329	25.7%	25.7%
<i>Margen Bruto</i>	35.2%		35.2%	37.3%		37.3%	(206) bps	(206) bps
<b>Total Gastos</b>	(87,018)	23	(86,995)	(67,272)	(6)	(67,278)	29.4%	29.3%
<i>Margen Gastos</i>	30.0%		30.0%	30.8%		30.8%	(86) bps	(88) bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	15,236	23	15,259	14,057	(6)	14,051	8.4%	8.6%
<i>Margen ROI</i>	5.2%		5.3%	6.4%		6.4%	(120) bps	(119) bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	16,153	22	16,175	11,604	(6)	11,598	39.2%	39.5%
<b>EBITDA Recurrente</b>	19,891	44	19,935	16,505	(35)	16,470	20.5%	21.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	6.9%		6.9%	7.6%		7.6%	(71) bps	(68) bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	FY19 Pre IFRS16	Adj FY19	FY19 Post IFRS16	FY18 Pre IFRS16	Adj FY18	FY18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	970,814	-	970,814	1,100,473	-	1,100,473	(11.8%)	(11.8%)
<b>Utilidad Bruta</b>	329,853	-	329,853	385,099	-	385,099	(14.3%)	(14.3%)
<i>Margen Bruto</i>	34.0%		34.0%	35.0%		35.0%	(102) bps	(102) bps
<b>Total Gastos</b>	(310,761)	150	(310,611)	(351,903)	273	(351,630)	(11.7%)	(11.7%)
<i>Margen Gastos</i>	32.0%		32.0%	32.0%		32.0%	3 bps	4 bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	19,092	150	19,242	33,196	273	33,469	(42.5%)	(42.5%)
<i>Margen ROI</i>	2.0%		2.0%	3.0%		3.0%	(105) bps	(106) bps
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	18,397	166	18,563	46,379	273	46,652	(60.3%)	(60.2%)
<b>EBITDA Recurrente</b>	33,900	272	34,172	45,450	652	46,102	(25.4%)	(25.9%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	3.5%		3.5%	4.1%		4.2%	(64) bps	(67) bps

Nota: La comparación de las bases excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo NIIF16

## 6. Estado de Resultados Consolidado

en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	4,079,945	3,846,719	6.1%	14,503,846	14,176,353	2.3%
Otros Ingresos Operacionales	244,583	200,078	22.2%	789,237	693,674	13.8%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>4,324,528</b>	<b>4,046,797</b>	<b>6.9%</b>	<b>15,293,083</b>	<b>14,870,027</b>	<b>2.8%</b>
Costo de Ventas	(3,123,986)	(2,941,397)	6.2%	(11,277,231)	(10,936,335)	3.1%
Costo Depreciación y Amortización	(16,231)	(13,921)	16.6%	(61,746)	(53,244)	16.0%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,184,311</b>	<b>1,091,479</b>	<b>8.5%</b>	<b>3,954,106</b>	<b>3,880,448</b>	<b>1.9%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>27.4%</i>	<i>27.0%</i>	<i>41 bps</i>	<i>25.9%</i>	<i>26.1%</i>	<i>(24) bps</i>
Gastos O&AV	(730,121)	(692,192)	5.5%	(2,736,070)	(2,718,493)	0.6%
Gasto Depreciación y Amortización	(113,943)	(113,365)	0.5%	(450,529)	(439,176)	2.6%
<b>Total Gastos</b>	<b>(844,064)</b>	<b>(805,557)</b>	<b>4.8%</b>	<b>(3,186,599)</b>	<b>(3,157,669)</b>	<b>0.9%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>19.5%</i>	<i>19.9%</i>	<i>(39) bps</i>	<i>20.8%</i>	<i>21.2%</i>	<i>(40) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>340,247</b>	<b>285,922</b>	<b>19.0%</b>	<b>767,507</b>	<b>722,779</b>	<b>6.2%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>7.9%</i>	<i>7.1%</i>	<i>80 bps</i>	<i>5.0%</i>	<i>4.9%</i>	<i>16 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(55,036)	(32,209)	70.9%	(93,320)	(68,084)	37.1%
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>285,211</b>	<b>253,713</b>	<b>12.4%</b>	<b>674,187</b>	<b>654,695</b>	<b>3.0%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>6.6%</i>	<i>6.3%</i>	<i>33 bps</i>	<i>4.4%</i>	<i>4.4%</i>	<i>1 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(143,315)	(146,418)	(2.1%)	(492,930)	(553,092)	(10.9%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	(4,026)	28,022	N/A	(10,123)	40,516	N/A
<b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>	<b>137,870</b>	<b>135,317</b>	<b>1.9%</b>	<b>171,134</b>	<b>142,119</b>	<b>20.4%</b>
Impuesto Renta	(15,495)	(3,339)	N/A	(23,296)	55,799	N/A
<b>Resultado Neto Operaciones Continuas</b>	<b>122,375</b>	<b>131,978</b>	<b>(7.3%)</b>	<b>147,838</b>	<b>197,918</b>	<b>(25.3%)</b>
Participación de no Controlantes	(30,097)	(254,885)	(88.2%)	(865,074)	(959,514)	(9.8%)
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	(15,157)	283,670	N/A	774,838	1,014,764	(23.6%)
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>77,121</b>	<b>160,763</b>	<b>(52.0%)</b>	<b>57,602</b>	<b>253,168</b>	<b>(77.2%)</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.8%</i>	<i>4.0%</i>	<i>N/A</i>	<i>0.4%</i>	<i>1.7%</i>	<i>N/A</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>470,421</b>	<b>413,208</b>	<b>13.8%</b>	<b>1,279,782</b>	<b>1,215,199</b>	<b>5.3%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.9%</i>	<i>10.2%</i>	<i>67 bps</i>	<i>8.4%</i>	<i>8.2%</i>	<i>20 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>415,385</b>	<b>380,999</b>	<b>9.0%</b>	<b>1,186,462</b>	<b>1,147,115</b>	<b>3.4%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>9.6%</i>	<i>9.4%</i>	<i>19 bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>7.7%</i>	<i>4 bps</i>

Nota: Las diferencias en la base vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado y el efecto de tasa de cambio (-1.7% y -1.4% a nivel de las ventas y del EBITDA recurrente en 4T19 y de -3.3% y -2.1% respectivamente en 2019). Cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrada como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29), el ajuste NIIF 16 retrospectivo y eliminaciones.

## 7. Estado de resultados e inversiones por país

<b>Estado de Resultados</b>	<b>Colombia</b>	<b>Uruguay</b>	<b>Argentina</b>	<b>Brazil</b>	<b>Consol</b>
en millones de pesos colombianos	FY19	FY19	FY19	FY19	FY19
Ventas netas	11,029,843	2,554,885	925,062	-	14,503,846
Otros Ingresos Operacionales	721,586	25,290	45,752	-	789,237
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>11,751,429</b>	<b>2,580,175</b>	<b>970,814</b>	-	<b>15,293,083</b>
Costo de Ventas	(8,937,530)	(1,704,905)	(640,674)	-	(11,277,231)
Costo Depreciación y Amortización	(56,049)	(5,410)	(287)	-	(61,746)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>2,757,850</b>	<b>869,860</b>	<b>329,853</b>	-	<b>3,954,106</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.5%</i>	<i>33.7%</i>	<i>34.0%</i>		<i>25.9%</i>
Gastos O&AV	(1,806,432)	(637,206)	(295,968)	-	(2,736,070)
Gasto Depreciación y Amortización	(390,683)	(45,203)	(14,643)	-	(450,529)
<b>Total Gastos</b>	<b>(2,197,115)</b>	<b>(682,409)</b>	<b>(310,611)</b>	-	<b>(3,186,599)</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>18.7%</i>	<i>26.4%</i>	<i>32.0%</i>		<i>20.8%</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>560,735</b>	<b>187,451</b>	<b>19,242</b>	-	<b>767,507</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.8%</i>	<i>7.3%</i>	<i>2.0%</i>		<i>5.0%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(77,273)	(15,371)	(679)	-	(93,320)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>483,462</b>	<b>172,080</b>	<b>18,563</b>	-	<b>674,187</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.1%</i>	<i>6.7%</i>	<i>1.9%</i>		<i>4.4%</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(448,396)</b>	<b>(10,830)</b>	<b>(33,622)</b>	-	<b>(492,930)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>1,007,467</b>	<b>238,064</b>	<b>34,172</b>	-	<b>1,279,782</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.6%</i>	<i>9.2%</i>	<i>3.5%</i>		<i>8.4%</i>
<b>CAPEX</b>					
<i>en millones de pesos colombianos</i>	<b>300,185</b>	<b>61,585</b>	<b>4,598</b>	<b>1,738,943</b>	<b>2,105,311</b>
<i>en moneda local</i>	300,185	661	84	2,086	

Nota: Cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Brasil a Septiembre 30 de 2019 registrada como operación discontinua, el ajuste hiperinflacionario (NIIF29), el ajuste NIIF 16 retrospectivo y eliminaciones.

## 8. Balance general consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2018	Dec 2019	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>72,311,162</b>	<b>15,861,015</b>	<b>(78.1%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>38,408,297</b>	<b>5,356,665</b>	<b>(86.1%)</b>
Caja y equivalentes de caja	5,973,680	2,562,674	(57.1%)
Inventarios	6,720,396	1,900,660	(71.7%)
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	1,000,267	379,921	(62.0%)
Activos por impuestos	724,290	333,850	(53.9%)
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	23,572,841	37,928	(99.8%)
Otros	416,823	141,632	(66.0%)
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>33,902,865</b>	<b>10,504,350</b>	<b>(69.0%)</b>
Plusvalía	5,436,868	2,929,751	(46.1%)
Otros activos intangibles	5,199,801	304,215	(94.1%)
Propiedades, planta y equipo	12,317,515	3,845,092	(68.8%)
Propiedades de Inversión	1,633,625	1,626,220	(0.5%)
Derechos de uso	5,141,400	1,303,648	(74.6%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	804,400	210,487	(73.8%)
Activo por impuesto diferido	133,991	177,269	32.3%
Activos por impuestos	2,302,451	-	
Otros	932,814	107,668	(88.5%)
<b>PASIVOS</b>	<b>53,848,693</b>	<b>7,416,173</b>	<b>(86.2%)</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>37,836,809</b>	<b>5,906,214</b>	<b>(84.4%)</b>
Cuentas por pagar	13,117,074	4,662,801	(64.5%)
Pasivos por arrendamiento	858,349	222,177	(74.1%)
Obligaciones financieras	2,291,116	616,822	(73.1%)
Otros pasivos financieros	1,037,191	114,871	(88.9%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	19,618,293	-	
Pasivos por impuestos	298,699	72,910	(75.6%)
Otros	616,087	216,633	(64.8%)
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>16,011,884</b>	<b>1,509,959</b>	<b>(90.6%)</b>
Cuentas por pagar	40,720	114	(99.7%)
Pasivos por arrendamiento	4,577,359	1,308,054	(71.4%)
Obligaciones financieras	4,633,554	43,531	(99.1%)
Otras provisiones	2,330,648	18,998	(99.2%)
Pasivo por impuesto diferido	1,409,857	116,503	(91.7%)
Pasivos por impuestos	397,014	800	(99.8%)
Otros	2,622,732	21,959	(99.2%)
<b>PATRIMONIO</b>	<b>18,462,469</b>	<b>8,444,842</b>	<b>(54.3%)</b>

Nota: La diferencia en la base vs la reportada en 2018 está asociada al ajuste retrospectivo IFRS16 aplicado.

## 9. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2018	Var %
<b>Ganancia</b>	<b>922,676</b>	<b>1,212,682</b>	<b>(23.9%)</b>
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	2,321,985	4,583,098	(49.3%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(462,317)	3,170,497	NA
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(6,734,779)	(2,663,402)	NA
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	3,977,780	414,804	NA
<b>Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio</b>	<b>(3,219,316)</b>	<b>921,899</b>	<b>NA</b>
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	(191,690)	(229,837)	(16.6%)
<b>(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(3,411,006)</b>	<b>692,062</b>	<b>NA</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada</b>			
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>5,973,680</b>	<b>5,281,618</b>	<b>13.1%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo</b>	<b>2,562,674</b>	<b>5,973,680</b>	<b>(57.1%)</b>

Nota: La diferencia en la base vs la reportada en 2018 está asociada al ajuste retrospectivo IFRS16 aplicado.

## 10. Indicadores financieros

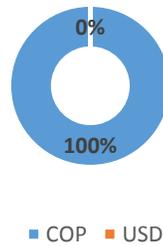
	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Diciembre 2019	Diciembre 2018	Diciembre 2019	Diciembre 2018
Activos / Pasivos	2.14	1.34	2.14	1.78
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	0.91	1.02	0.92	0.74

## 11. Deuda por país- moneda y vencimiento

### Deuda neta por país

31 Dec de 2019 (millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	339,358	392,335 -	0	731,693
Deuda de largo plazo	43,901 -	0 -	0	43,901
<b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b>	<b>383,259</b>	<b>392,335 -</b>	<b>0</b>	<b>775,594</b>
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,277,105	209,519	76,050	2,562,674
<b>Deuda Neta</b>	<b>1,893,846 -</b>	<b>182,816</b>	<b>76,050</b>	<b>1,787,080</b>

### Deuda Bruta a Nivel Holding por moneda



### Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Dec de 2019 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-dic-19
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	-
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Febrero 2020	100,000
<b>Total deuda bruta (2)</b>	<b>700,000</b>			<b>200,000</b>

(1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda nominal

## 12. Estado de Resultados a nivel Holding <sup>(1)</sup>

en millones de pesos colombianos	4Q19	4Q18	% Var	FY19	FY18	% Var
Ventas Netas	3,109,562	2,964,333	4.9%	11,044,128	10,619,523	4.0%
Otros Ingresos Operacionales	146,492	114,774	27.6%	440,144	401,612	9.6%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,256,054</b>	<b>3,079,107</b>	<b>5.7%</b>	<b>11,484,272</b>	<b>11,021,135</b>	<b>4.2%</b>
Costo de Ventas	(2,463,529)	(2,348,160)	4.9%	(8,930,322)	(8,537,706)	4.6%
Costo Depreciación y Amortización	(15,037)	(11,831)	27.1%	(52,487)	(47,390)	10.8%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>777,488</b>	<b>719,116</b>	<b>8.1%</b>	<b>2,501,463</b>	<b>2,436,039</b>	<b>2.7%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.9%</i>	<i>23.4%</i>	<i>52 bps</i>	<i>21.8%</i>	<i>22.1%</i>	<i>(32) bps</i>
Gastos O&AV	(469,016)	(449,490)	4.3%	(1,727,258)	(1,698,215)	1.7%
Gasto Depreciación y Amortización	(88,166)	(87,137)	1.2%	(360,064)	(359,639)	0.1%
<b>Total Gastos</b>	<b>(557,182)</b>	<b>(536,627)</b>	<b>3.8%</b>	<b>(2,087,322)</b>	<b>(2,057,854)</b>	<b>1.4%</b>
<i>Margen Gastos</i>	<i>17.1%</i>	<i>17.4%</i>	<i>(32) bps</i>	<i>18.2%</i>	<i>18.7%</i>	<i>(50) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>220,306</b>	<b>182,489</b>	<b>20.7%</b>	<b>414,141</b>	<b>378,185</b>	<b>9.5%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>6.8%</i>	<i>5.9%</i>	<i>84 bps</i>	<i>3.6%</i>	<i>3.4%</i>	<i>17 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(37,520)	(22,047)	70.2%	(70,375)	(70,528)	(0.2%)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>182,786</b>	<b>160,442</b>	<b>13.9%</b>	<b>343,766</b>	<b>307,657</b>	<b>11.7%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>5.6%</i>	<i>5.2%</i>	<i>40 bps</i>	<i>3.0%</i>	<i>2.8%</i>	<i>20 bps</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(146,074)</b>	<b>(117,397)</b>	<b>24.4%</b>	<b>(473,382)</b>	<b>(489,462)</b>	<b>(3.3%)</b>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>77,121</b>	<b>160,763</b>	<b>(52.0%)</b>	<b>57,602</b>	<b>253,168</b>	<b>(77.2%)</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>2.4%</i>	<i>5.2%</i>	<i>(285) bps</i>	<i>0.5%</i>	<i>2.3%</i>	<i>(180) bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>323,509</b>	<b>281,457</b>	<b>14.9%</b>	<b>826,692</b>	<b>785,214</b>	<b>5.3%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9.9%</i>	<i>9.1%</i>	<i>79 bps</i>	<i>7.2%</i>	<i>7.1%</i>	<i>7 bps</i>

(1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias Colombianas o internacionales Las diferencias en la base vs. las reportadas en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado.

### 13. Balance General a nivel Holding <sup>(1)</sup>

en millones de pesos colombianos	Dec 2018	Dec 2019	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>16,931,625</b>	<b>13,519,213</b>	<b>(20.2%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>3,914,728</b>	<b>4,448,466</b>	<b>13.6%</b>
Caja y equivalentes de caja	1,885,868	2,206,153	17.0%
Inventarios	1,398,724	1,555,865	11.2%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	218,109	199,712	(8.4%)
Activos por impuestos	168,907	314,736	86.3%
Otros	243,120	172,000	(29.3%)
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>13,016,897</b>	<b>9,070,747</b>	<b>(30.3%)</b>
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	144,245	159,225	10.4%
Propiedades, planta y equipo	2,055,879	2,027,180	(1.4%)
Propiedades de Inversión	97,680	91,889	(5.9%)
Derechos de uso	1,299,546	1,411,410	8.6%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negoc	7,745,970	3,614,639	(53.3%)
Otros	220,500	313,327	42.1%
<b>PASIVOS</b>	<b>9,520,410</b>	<b>6,322,685</b>	<b>(33.6%)</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>5,286,047</b>	<b>4,847,078</b>	<b>(8.3%)</b>
Cuentas por pagar	3,567,527	3,901,549	9.4%
Pasivos por arrendamiento	179,392	224,492	25.1%
Obligaciones financieras	1,042,781	204,705	(80.4%)
Otros pasivos financieros	111,269	95,437	(14.2%)
Pasivos por impuestos	50,458	66,270	31.3%
Otros	334,620	354,625	6.0%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>4,234,363</b>	<b>1,475,607</b>	<b>(65.2%)</b>
Pasivos por arrendamiento	1,327,404	1,394,323	5.0%
Obligaciones financieras	2,838,433	6,293	(99.8%)
Otras provisiones	38,788	53,056	36.8%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	
Otros	29,738	21,935	(26.2%)
<b>PATRIMONIO</b>	<b>7,411,215</b>	<b>7,196,528</b>	<b>(2.9%)</b>

1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias colombianas o internacionales

## 14. Tiendas y área de ventas

<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m2)</u>
<b>4Q19</b>		
<b>Colombia</b>		
Éxito	247	624,907
Carulla	98	86,612
Surtimax	92	45,111
Super Inter	70	65,754
Surtimayorista	30	31,377
<b>Total Colombia</b>	<b>537</b>	<b>853,761</b>
<b>Uruguay</b>		
Devoto	60	40,325
Disco	29	33,452
Geant	2	16,411
<b>Total Uruguay</b>	<b>91</b>	<b>90,188</b>
<b>Argentina</b>		
Libertad	15	103,967
Mini Libertad	10	1,796
<b>Total Argentina</b>	<b>25</b>	<b>105,763</b>
<b>TOTAL</b>	<b>653</b>	<b>1,049,712</b>

Nota: No incluye 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”.

\*\*\*\*\*