

Almacenes Éxito S.A.

Resultados Financieros Consolidados

3T19

Envigado, Colombia, noviembre 14 de 2019 - Almacenes Éxito S.A. (“Grupo Éxito” o “la Compañía”) (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el tercer trimestre del 2019, período terminado el 30 de septiembre de 2019 (3T19). Todas las cifras están expresadas en millones (M) de pesos colombianos, a menos que se indique lo contrario.

Sólido desempeño e incremento de márgenes por acertadas estrategias comerciales

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- Ingresos Operacionales Consolidados alcanzaron \$3.62 B impulsados por la innovación, omnicanalidad y el desempeño de los negocios complementarios.
- EBITDA recurrente fue de \$275.353 M y el margen EBITDA de 7.6% por el acertado control de costos y gastos.
- Resultado Neto del Grupo alcanzó un ingreso de \$11.033 M derivado de un mejor desempeño operacional en Colombia y Uruguay y menores gastos financieros.
- Las inversiones consolidadas de \$902.674 M en 3T19 (83.1% para expansión, innovación, omnicanalidad y actividades de transformación digital).

Operacionales

- Buen Desempeño y expansión de nuevos formatos y modelos
- Aumento de las ventas vía electrónica de alimentos de +41.0% en Colombia
- Despachos a domicilio alcanzaron 2.7 M (+39% vs 9M18) en Colombia
- Descargas de las aplicaciones: 1.5 M en Colombia
- Propuesta de simplificación de la estructura en Latinoamérica fue aprobada de acuerdo a estrictos estándares de gobierno corporativo tanto en Brasil como en Colombia
- En curso la Oferta Pública de Adquisición
- Cambios en la Alta Dirección, Jacky Yanovich – COO.

Perspectivas

- Foco en la expansión de tiendas Cash & Carry en Colombia.
- Expansión de modelos innovadores tales como Wow y Fresh Market.
- Fortalecimiento de la transformación digital con énfasis en la innovación y la expansión omnicanal.
- Potencial en LatAm proveniente de las mejores prácticas y construcción de iniciativas futuras basadas en innovación.

“Los resultados de Grupo Éxito en el 3T19 fueron sólidos con un incremento en las ventas y en la utilidad operacional. En medio de unos mercados altamente competitivos, este desempeño se debió principalmente a la respuesta positiva de los clientes a la innovación en formatos, a la transformación digital y la omnicanalidad. En Colombia, los negocios complementarios, principalmente el inmobiliario y los formatos de valor como el Éxito Wow, Carulla FreshMarket y Surtimayorista, impulsaron los resultados; el omnicanal igualmente contribuyó y representó el 4.4% del total de ventas de la Compañía. Uruguay continuó como la unidad de negocio más rentable, por sus exitosas estrategias comerciales y el sólido desempeño del formato FreshMarket. Argentina continuó siendo una operación resiliente en medio de un ambiente macro retador, beneficiado por la contribución del negocio inmobiliario” indicó **Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito.**

I. Desempeño financiero y operacional consolidado desempeño financiero y operacional

Tenga en cuenta que la venta a Casino, Guichard-Perrachon S.A de las acciones que Éxito posee en la subsidiaria operativa Companhia Brasileira de Distribuição – CBD y en las subsidiarias holding Ségisor S.A. y 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.

En consecuencia, tales subsidiarias fueron clasificadas como operaciones discontinuas y sus activos y pasivos al 30 de septiembre de 2019 fueron reclasificados como activos y pasivos no corrientes disponibles para la venta.

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 ambos períodos del 3T18 y 3T19.

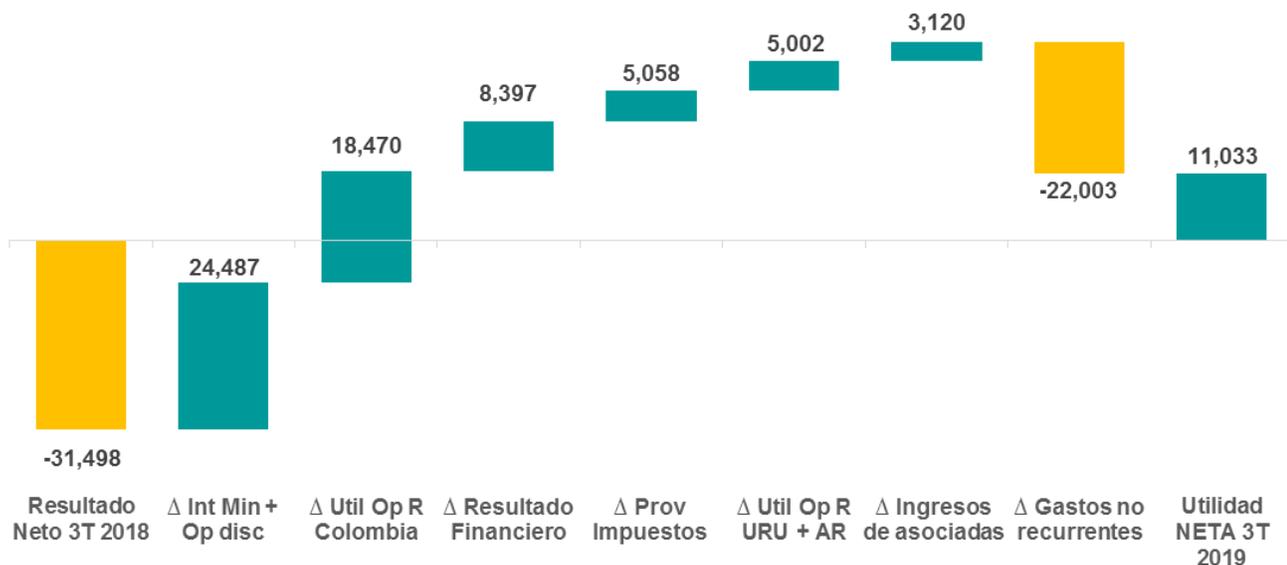
Desempeño Operacional Consolidado

en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	3,424,872	3,347,504	2.3%	10,423,901	10,329,634	0.9%
Otros Ingresos Operacionales	199,597	177,472	12.5%	544,654	493,596	10.3%
Total Ingresos Operacionales	3,624,469	3,524,976	2.8%	10,968,555	10,823,230	1.3%
Utilidad Bruta	917,706	896,825	2.3%	2,769,795	2,788,969	(0.7%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.4%</i>	<i>(12) bps</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.8%</i>	<i>(52) bps</i>
Total Gastos	(768,277)	(770,868)	(0.3%)	(2,342,535)	(2,352,112)	(0.4%)
<i>Margen Gastos</i>	<i>21.2%</i>	<i>21.9%</i>	<i>(67) bps</i>	<i>21.4%</i>	<i>21.7%</i>	<i>(38) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	149,429	125,957	18.6%	427,260	436,857	(2.2%)
<i>Margen ROI</i>	<i>4.1%</i>	<i>3.6%</i>	<i>55 bps</i>	<i>3.9%</i>	<i>4.0%</i>	<i>(14) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	11,033	(31,498)	N/A	(19,519)	92,405	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.3%</i>	<i>(0.9%)</i>	<i>N/A</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>0.9%</i>	<i>N/A</i>
EBITDA Recurrente	275,353	248,014	11.0%	809,361	801,991	0.9%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.6%</i>	<i>7.0%</i>	<i>56 bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.4%</i>	<i>(3) bps</i>

Nota: Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado y el efecto del TC (-4.8% y -2.9% en ventas y margen EBITDA recurrente en 3T19 y de -4.9% y -2.4% respectivamente en 9M19). Incluye el ajuste hiperinflacionario (IAS 29) en Argentina. Y el del segmento de Brasil como operación discontinua. (1) Variaciones en Ventas netas totales y mismos metros en moneda local ajustadas por efecto calendario.

- **Ingresos operacionales consolidados en 3T19** aumentaron 2.8% (incluyendo un -4.8% de efecto de cambio) para un total de \$3.62B. **Las ventas netas consolidadas** alcanzaron \$3.42B beneficiadas de la innovación y actividades omnicanal y por la apertura de 24 almacenes durante los últimos doce meses. El sólido desempeño de las ventas netas de Colombia (+5.6%⁽¹⁾) y la recuperación de la tendencia en Uruguay (+4.3%⁽¹⁾) también contribuyó al igual que Argentina que registró un desempeño resiliente (+36.7%⁽¹⁾ excluyendo IAS 29).
- **Margen bruto** en 3T19 fue 25.3% como porcentaje de los Ingresos operacionales y disminuyeron 12 pb vs el mismo período del año anterior. El margen bruto durante el trimestre reflejó ganancias en Colombia y Argentina, las cuales fueron opacadas por la participación de Uruguay en la mezcla, afectada levemente por el incremento de las actividades comerciales. El **Margen bruto** 9M19 disminuyó 52 pb a 25.3% como porcentaje de los ingresos operaciones.

- **Los gastos de administración y venta (GA&V)** permanecieron bajo control y aumentaron por debajo del crecimiento de las ventas. Los gastos disminuyeron 67 pb en 3T19 y 38 pb en el acumulado 9 meses, como porcentaje de los Ingresos Operacionales vs el mismo período del año anterior. Estos menores niveles de gasto reflejaron la dilución como resultado de una estructura más plana y unos planes de acción acertados implementados en todas las unidades de negocio y a pesar de los efectos inflacionarios sobre los salarios y los costos de ocupación y servicios públicos.
- **Utilidad Operacional recurrente** aumentó 18.6% en 3T19 para un margen de 4.1% y de 3.9% en 9M19.
- **EBITDA recurrente** fue de \$275.353 M en 3T19 con un margen del 7.6% y aumentó 11.0% versus el mismo período del año anterior. En el período de 9M19, el EBITDA recurrente alcanzó \$809,361 M para un margen de 7.4% (+0.9%), en línea con la tendencia de recuperación esperada producto del incremento de la competitividad y las eficiencias operacionales.
- **El resultado neto atribuible a Grupo Éxito** en 3T19 reportó un ingreso de \$11,033 M.



Nota: : Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado. Utilidad operacional recurrente de operaciones internacionales incluye el efecto en TC. Las cifras incluyen al segmento de Brasil como una operación discontinua

- **El resultado neto atribuible a Grupo Éxito** reflejó principalmente:
 - Efecto positivo principalmente por la mejora del desempeño operacional en Colombia y Uruguay y menores gastos financieros.
 - Efecto negativo derivado de los gastos no recurrentes relacionados con un ingreso en la base del 3T18 por la venta de Ceibotel en Argentina

Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida fue \$24.6 por acción ordinaria en 3T19.

CAPEX

- **Las inversiones consolidadas** en 3T19 ascendieron a \$902.674 M, 83.1% se invirtió en expansión, innovación, omnicanal y actividades de transformación digital. El saldo se asignó a mantenimiento y estructuras de soporte operacional, actualización de sistemas de tecnología informática y logística.

Expansión Retail

- Grupo Éxito abrió 6 almacenes en 3T19: 5 Surtimayorista en Colombia (de conversiones) y 1 tienda Libertad de proximidad en Argentina. La Compañía totalizó 24 aperturas de tiendas en la región en los últimos 12 meses.
- La compañía finalizó el período con 651 tiendas de retail, geográficamente diversificadas así: 535 almacenes en Colombia, 91 en Uruguay y 25 en Argentina. Este total no incluye Aliados en Colombia. El área total de ventas alcanzo 1 millón de metros cuadrados.

Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

- La propuesta para la simplificación de la estructura en LatAm fue aprobada, siguiendo estrictos estándares de gobierno corporativo tanto en Brasil como en Colombia. La Información Relevante relacionada con este tema está disponible en el sitio web de la compañía www.grupoexito.com.co en “Inversionistas”.
- Grupo Éxito fue incluido en el índice Dow Jones de Sostenibilidad por séptimo año consecutivo, en la categoría de venta de alimentos y productos básicos. La Compañía recibió su más alta calificación (67 puntos) desde que fue incluida en el índice y se ubicó novena en el estudio general (de puesto 12 en 2018) con un puntaje de 28 por encima del promedio de la industria.
- Grupo Éxito fue incluida en el MILA – Índice latinoamericano de Mercados Integrados.
- Dentro de este marco de un plan de sucesión estructurado, la Compañía anunció algunos cambios en la alta dirección, aprobado y designado por la Junta de Directores:
 - Carlos Mario Díez Gómez presentó renuncia a su cargo de Presidente Operativo del retail Colombia, posición que ostentaba desde 2015. El Sr. Díez trabajó hasta septiembre 30 de 2019. Se designó al Sr. Jacky Yanovich Mizrahi quien era el Vicepresidente de Ventas y Operaciones y quien ha trabajado por cerca de 19 años en la Compañía, en la cual ha ocupado diferentes cargos: Gerente de almacén, Director de operaciones de Éxito, Ley y Pomona y Gerente de la marca Éxito. El Sr. Yanovich es graduado de Negocios Internacionales de la Universidad Eafit y del programa ejecutivo de la Haute École de Commerce (HEC) en Francia.
 - Guillaume Seneclauze fue designado como VP de Ventas y Operaciones. El Sr. Seneclauze fue el Gerente de la marca Carulla y lideró el lanzamiento del modelo Carulla Fresh Market. Lleva más de 25 años de experiencia en retail después de ocupar diferentes posiciones en diversas ciudades del mundo, entre ellas, él fue el Presidente de Big C en Vietnam y Gerente de hipermercados de Carrefour en Italia. El Sr. Seneclauze cuenta con una maestría en Retail del Instituto Internacional para el desarrollo Gerencial (IMD), una de las escuelas de negocios más importantes y una Maestría de la Escuela Superior de Comercio de París.
 - José Gabriel Loaiza Herrera, VP de Negocios Internacionales, fue nombrado para liderar adicionalmente la estrategia digital, director de proyectos y la consolidación del centro de servicios compartidos, como VP de Negocios Internacionales y Estrategia Digital. El Sr. Loaiza es profesional en Ingeniería Administrativa de la Universidad de Colombia, una Maestría en Negocios Internacionales, MBA, de la Universidad de Texas A&M y también graduado del programa ejecutivo del Haute École de Commerce (HCE) en Francia. Con alrededor de 17 años en la compañía, el Sr. Loaiza ha obtenido reconocimientos por su logros en los diferentes retos que la Compañía le ha asignado.

- Los Asuntos Corporativos y la Secretaría General se transformó a Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Representante Legal y continuará siendo liderada por la Sra. Claudia Echavarría Uribe, quien ha liderado este departamento por más de cuatro años. La Sra Echavarría tiene un grado en Derecho de la Universidad Pontificia Bolivariana, una Maestría en Leyes de la escuela de Leyes de la Universidad Columbia y fue admitida a la Barra de New York. Ella fue reconocida recientemente por la revista internacional, Chambers & Partners, entre los 100 mejores Abogados Generales en el mundo.
- Finalmente, la Sra. Irina Jaramillo Muskus fue designada como la Gerente de la Marca Carulla. La Sra. Jaramillo fue la Gerente del Negocio textil y reemplazará al Sr. Seneclauze, cuenta con 10 años de experiencia en la Compañía y ha sido líder de la estrategia de democratización del negocio textil. Irina es Ingeniera Administrativa de la Escuela de Ingeniería de Antioquia y está actualmente cursando un programa ejecutivo en Innovación y transformación digital en El Valley, Barcelona.

Premios y Reconocimientos

- Carulla fue premiado como “*El Mejor Retailer Colombiano*” por America retail – el portal de información y servicios para retail más grande en Latinoamérica. El reconocimiento a Carulla fue otorgado por un grupo de expertos en retail, en el marco del “*LatAm Retail CongresShop*” como parte del Salón de la Fama Retail 2019, basado en la ejecución de la innovación, sostenibilidad, comercio electrónico y omnicanal.

II. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

La inflación en el país aumentó a 3.82% versus el 3.43% registrado en el trimestre anterior y el 3.23% del mismo período del año anterior. El desempleo también se incrementó a 10.2% en 3T19 versus el 9.5% visto en 3T18. El ambiente de consumo en Colombia reportó resultados mixtos; la confianza del consumidor se contrajo en 10.7% comparada con -6.3% del trimestre previo y el -0.7% reportado en el 3T18. Por el contrario, las ventas retail excluyendo vehículos y combustibles aumentaron 9.4% durante el trimestre, en línea con la tendencia vista en el 2T19 (+7.2%).

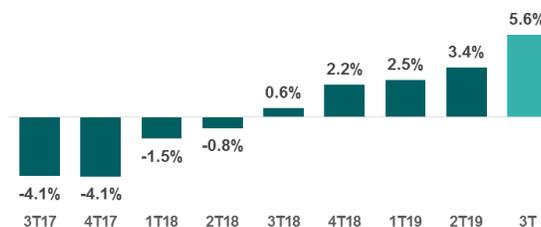
Ventas Netas y mismos metros en Colombia

Variaciones	3T19					9M19				
	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI (2)	B2B & Otros (3)	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI (2)	B2B & Otros (3)
VMM	5.3%	6.2%	2.4%	-1.7%	18.0%	3.6%	4.6%	1.5%	0.0%	20.9%
Total	5.1%	6.9%	3.0%	-5.7%	12.6%	3.7%	5.4%	2.2%	-8.7%	17.0%
VMM ex EC (1)	5.8%	6.9%	2.5%	-1.2%	18.0%	3.8%	4.8%	1.6%	0.1%	20.9%
Total ex EC (1)	5.6%	7.5%	3.2%	-5.2%	12.6%	3.9%	5.6%	2.3%	-8.6%	17.0%
Total MCOP	2,673,127	1,843,052	377,560	292,848	159,667	7,922,962	5,472,493	1,121,321	889,470	439,678

Note: The Colombian perimeter includes the consolidation of Almacenes Exito S.A. and its subsidiaries in the country. (1) Variations in Colombia Net Sales and SSS included the effect of conversions and the calendar effect adjustment of -0.5% in 3Q19. (2) SM & SI: Surtimax and Super Inter brands. (3) B2B & Other: Surtimayorista, Allies, Institutional and third party sellers and the sale of Copacabana property development project worth COP \$11,000 M included only for the 1Q19 base.

- Exitosa estrategia de negocio impulsó las ventas totales y mismos metros por séptimo trimestre consecutivo. Las **Ventas Netas** de Grupo Éxito en Colombia registraron el mejor desempeño de los últimos tres años y aumentaron 5.6% (1) a \$2.67 B en 3T19. Las Ventas Netas aumentaron por encima de la inflación, beneficiadas por el sólido crecimiento del omnicanal (+30.1%) y por la implementación de modelos innovadores como Wowm Fresh Market y Surtimayorista, los cuales representaron 3.9% del 5.1% del aumento en ventas (incluyendo el efecto calendario). Las ventas netas trimestrales fueron también impulsadas por la apertura de 20 tiendas en los últimos 12 meses, especialmente por la expansión de 15 Cash and Carry los cuales aumentaron las ventas en 17.5%. La categoría de no alimentos ganó participación de 191 pb, alcanzando 29.4% en 3T19, debido a una mayor mezcla de electrónica, textiles y productos de hogar.

Evolución ventas totales ajustadas por efecto calendario

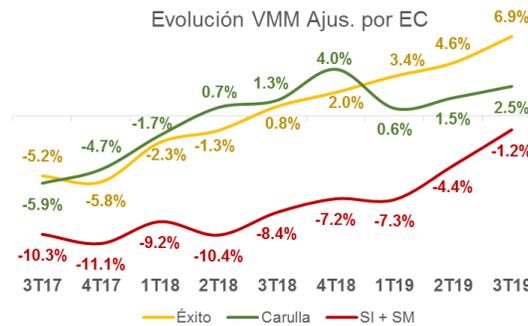


- Ventas Mismos metros (VMM)** en Colombia aumentaron 5.8% (1) en 3T19, principalmente impulsadas por la fuerte tendencia del segmento Éxito. Las Ventas Netas y VMM en Colombia continuaron experimentando una mejora

gradual consistente, principalmente por una mejor base de tiendas, aumento del tráfico total y mismos metros y la estrategia de la Compañía enfocada en innovación y transformación digital.



Ventas Netas y mismos metros Colombia – Por segmento



1) Variaciones en Colombia de ventas netas y VMM incluyeron el efecto de conversiones y el ajuste de efecto calendario de -0.5% en 3T19 and -0.2% en 9M19. (2) SM & SI: Surtimax y Super Inter (3) B2B & Otros: Surtimayorista, Aliados, ventas institucionales y terceros y la venta del lote en desarrollo de Copacabana por \$11,000 M incluidos solo en la base del 1T19.

- Éxito** representó aproximadamente el 69% de la mezcla de ventas en Colombia y experimentó un aumento en ventas de 7.5% ¹⁾ en 3T19. Éxito continuó siendo el segmento de mejor desempeño con niveles de ventas mismos metros positivas por quinto trimestre consecutivo, alcanzando 6.9% ¹⁾ en 3T19 y creció en todas las regiones, especialmente en Santanderes, Boyacá y la costa Atlántica. La categoría de no alimentos aumentó significativamente durante el trimestre a dígito alto, impulsada por el aumento a doble dígito de electrónica y de un dígito alto de la categoría de textiles. El modelo Éxito Wow fue implementado en cinco almacenes, con 2 aperturas en las ciudades de Bogotá y Medellín y arribó por primera vez a Barranquilla. El modelo totalizó 8 tiendas las cuales crecieron 15.7% y representaron 16.5% de la participación de las ventas totales de la marca en 3T19.
- Carulla** representó 14% de las ventas en Colombia y experimentó un incremento de 3.2%⁽¹⁾ y en ventas mismos metros de 2.5%⁽¹⁾ en 3T19. Carulla creció de forma sólida principalmente en la región del Eje cafetero y Cali. La categoría de frescos se benefició del modelo Fresh Market implementado en 3 tiendas (ya alcanzo 9 tiendas en total). Las tiendas Carulla Fresh Market aumentaron ventas 14.9% y representaron 17.3% de las ventas totales de la marca. Carulla fue premiado como “El Mejor Retailer de Colombia” por America Retail, el portal más grande de información y servicios para retail en Latinoamérica.

- **El segmento de bajo costo** relativo a Super Inter y Surtimax, representó el 11% de las ventas en Colombia. El segmento experimentó una disminución de ventas netas en 3T19 de 5.2%⁽¹⁾ y de 1.2%⁽¹⁾ en términos de ventas mismos metros ¹⁾ en Colombia, una recuperación de cerca de 720 pb versus el nivel registrado en el mismo período del año anterior. La Compañía continúa avanzando en planes de productividad, enfocada en marca propia y en el proceso de conversión de almacenes a tiendas Cash & Carry, para compensar el efecto del ambiente competitivo retador en este mercado.
- El segmento **B2B y Otros** ⁽³⁾ representó aproximadamente 6% de las ventas en Colombia durante el 3T19. Las ventas netas en este segmento aumentaron 12.6% durante el trimestre y 18.0% a nivel de ventas mismos metros. Este incremento se benefició del desempeño de la marca Surtimayorista la cual aumentó ventas en 17.5% y en VMM de 18.0% en el 3T19. El formato Cash & Carry abrió 5 tiendas en el trimestre producto de conversiones y de las 15 tiendas abiertas en los últimos 12 meses. Surtimayorista ya alcanzó las 30 tiendas esperadas para el año. Este formato continuó incrementando fuertemente las ventas después de conversiones, registrando un margen EBITDA positivo desde el año 1 y aumentando su participación en las ventas de Colombia a 4.4% en 3T19 (+134 pb vs 3T18).

Desempeño operacional en Colombia

Estado de Resultados

en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	2,673,127	2,543,515	5.1%	7,922,962	7,640,881	3.7%
Otros Ingresos Operacionales	184,834	158,315	16.8%	497,770	427,267	16.5%
Total Ingresos Operacionales	2,857,961	2,701,830	5.8%	8,420,732	8,068,148	4.4%
Utilidad Bruta	660,194	620,322	6.4%	1,909,022	1,850,204	3.2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.1%</i>	<i>23.0%</i>	<i>14 bps</i>	<i>22.7%</i>	<i>22.9%</i>	<i>(26) bps</i>
Total Gastos	(555,835)	(534,436)	4.0%	(1,624,327)	(1,573,812)	3.2%
<i>Margen Gastos</i>	<i>19.4%</i>	<i>19.8%</i>	<i>(33) bps</i>	<i>19.3%</i>	<i>19.5%</i>	<i>(22) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	104,359	85,886	21.5%	284,695	276,392	3.0%
<i>Margen ROI</i>	<i>3.7%</i>	<i>3.2%</i>	<i>47 bps</i>	<i>3.4%</i>	<i>3.4%</i>	<i>(4) bps</i>
EBITDA Recurrente	217,552	192,923	12.8%	618,736	594,923	4.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.6%</i>	<i>7.1%</i>	<i>47 bps</i>	<i>7.3%</i>	<i>7.4%</i>	<i>(3) 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 3T18 vs la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado a ambos en 3T18 y 3T19 y a la reclasificación del gasto al costo del personal y otros conceptos asociados a los procesos de producción de alimentos. 1) Variaciones en ventas totales y mismos metros incluyeron el efecto de las conversiones el ajuste por calendario de -0.5% en 3T19.

- **Ingresos Operacionales** aumentaron 5.8% en 3T19 impulsados por un aumento del tráfico debido a la innovación y el omnicanal (+30.1%). Este resultado se benefició del aumento de las ventas de 5.6%⁽¹⁾ y de otros ingresos operacionales (+16.8%), principalmente de los negocios complementarios (+51.0%). **Otros Ingresos** representaron 6.5% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 3T19 y la ganancia anual de 61 pb reflejaron el solido desempeño de todos los negocios complementarios, principalmente el del negocio inmobiliario (+56.4%) derivado de los proyectos Viva Envigado y Viva Tunja. Los Ingresos operacionales continuaron con la tendencia de progreso vista desde 2018.
- **El margen bruto** en 3T19 ganó 14 pb debido a que los costos crecieron por debajo del crecimiento en ventas a pesar de la alta contribución de la categoría de no alimentos en la mezcla de ventas (+191 pb). En 9M19, el margen bruto como porcentaje de los Ingresos Operacionales disminuyó 26 pb a 22.7%. Los niveles de margen bruto incluyeron el fuerte ajuste contable relacionado con la reclasificación del gasto al costo en ambas bases, en términos de personal y otros ítems asociados con la producción de alimentos.

- **EBITDA recurrente** aumentó 12.8% y ganó 47 pb en 3T19, alcanzando un margen de 7.6%. Para los 9M19, el EBITDA recurrente creció 4.0% para un margen del 7.3%. Las eficiencias en gastos se derivaron de menores gastos operacionales y de mercado. Los márgenes en el acumulado año reflejaron el control en gastos creciendo por debajo de la inflación (Inflación de 3.82%) diluidos por un mayor aumento de ventas.

Omnicanalidad, innovación y transformación digital en Colombia

Omnicanal

Las ventas omnicanal (excluyendo las de los almacenes) en 3T19, representaron 4.4% de las ventas totales de Grupo Éxito en Colombia (+86pb vs 3T18) y aumentaron 30.1% a cerca de \$120,000 M. Los despachos totales del omnicanal en 3T19 fueron de 991,000 (+27% vs 3T18) y ascendieron a 2.7M en 9M19 (+39% vs 9M18)

- **E-commerce:** Éxito.com y carulla.com aumentaron sus ventas 18% en 9M19. Grupo Éxito es el líder del comercio electrónico en Colombia con más de 61 millones de visitas y 370.000 órdenes por año (cifras a 2018).
- **Market Place:** en 3T19 alcanzó cerca de 1.470 vendedores (+28% vs 3T18). La unidad de negocio creció 12.2% en GMV (valor bruto de mercancía) y alcanzó un 33% de penetración en GMV del e-commerce.
- **Last Mile & Domicilios:** disponible para clientes Carulla y Éxito, aumentó 27% en 3T19, beneficiado por la alianza con el líder de la última milla, Rappi, el cual garantiza domicilios en menos de 35 minutos.
- **Catálogos Digitales:** aumento las órdenes en 46.8% y las ventas un 43%. Los dispositivos están disponibles en 183 tiendas en Colombia al 3T19, facilitando la experiencia de compra del consumidor.
- **Click & Collect:** registró un 33.3% de aumento en órdenes en 3T19 y el servicio está disponible para productos de no alimentos en 254 tiendas

Innovación

- **Private Label:** the Company continued positioning the “Frescampo” brand to guarantee the lowest price available with quality. Frescampo aims to compete within the low-cost market. The Company is also positioning “Taeq” which grew sales in 3Q19 by 25% and is already the fourth most important healthy brand in Colombia. Private label represented around mid-teens the share on Colombia sales in 3Q19.
- **Éxito Wow:** modelo lanzado en 2018, presente en las 8 tiendas más importantes en términos de ventas, en las ciudades de Bogotá, Medellín y ahora en Barranquilla. Estas tiendas aumentaron sus ventas 15.7% en 3T19 y representaron 16.5% de las ventas de la marca. El modelo continúa expandiéndose y la expectativa es implementarlo en un total de 9 tiendas durante este año.
- **Carulla Fresh Market:** modelo en operación en 9 tiendas y espera terminar el año en un total de 13. Las tiendas Carulla Fresh Market aumentaron sus ventas 14.9% en 3T19 y representaron 17.3% de las ventas de la marca.
- **Cash and Carry:** La Compañía abrió 5 tiendas Surtimayorista en 3T19 (por conversiones) para un total de 30 tiendas al cierre de septiembre, 2019. Surtimayorista registró un aumento de las ventas de 17.5% y representó 4.4% de las ventas de Colombia en el 3T19 (versus 4.0% en 2Q19). Este formato ya está presente en la Costa Atlántica y en Bogotá. Surtimayorista presentó un sólido nivel de ventas después de las conversiones y mejoró el retorno por menores costos operativos y optimización de las inversiones. Las tiendas presentan margen EBITDA rentable desde el primer año, en comparación con la expansión no rentable de los discounters en Colombia.

- **Marca Propia:** La Compañía continuó posicionando la marca “*Frescampo*” para garantizar el precio más bajo disponible con buena calidad y competir en el mercado de bajo costo. La Compañía también está posicionando a “*Taeq*” la cual aumentó las ventas 25% en 3T19 y ya se constituye como la cuarta marca saludable más importante en Colombia. La marca propia representó alrededor de un dígito medio de participación en las ventas de Colombia en 3T19.

Transformación digital

- **Apps:** las aplicaciones Éxito y Carulla fueron relanzadas en 1T19. Estas aplicaciones alcanzaron cerca de 1.5 M de descargas en 3T19. El promedio por tiquete es 2 veces comparado con los de las tiendas y cerca de 540 mil clientes están ya registrados en “Mi Descuento”.
- **Startups:** la Compañía firmó una alianza estratégica con Rappi para mejorar el servicio de entrega a domicilio y actualmente está trabajando con otras diversas startups con el fin de mejorar el servicio, las actividades operacionales y de soporte.
- **Actividades adicionales**
 - **Desarrollos sin fricciones (frictionless):** para mejorar la experiencia de servicio al cliente en las tiendas especialmente al comprar y pagar el mercado o servicios, reduciendo así la percepción del tiempo de espera a través de la implementación de:
 - ✓ Self-check-out: cliente escanea, paga y empaca.
 - ✓ Mobile POS: cajero en movimiento por el almacén.
 - ✓ Scan & Pay: cliente escanea y recibe la factura en línea para ser procesada por el cajero.
 Shop & Go: cliente escanea y paga en línea a través de la aplicación y sale del almacén con su productos
 - **Servicio al cliente:** actividades para mejorar la relación con los clientes reduciendo la percepción del tiempo de espera, usando canales de última tendencia, tales 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.
 - **Análisis de datos:** 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 optimiza el uso de datos y tendencias.
 - Administración de la Productividad: transformando los procesos a través del enfoque en la agilidad, flexibilidad, eficiencia y precisión de la cadena de abastecimiento.
- **Gestión del recurso humano:**
 - Transformación de la administración del recurso humano con la creación de plataformas en línea para la selección de personal, reclutamiento, entrenamiento y administración de la información del recurso humano

Mejores prácticas e integración

Monetización de activos

Inmobiliario: optimización de los activos de retail y el fortalecimiento de “Viva Malls” para mejorar los retornos de la compañía. Los ingresos de la unidad de negocio inmobiliario crecieron 51.4% en 9M19, impulsados por la apertura en 2018 de Viva Tunja y Viva Envigado (el centro comercial con el mayor tráfico de Medellín)

Grupo Éxito	Viva Malls
Total GLA ^(1,2) = 754k sqm	✓ 18 activos
Área arrendable total ⁽¹⁾ = 745 mil m ²	✓ Área Arrendable total ⁽¹⁾ de 566 mil m ²
✓ 566 mil m ² en Viva Malls	✓ Valor comercial de COP \$2.2 B ⁽³⁾
✓ 188 mil m ² de otros espacios comerciales dentro de las tiendas	✓ Grupo Éxito participa con 51% y FIC 49%

(1) GLA: Gross Leasable Areas- Area arrendable. (2) Cifras a 9M19. (3) Cifras a 2018

Monetización de tráfico: para impulsar el crecimiento apalancando actividades a través del desarrollo de:

- Programas de Lealtad – Puntos Colombia:
 - ✓ En alianza con el Grupo Bancolombia.
 - ✓ Lanzado en agosto de 2018.
 - ✓ El sistema más grande de emisión y redención de puntos en Colombia.
 - ✓ 3.1 millones con habeas data.
 - ✓ +61 millones en transacciones, 54 aliados a 3T19.
 - ✓ Tasa de redención aumentó a 66% en las marcas del Grupo Éxito en 3T19 versus 2T19.
- Negocios Complementarios: desarrollando alianzas con las compañías líderes en diversos sectores para ofrecer otros servicios a nuestros clientes:
 - ✓ Retail financiero
 - ✓ Viajes
 - ✓ Seguros
 - ✓ Telefonía
 - ✓ 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

Estado de Resultados

en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	598,234	572,825	4.4%	1,855,857	1,862,951	(0.4%)
Otros Ingresos Operacionales	6,638	5,892	12.7%	17,419	18,097	(3.7%)
Total Ingresos Operacionales	604,872	578,717	4.5%	1,873,276	1,881,048	(0.4%)
Utilidad Bruta	199,956	191,468	4.4%	635,834	638,223	(0.4%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.1%</i>	<i>33.1%</i>	<i>(3) bps</i>	<i>33.9%</i>	<i>33.9%</i>	<i>1 bps</i>
Total Gastos	(162,054)	(160,413)	1.0%	(497,281)	(497,176)	0.0%
<i>Margen Gastos</i>	<i>26.8%</i>	<i>27.7%</i>	<i>(93) bps</i>	<i>26.5%</i>	<i>26.4%</i>	<i>12 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	37,902	31,055	22.0%	138,553	141,047	(1.8%)
<i>Margen ROI</i>	<i>6.3%</i>	<i>5.4%</i>	<i>90 bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.5%</i>	<i>(10) bps</i>
EBITDA Recurrente	50,621	43,267	17.0%	176,359	177,436	(0.6%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.4%</i>	<i>7.5%</i>	<i>89 bps</i>	<i>9.4%</i>	<i>9.4%</i>	<i>(2) bps</i>

Nota: Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado. Cifras en COP incluyen un efecto de TC de 0.2% en 3T19 y de -2.3% en 9M19. Ventas netas y VMM incluyen el ajuste por el efecto calendario de -0.6% en 3T19 y 0.2% en 9M19.

Venta Netas totales y mismos metros en Uruguay

- El ambiente macroeconómico en Uruguay continuó afectado por una inflación alta (7.8%) la cual se compara con el nivel de 7.4% visto en los trimestres previos, pero menor al 8.3% registrado el mismo período del año anterior. El desempleo también aumentó a 9.1% comparado con el 9.8% registrado en el trimestre anterior.
- Ventas Netas totales y mismos metros** en Uruguay en 3T19, aumentaron 4.8% y 4.3%, respectivamente, ambos excluyendo el efecto calendario y en moneda local, versus el mismo período del año anterior. Estos niveles confirmaron la tendencia de recuperación vista desde el 2T19 (1.9% en ventas netas y 1.0% mismos metros). La mezcla de alimentos en Uruguay aumentó 4.5% a 88.2% impulsado por el sólido desempeño de Fresh Market y las tiendas de conveniencia Devoto Express. La categoría de no alimentos creció principalmente en la línea Hogar (un dígito alto).

Desempeño Operacional en Uruguay

- Los resultados de Uruguay en pesos colombianos pesos registraron un efecto de tipo de cambio de 0.2% y -2.3% en 3T19 y en 9M19, respectivamente.
- Ingresos Operacionales** aumentaron 4.5% en 3T19, impulsados por una intensa actividad promocional y el sólido desempeño de la categoría de alimentos impulsada por las tiendas Fresh Market.
- Margen bruto** en 3T19 fue 33.1% y 33.9% in 9M19, aumentando por encima de las ventas y a pesar de la intensa actividad promocional.
- EBITDA** recurrente aumentó 17.0% para un margen de 8.4% en 3T19, como porcentaje de los Ingresos Operacionales y permaneció estable en 9.4% en 9M19 versus el mismo período del año anterior. Los **GA&V** en moneda local aumentaron por debajo de la inflación (0.7% vs 7.8%) debido a menores gastos de mercadeo, laborales y de distribución.

Argentina

Estado de Resultados

en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	156,616	234,264	(33.1%)	648,187	830,893	(22.0%)
Otros Ingresos Operacionales	9,002	14,552	(38.1%)	32,389	51,494	(37.1%)
Total Ingresos Operacionales	165,618	248,816	(33.4%)	680,576	882,387	(22.9%)
Utilidad Bruta	58,357	86,371	(32.4%)	227,599	303,770	(25.1%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>35.2%</i>	<i>34.7%</i>	<i>52 bps</i>	<i>33.4%</i>	<i>34.4%</i>	<i>(98) bps</i>
Total Gastos	(51,186)	(77,355)	(33.8%)	(223,616)	(284,352)	(21.4%)
<i>Margen Gastos</i>	<i>30.9%</i>	<i>31.1%</i>	<i>(18) bps</i>	<i>32.9%</i>	<i>32.2%</i>	<i>63 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	7,171	9,016	(20.5%)	3,983	19,418	(79.5%)
<i>Margen ROI</i>	<i>4.3%</i>	<i>3.6%</i>	<i>71 bps</i>	<i>0.6%</i>	<i>2.2%</i>	<i>(162) bps</i>
EBITDA Recurrente	7,183	11,824	(39.3%)	14,237	29,632	(52.0%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>4.3%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(42) bps</i>	<i>2.1%</i>	<i>3.4%</i>	<i>(127) bps</i>

Note: Nota: Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado. Incluye el ajuste hiperinflacionario (NIIF 29) y el efecto de TC de -62.0% en 3T19 y de -50.1% en 9M19 calculado con la tasa cierre. (1) en moneda local.(2) Según CAME, las ventas retail argentinas se contrajeron 12.8% YT-Sep.

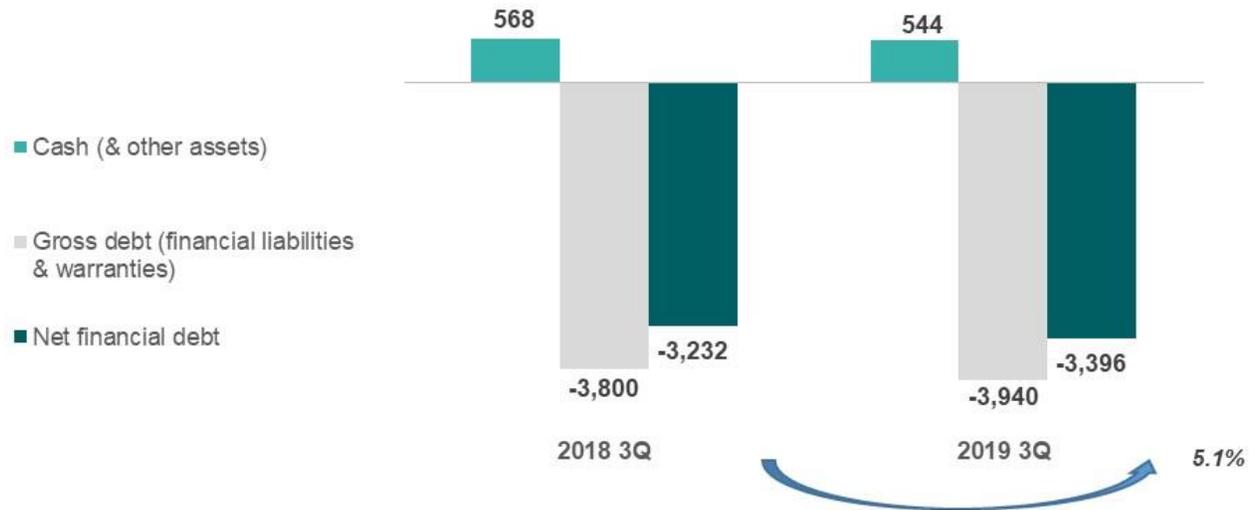
Ventas Netas totales y mismos metros en Argentina

- Argentina registró una leve disminución de la inflación (53.5%) versus la registrada en 2T19 (55.4%). La tasa de intervención alcanzó el 69% la cual se compara con 59.5% del 2T19. Las ventas retail continuaron afectadas y se contrajeron 12.8% año corrido a septiembre de 2019 (según CAME) versus el mismo período del año anterior.
- Libertad reportó un aumento del 37.5% en términos de Ventas netas y de 38.1% de crecimiento en ventas mismos metros en moneda local para el trimestre, excluyendo el ajuste IAS29. A pesar de la contracción en ventas retail, las ventas de Libertad se vieron impulsadas por la categoría de no alimentos (+41.6%) principalmente por las categorías de hogar y electrónica, beneficiados por una intensa actividad promocional.

Desempeño Operacional en Argentina

- El Desempeño de Libertad en pesos colombianos tuvo un efecto de tasa de cambio de -62.0% y -50.1% en 3T19 y en 9M19, respectivamente adicional al ajuste hiperinflacionario – IAS 29.
- Ingresos Operacionales** aumentaron 75.1% en moneda local, con ventas creciendo 37.5% ajustadas por efecto calendario, producto de una intensa campaña promocional y a pesar del 12.8% de contracción de las ventas retail en Argentina, según CAME. Las ventas netas excluyendo IAS29, aumentaron 36.7% vs 3T18. Este resultado también continuó beneficiándose de la sólida contribución del modelo dual inmobiliario-retail (+31.2% de crecimiento).
- Margen bruto aumentó 52 pb a 35.2% en 3T19 y disminuyó 98 pb a 33.4% en 9M19, como porcentaje de los Ingresos operacionales en pesos colombianos. El margen del trimestre mejoró derivado de la optimización de precios y la sólida contribución del negocio inmobiliario.
- El margen EBITDA recurrente** permaneció positivo en 4.3% en 3T19 y en 2.1% en 9M19, como porcentaje de los Ingresos Operacionales y a pesar del ambiente macro retador. Los **GA&V** en 3T19 mejoraron debido a menores gastos de ocupación y laborales.

IV. Desempeño Financiero a nivel Holding ⁽¹⁾



(1) Holding: Almacenes Éxito S.A results without Colombian or international subsidiaries. Note: IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) – Market Reference Rate: 4.127%, Libor 3M 2.0851%.

Deuda financiera neta a nivel holding

- **En 3T19, la DFN a nivel holding** alcanzó aproximadamente \$3.4 B, representando un increment del 5.1% comparado con septiembre de 2018. La suma adicional de \$164.000 M reflejó el menor gasto financiero y una tasa repo estable en 4.25% en 3T19 versus el mismo período del año anterior, compensado por una mayor inversión. Las tasas de interés continuaron por debajo de IBR3M + 3.5% en pesos colombianos y de LIBOR3M + 1.75% en USD.
- La deuda bruta aumentó \$140,000 M.

V. 2019 Perspectivas

Colombia

- Expansión en retail de 18 a 20 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones), incluyendo al menos 5 Éxito WOW, 5 Carulla Fresh Market y 10 Surtimayorista.
- Crecimiento de los ingresos del retail y negocios complementarios (principalmente relacionados con el negocio inmobiliario).
- Lograr que más del 20% del total de las ventas provengan de actividades de innovación como WOW, Fresh Market, Cash & Carry y omnicanal.
- Alcanzar un margen EBITDA recurrente al menos en línea con los niveles registrados en 2018.
- CAPEX: de aproximadamente \$ 270.000 millones enfocados en optimización de tiendas, innovación y transformación digital.

Uruguay

- 4 Fresh Market se agregarán al modelo estratégico en 2019 (versus 6 en 2018, cerca de 30% de participación en las ventas).
- Continuación del programa de excelencia operacional para incrementar la productividad y hacer frente al efecto de la inflación sobre los gastos.

Argentina

- Optimizar el portafolio inmobiliario actual.

LatAm

- Potenciar el plan de sinergias, compartir mejores prácticas y construir iniciativas conjuntas enfocadas en innovación, incluyendo:
 - ✓ Experiencia omnicanal: Soluciones en cajas de pago y mejora de la experiencia de recorrido del cliente.
 - ✓ Mejora de canales y formatos: E-commerce, formatos premium, proximidad, Cash & Carry, WOW, Fresh Market.
 - ✓ Innovación y transformación digital: aplicaciones, innovación entre filiales, monetización del tráfico, programas de fidelización.
 - ✓ Sinergias de productividad: compras conjuntas, cadena de suministro, estrategias para la reducción de gastos, mejor asignación de CAPEX, economías de escala.

VI. Pilares estratégicos 2019 - 2021

La estrategia de Grupo Éxito para el período 2019-2021 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 será desde la Alta Dirección hacia la base de la Compañía.



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. Digital Transformation

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

Detalles de la Teleconferencia

**Almacenes Éxito S.A.
(BVC: ÉXITO)**

Cordialmente lo invita a participar de la conferencia de resultados del tercer trimestre de 2019

Fecha: Viernes, noviembre 15 de 2019

Hora: 9:00 a.m. Hora de NYC

9:00 a.m. Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente

Manfred Gartz, 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

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

Conferencia número: 49148026

Almacenes Éxito S.A. reportará los resultados del tercer trimestre el jueves 14 de noviembre de 2019, después de cierre de Mercado.

La presentación webcast y audio está disponible en

www.grupoexito.com.co bajo "Accionistas" o en:

<http://event.onlineseminarsolutions.com/wcc/r/2125080-1/A9C897D34D3426708CD1F12229C93C12>

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

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

Próxima publicación de resultados

Resultados del cuarto trimestre de 2019 – Pendiente de confirmación

RI y Prensa

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas

+ (571) 746 70 70 ext. 314236

maria.morenorodriguez@grupo-exito.com

Grupo Éxito Calle 80 - Cr 59 A No. 79 – 30

Claudia Moreno B.

Directora de Comunicaciones

+ (574) 604 96 96 ext. 305174

claudia.moreno@grupo-exito.com

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

Descripción de la Compañía

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

En 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

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.
- **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. Impactos IFRS 16 – Estado de resultados consolidado trimestral

Estado de Resultados Consolidado en millones de pesos colombianos	3Q19	Adj	3Q19	3Q18	Adj	3Q18	% Var	% Var
	Pre IFRS16	3Q19	Post IFRS16	Pre IFRS16	3Q18	Post IFRS16	Pre IFRS16	Post IFRS16
Ventas Netas	3,424,872	-	3,424,872	3,347,504	-	3,347,504	2.3%	2.3%
Otros Ingresos Operacionales	199,597	-	199,597	177,472	-	177,472	12.5%	12.5%
Total Ingresos Operacionales	3,624,469	-	3,624,469	3,524,976	-	3,524,976	2.8%	2.8%
Costo de Ventas	(2,704,478)	13,851	(2,690,627)	(2,626,403)	11,187	(2,615,216)	3.0%	2.9%
Costo Depreciación y Amortización	(5,874)	(10,262)	(16,136)	(5,853)	(7,082)	(12,935)	0.4%	24.7%
Utilidad Bruta	914,117	3,589	917,706	892,720	4,105	896,825	2.4%	2.3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.2%</i>		<i>25.3%</i>	<i>25.3%</i>		<i>25.4%</i>	<i>(10) bps</i>	<i>(12) bps</i>
Gastos O&AV	(719,572)	61,083	(658,489)	(723,081)	61,335	(661,746)	(0.5%)	(0.5%)
Gasto Depreciación y Amortización	(71,638)	(38,150)	(109,788)	(70,148)	(38,974)	(109,122)	2.1%	0.6%
Total Gastos	(791,210)	22,933	(768,277)	(793,229)	22,361	(770,868)	(0.3%)	(0.3%)
<i>Margen Gastos</i>	<i>21.8%</i>		<i>21.2%</i>	<i>22.5%</i>		<i>21.9%</i>	<i>(67) bps</i>	<i>(67) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (RO)	122,907	26,522	149,429	99,491	26,466	125,957	23.5%	18.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>3.4%</i>		<i>4.1%</i>	<i>2.8%</i>		<i>3.6%</i>	<i>57 bps</i>	<i>55 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(5,330)	212	(5,118)	16,881	4	16,885	N/A	N/A
Utilidad Operacional (EBIT)	117,577	26,734	144,311	116,372	26,470	142,842	1.0%	1.0%
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.2%</i>		<i>4.0%</i>	<i>3.3%</i>		<i>4.1%</i>	<i>(6) bps</i>	<i>(7) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(96,804)	(31,120)	(127,924)	(102,723)	(33,598)	(136,321)	(5.8%)	(6.2%)
Resultado de Asociadas y Negocios C	1,232	-	1,232	(1,888)	-	(1,888)	N/A	N/A
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	22,005	(4,386)	17,619	11,761	(7,128)	4,633	87.1%	N/A
Impuesto Renta	(2,065)	1,134	(931)	(7,832)	1,843	(5,989)	(73.6%)	(84.5%)
Resultado Neto Operaciones Continu	19,940	(3,252)	16,688	3,929	(5,285)	(1,356)	N/A	N/A
Participación de no Controlantes	(147,149)	(22,079)	(169,228)	(84,886)	(88,480)	(173,366)	73.3%	(2.4%)
Resultado Neto Operaciones Discontin	135,653	27,920	163,573	71,281	71,943	143,224	90.3%	14.2%
Resultado Neto Grupo Éxito	8,444	2,589	11,033	(9,676)	(21,822)	(31,498)	N/A	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.2%</i>		<i>0.3%</i>	<i>(0.3%)</i>		<i>(0.9%)</i>	<i>51 bps</i>	<i>120 bps</i>
EBITDA Recurrente	200,419	74,934	275,353	175,492	72,522	248,014	14.2%	11.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.5%</i>		<i>7.6%</i>	<i>5.0%</i>		<i>7.0%</i>	<i>55 bps</i>	<i>56 bps</i>
EBITDA	195,089	75,146	270,235	192,373	72,526	264,899	1.4%	2.0%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>5.4%</i>		<i>7.5%</i>	<i>5.5%</i>		<i>7.5%</i>	<i>(7) bps</i>	<i>(6) bps</i>

Note: La comparación de las bases del 3T19 y 3T18 excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo IFRS16. Las cifras incluyen el segmento Brasil clasificado como operación discontinua.

2. Impactos IFRS 16 – Estado de Resultados acumulado 9M

Estado de Resultados Consolidado en millones de pesos colombianos	9M19	Adj	9M19	9M18	Adj	9M18	% Var	% Var
	Pre IFRS16	9M19	Post IFRS16	Pre IFRS16	9M18	Post IFRS16	Pre IFRS16	Post IFRS16
Ventas Netas	10,423,901	-	10,423,901	10,329,634	-	10,329,634	0.9%	0.9%
Otros Ingresos Operacionales	544,654	-	544,654	493,596	-	493,596	10.3%	10.3%
Total Ingresos Operacionales	10,968,555	-	10,968,555	10,823,230	-	10,823,230	1.3%	1.3%
Costo de Ventas	(8,189,800)	36,555	(8,153,245)	(8,028,002)	33,064	(7,994,938)	2.0%	2.0%
Costo Depreciación y Amortización	(20,692)	(24,823)	(45,515)	(18,525)	(20,798)	(39,323)	11.7%	15.7%
Utilidad Bruta	2,758,063	11,732	2,769,795	2,776,703	12,266	2,788,969	(0.7%)	(0.7%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.1%</i>		<i>25.3%</i>	<i>25.7%</i>		<i>25.8%</i>	<i>(51) bps</i>	<i>(52) bps</i>
Gastos O&AV	(2,192,008)	186,059	(2,005,949)	(2,210,819)	184,518	(2,026,301)	(0.9%)	(1.0%)
Gasto Depreciación y Amortización	(219,617)	(116,969)	(336,586)	(207,877)	(117,934)	(325,811)	5.6%	3.3%
Total Gastos	(2,411,625)	69,090	(2,342,535)	(2,418,696)	66,584	(2,352,112)	(0.3%)	(0.4%)
<i>Margen Gastos</i>	<i>22.0%</i>		<i>21.4%</i>	<i>22.3%</i>		<i>21.7%</i>	<i>(36) bps</i>	<i>(38) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	346,438	80,822	427,260	358,007	78,850	436,857	(3.2%)	(2.2%)
<i>Margen ROI</i>	<i>3.2%</i>		<i>3.9%</i>	<i>3.3%</i>		<i>4.0%</i>	<i>(15) bps</i>	<i>(14) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(39,087)	803	(38,284)	(36,057)	182	(35,875)	8.4%	6.7%
Utilidad Operacional (EBIT)	307,351	81,625	388,976	321,950	79,032	400,982	(4.5%)	(3.0%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>2.8%</i>		<i>3.5%</i>	<i>3.0%</i>		<i>3.7%</i>	<i>(17) bps</i>	<i>(16) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(256,055)	(93,560)	(349,615)	(307,152)	(99,522)	(406,674)	(16.6%)	(14.0%)
Resultado de Asociadas y Negocios Con	(6,097)	-	(6,097)	12,494	-	12,494	NA	NA
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	45,199	(11,935)	33,264	27,292	(20,490)	6,802	65.6%	NA
Impuesto Renta	(11,285)	3,484	(7,801)	53,400	5,738	59,138	NA	NA
Resultado Neto Operaciones Continuas	33,914	(8,451)	25,463	80,692	(14,752)	65,940	(58.0%)	(61.4%)
Participación de no Controlantes	(840,133)	5,156	(834,977)	(664,794)	(39,835)	(704,629)	26.4%	18.5%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	779,848	10,147	789,995	703,414	27,680	731,094	10.9%	8.1%
Resultado Neto Grupo Éxito	(26,371)	6,852	(19,519)	119,312	(26,907)	92,405	NA	NA
<i>Margen Neto</i>	<i>(0.2%)</i>		<i>(0.2%)</i>	<i>1.1%</i>		<i>0.9%</i>	<i>(134) bps</i>	<i>(103) bps</i>
EBITDA Recurrente	586,747	222,614	809,361	584,409	217,582	801,991	0.4%	0.9%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.3%</i>		<i>7.4%</i>	<i>5.4%</i>		<i>7.4%</i>	<i>(5) bps</i>	<i>(3) bps</i>
EBITDA	547,660	223,417	771,077	548,352	217,764	766,116	(0.1%)	0.6%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>5.0%</i>		<i>7.0%</i>	<i>5.1%</i>		<i>7.1%</i>	<i>(7) bps</i>	<i>(5) bps</i>

Nota: La comparación de las bases del 3T19 y 3T18 excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo IFRS16. . Las cifras incluyen el segmento Brasil clasificado como operación discontinua.

3. Impactos IFRS - Estado de Resultados por país – Colombia

Colombia - (pre y post NIIF 16)

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	3Q19 Pre IFRS16	Adj 3Q19	3Q19 Post IFRS16	3Q18 Pre IFRS16	Adj 3Q18	3Q18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	2,857,961	-	2,857,961	2,701,830	-	2,701,830	5.8%	5.8%
Utilidad Bruta	656,605	3,589	660,194	616,217	4,105	620,322	6.6%	6.4%
<i>Margen Bruto</i>	23.0%		23.1%	22.8%		23.0%	17 bps	14 bps
Total Gastos	(574,682)	18,847	(555,835)	(553,027)	18,591	(534,436)	3.9%	4.0%
<i>Margen Gastos</i>	20.1%		19.4%	20.5%		19.8%	(36) bps	(33) bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	81,923	22,436	104,359	63,190	22,696	85,886	29.6%	21.5%
<i>Margen ROI</i>	2.9%		3.7%	2.3%		3.2%	53 bps	47 bps
Utilidad Operacional (EBIT)	78,982	22,608	101,590	60,929	22,700	83,629	29.6%	21.5%
EBITDA Recurrente	151,305	66,247	217,552	129,052	63,871	192,923	17.2%	12.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	5.3%		7.6%	4.8%		7.1%	52 bps	47 bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	9M19 Pre IFRS16	Adj 9M19	9M19 Post IFRS16	9M18 Pre IFRS16	Adj 9M18	9M18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	8,420,732	-	8,420,732	8,068,148	-	8,068,148	4.4%	4.4%
Utilidad Bruta	1,897,290	11,732	1,909,022	1,837,938	12,266	1,850,204	3.2%	3.2%
<i>Margen Bruto</i>	22.5%		22.7%	22.8%		22.9%	(25) bps	(26) bps
Total Gastos	(1,681,216)	56,889	(1,624,327)	(1,629,228)	55,416	(1,573,812)	3.2%	3.2%
<i>Margen Gastos</i>	20.0%		19.3%	20.2%		19.5%	(23) bps	(22) bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	216,074	68,621	284,695	208,710	67,682	276,392	3.5%	3.0%
<i>Margen ROI</i>	2.6%		3.4%	2.6%		3.4%	(2) bps	(4) bps
Utilidad Operacional (EBIT)	181,946	68,793	250,739	157,551	67,864	225,415	15.5%	11.2%
EBITDA Recurrente	422,122	196,614	618,736	403,349	191,574	594,923	4.7%	4.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	5.0%		7.3%	5.0%		7.4%	1 bps	(3) bps

4. IFRS 16 Impactos - Estado de Resultados por país - Uruguay

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	3Q19 Pre IFRS16	Adj 3Q19	3Q19 Post IFRS16	3Q18 Pre IFRS16	Adj 3Q18	3Q18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	604,872	-	604,872	578,717	-	578,717	4.5%	4.5%
Utilidad Bruta	199,956	-	199,956	191,468	-	191,468	4.4%	4.4%
<i>Margen Bruto</i>	33.1%		33.1%	33.1%		33.1%	(3) bps	(3) bps
Total Gastos	(166,124)	4,070	(162,054)	(164,114)	3,701	(160,413)	1.2%	1.0%
<i>Margen Gastos</i>	27.5%		26.8%	28.4%		27.7%	(89) bps	(93) bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	33,832	4,070	37,902	27,354	3,701	31,055	23.7%	22.0%
<i>Margen ROI</i>	5.6%		6.3%	4.7%		5.4%	87 bps	90 bps
Utilidad Operacional (EBIT)	31,243	4,074	35,317	27,345	3,701	31,046	14.3%	13.8%
EBITDA Recurrente	41,943	8,678	50,621	34,785	8,482	43,267	20.6%	17.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	6.9%		8.4%	6.0%		7.5%	92 bps	89 bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	9M19 Pre IFRS16	Adj 9M19	9M19 Post IFRS16	9M18 Pre IFRS16	Adj 9M18	9M18 Post IFRS16	% Var Pre IFRS16	% Var Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	1,873,276	-	1,873,276	1,881,048	-	1,881,048	(0.4%)	(0.4%)
Utilidad Bruta	635,834	-	635,834	638,223	-	638,223	(0.4%)	(0.4%)
<i>Margen Bruto</i>	33.9%		33.9%	33.9%		33.9%	1 bps	1 bps
Total Gastos	(509,355)	12,074	(497,281)	(508,065)	10,889	(497,176)	0.3%	0.0%
<i>Margen Gastos</i>	27.2%		26.5%	27.0%		26.4%	18 bps	12 bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	126,479	12,074	138,553	130,158	10,889	141,047	(2.8%)	(1.8%)
<i>Margen ROI</i>	6.8%		7.4%	6.9%		7.5%	(17) bps	(10) bps
Utilidad Operacional (EBIT)	123,132	12,688	135,820	129,624	10,889	140,513	(5.0%)	(3.3%)
EBITDA Recurrente	150,587	25,772	176,359	152,115	25,321	177,436	(1.0%)	(0.6%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	8.0%		9.4%	8.1%		9.4%	(5) bps	(2) bps

Nota: La comparación de las bases del 3T19 y 3T18 excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo IFRS16.

5. IFRS 16 Impactos - Estado de Resultados por país - Argentina

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	3Q19	Adj	3Q19	3Q18	Adj	3Q18	% Var	% Var
	Pre IFRS16	3Q19	Post IFRS16	Pre IFRS16	3Q18	Post IFRS16	Pre IFRS16	Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	165,618	-	165,618	248,816	-	248,816	(33.4%)	(33.4%)
Utilidad Bruta	58,357	-	58,357	86,371	-	86,371	(32.4%)	(32.4%)
<i>Margen Bruto</i>	35.2%		35.2%	34.7%		34.7%	52 bps	52 bps
Total Gastos	(51,202)	16	(51,186)	(77,424)	69	(77,355)	(33.9%)	(33.8%)
<i>Margen Gastos</i>	30.9%		30.9%	31.1%		31.1%	(20) bps	(18) bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	7,155	16	7,171	8,947	69	9,016	(20.0%)	(20.5%)
<i>Margen ROI</i>	4.3%		4.3%	3.6%		3.6%	72 bps	71 bps
Utilidad Operacional (EBIT)	7,355	52	7,407	28,098	69	28,167	(73.8%)	(73.7%)
EBITDA Recurrente	7,174	9	7,183	11,655	169	11,824	(38.4%)	(39.3%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	4.3%		4.3%	4.7%		4.8%	(35) bps	(42) bps

Estado de Resultados en millones de pesos colombianos	9M19	Adj	9M19	9M18	Adj	9M18	% Var	% Var
	Pre IFRS16	9M19	Post IFRS16	Pre IFRS16	9M18	Post IFRS16	Pre IFRS16	Post IFRS16
Total Ingresos Operacionales	680,576	-	680,576	882,387	-	882,387	(22.9%)	(22.9%)
Utilidad Bruta	227,599	-	227,599	303,770	-	303,770	(25.1%)	(25.1%)
<i>Margen Bruto</i>	33.4%		33.4%	34.4%		34.4%	(98) bps	(98) bps
Total Gastos	(223,743)	127	(223,616)	(284,631)	279	(284,352)	(21.4%)	(21.4%)
<i>Margen Gastos</i>	32.9%		32.9%	32.3%		32.2%	62 bps	63 bps
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	3,856	127	3,983	19,139	279	19,418	(79.9%)	(79.5%)
<i>Margen ROI</i>	0.6%		0.6%	2.2%		2.2%	(160) bps	(162) bps
Utilidad Operacional (EBIT)	2,244	144	2,388	34,775	279	35,054	(93.5%)	(93.2%)
EBITDA Recurrente	14,009	228	14,237	28,945	687	29,632	(51.6%)	(52.0%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	2.1%		2.1%	3.3%		3.4%	(122) bps	(127) bps

Nota: La comparación de las bases del 3T19 y 3T18 excluyendo e incluyendo el ajuste retrospectivo IFRS16adjustment.

6. Estado de Resultados Consolidado

Estado de Resultados Consolidado

en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	3,424,872	3,347,504	2.3%	10,423,901	10,329,634	0.9%
Otros Ingresos Operacionales	199,597	177,472	12.5%	544,654	493,596	10.3%
Total Ingresos Operacionales	3,624,469	3,524,976	2.8%	10,968,555	10,823,230	1.3%
Costo de Ventas	(2,690,627)	(2,615,216)	2.9%	(8,153,245)	(7,994,938)	2.0%
Costo Depreciación y Amortización	(16,136)	(12,935)	24.7%	(45,515)	(39,323)	15.7%
Utilidad Bruta	917,706	896,825	2.3%	2,769,795	2,788,969	(0.7%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.4%</i>	<i>(12) bps</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.8%</i>	<i>(52) bps</i>
Gastos O&AV	(658,489)	(661,746)	(0.5%)	(2,005,949)	(2,026,301)	(1.0%)
Gasto Depreciación y Amortización	(109,788)	(109,122)	0.6%	(336,586)	(325,811)	3.3%
Total Gastos	(768,277)	(770,868)	(0.3%)	(2,342,535)	(2,352,112)	(0.4%)
<i>Margen Gastos</i>	<i>21.2%</i>	<i>21.9%</i>	<i>(67) bps</i>	<i>21.4%</i>	<i>21.7%</i>	<i>(38) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	149,429	125,957	18.6%	427,260	436,857	(2.2%)
<i>Margen ROI</i>	<i>4.1%</i>	<i>3.6%</i>	<i>55 bps</i>	<i>3.9%</i>	<i>4.0%</i>	<i>(14) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(5,118)	16,885	N/A	(38,284)	(35,875)	6.7%
Utilidad Operacional (EBIT)	144,311	142,842	1.0%	388,976	400,982	(3.0%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.0%</i>	<i>4.1%</i>	<i>(7) bps</i>	<i>3.5%</i>	<i>3.7%</i>	<i>(16) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(127,924)	(136,321)	(6.2%)	(349,615)	(406,674)	(14.0%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	1,232	(1,888)	N/A	(6,097)	12,494	N/A
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	17,619	4,633	N/A	33,264	6,802	N/A
Impuesto Renta	(931)	(5,989)	(84.5%)	(7,801)	59,138	N/A
Resultado Neto Operaciones Continuas	16,688	(1,356)	N/A	25,463	65,940	(61.4%)
Participación de no Controlantes	(169,228)	(173,366)	(2.4%)	(834,977)	(704,629)	18.5%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	163,573	143,224	14.2%	789,995	731,094	8.1%
Resultado Neto Grupo Éxito	11,033	(31,498)	N/A	(19,519)	92,405	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.3%</i>	<i>(0.9%)</i>	<i>N/A</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>0.9%</i>	<i>N/A</i>
EBITDA Recurrente	275,353	248,014	11.0%	809,361	801,991	0.9%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.6%</i>	<i>7.0%</i>	<i>56 bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.4%</i>	<i>(3) bps</i>

Nota: Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado y el efecto del TC (-4.8% y -2.9% en ventas y margen EBITDA recurrente en 3T19 y de -4.9% y -2.4% respectivamente en 9M19). Incluye el ajuste hiperinflacionario (IAS 29) en Argentina. Y el del segmento de Brasil como operación discontinua.

7. Estado de resultados e inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q19	3Q19	3Q19
Ventas netas	2,673,127	598,234	156,616	3,424,872
Otros Ingresos Operacionales	184,834	6,638	9,002	199,597
Total Ingresos Operacionales	2,857,961	604,872	165,618	3,624,469
Costo de Ventas	(2,183,097)	(403,502)	(107,209)	(2,690,627)
Costo Depreciación y Amortización	(14,670)	(1,414)	(52)	(16,136)
Utilidad Bruta	660,194	199,956	58,357	917,706
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.1%</i>	<i>33.1%</i>	<i>35.2%</i>	<i>25.3%</i>
Gastos O&AV	(457,312)	(150,749)	(51,226)	(658,489)
Gasto Depreciación y Amortización	(98,523)	(11,305)	40	(109,788)
Total Gastos	(555,835)	(162,054)	(51,186)	(768,277)
<i>Margen Gastos</i>	<i>19.4%</i>	<i>26.8%</i>	<i>30.9%</i>	<i>21.2%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	104,359	37,902	7,171	149,429
<i>Margen ROI</i>	<i>3.7%</i>	<i>6.3%</i>	<i>4.3%</i>	<i>4.1%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(2,769)	(2,585)	236	(5,118)
Utilidad Operacional (EBIT)	101,590	35,317	7,407	144,311
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.6%</i>	<i>5.8%</i>	<i>4.5%</i>	<i>4.0%</i>
Resultado Financiero Neto	(104,842)	(3,949)	(19,133)	(127,924)
EBITDA Recurrente	217,552	50,621	7,183	275,353
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.6%</i>	<i>8.4%</i>	<i>4.3%</i>	<i>7.6%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	77,078	17,829	1,160	902,674
<i>en moneda local</i>	77,078	191	28	

Nota: Cifras consolidadas incluyen eliminaciones y ajustes. Las cifras incluyen el ajuste retrospectivo de IFRS 16. Las cifras incluyen el segmento Brasil clasificado como operación discontinua

8. Balance General Consolidado

Balance General Consolidado en millones de pesos colombianos	Dec 2018	Sep 2019	Var %
ACTIVOS	72,311,162	55,919,553	(22.7%)
Activo corriente	38,408,297	45,429,548	18.3%
Caja y equivalentes de caja	5,973,680	837,367	(86.0%)
Inventarios	6,720,396	1,986,126	(70.4%)
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	1,000,267	344,267	(65.6%)
Activos por impuestos	724,290	398,800	(44.9%)
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	23,572,841	41,602,782	76.5%
Otros	416,823	260,206	(37.6%)
Activos No Corrientes	33,902,865	10,490,005	(69.1%)
Plusvalía	5,436,868	2,999,143	(44.8%)
Otros activos intangibles	5,199,801	300,960	(94.2%)
Propiedades, planta y equipo	12,317,515	3,911,915	(68.2%)
Propiedades de Inversión	1,633,625	1,617,045	(1.0%)
Derechos de uso	5,141,400	1,142,142	(77.8%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	804,400	225,000	(72.0%)
Activo por impuesto diferido	133,991	176,342	31.6%
Activos por impuestos	2,302,451	-	N/A
Otros	932,814	117,458	(87.4%)
PASIVOS	53,848,693	39,469,408	(26.7%)
Pasivo corriente	37,836,809	35,310,230	(6.7%)
Cuentas por pagar	13,117,074	3,393,526	(74.1%)
Pasivos por arrendamiento	858,349	189,080	(78.0%)
Obligaciones financieras	2,291,116	1,812,646	(20.9%)
Otros pasivos financieros	1,037,191	85,509	(91.8%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	19,618,293	29,564,865	50.7%
Pasivos por impuestos	298,699	56,124	(81.2%)
Otros	616,087	208,480	(66.2%)
Pasivos no corrientes	16,011,884	4,159,178	(74.0%)
Cuentas por pagar	40,720	117	(99.7%)
Pasivos por arrendamiento	4,577,359	1,194,019	(73.9%)
Obligaciones financieras	4,633,554	2,807,074	(39.4%)
Otras provisiones	2,330,648	19,721	(99.2%)
Pasivo por impuesto diferido	1,409,857	112,824	(92.0%)
Pasivos por impuestos	397,014	2,155	(99.5%)
Otros	2,622,732	23,268	(99.1%)
PATRIMONIO	18,462,469	16,450,145	(10.9%)

Nota: Incluye el segmento de Brasil como activo mantenido para la venta en la base de Dic de 2018. Las diferencias en la base versus la reportada en 2018 están asociadas al ajuste retrospectivo de la norma NIIF 16

9. Flujo de Caja Consolidado

Flujo de Caja Consolidado

en millones de pesos colombianos	Sep 2019	Sep 2018	Var %
Ganancia	815,458	797,034	2.3%
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	2,599,021	3,274,616	-20.6%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(2,252,534)	(2,000,730)	12.6%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(36,108)	(1,418,905)	-97.5%
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	7,893,876	1,550,493	N/A
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efec	5,605,234	(1,869,142)	N/A
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalen	(131,536)	(592,662)	-77.8%
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	5,473,698	(2,461,804)	N/A
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	5,973,680	5,281,618	13.1%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo de la operaci	10,610,011	-	N/A
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	837,367	2,819,814	-70.3%

Nota: Las cifras incluyen el segmento de Brasil como una operación discontinua. La diferencia en la base vs la reportada en 2018 está asociada al ajuste retrospectivo IFRS16 aplicado.

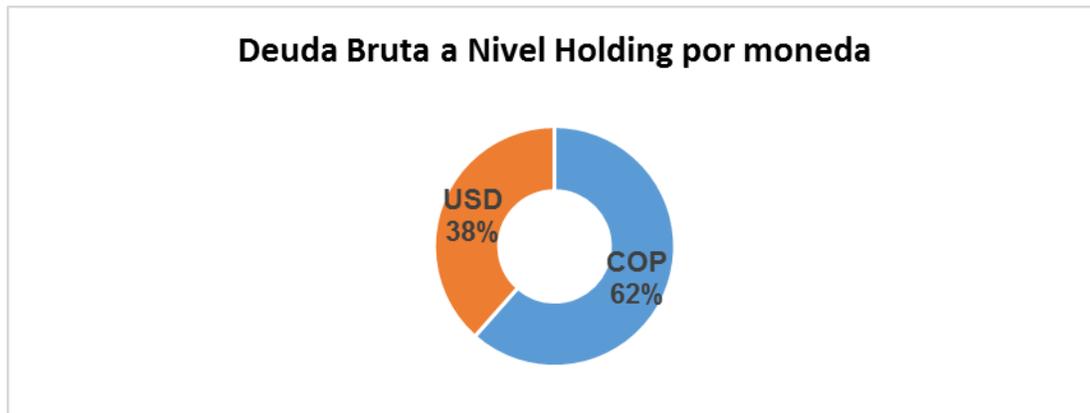
10. Indicadores Financieros

	Indicators at Consolidated Level		Indicators at Holding Level	
	September 2019	December 2018	September 2019	December 2018
Assets / Liabilities	1.42	1.34	1.80	1.78
Liquidity (Current Assets / Current Liabilities)	1.29	1.02	1.47	0.74

11. Deuda por país- moneda y vencimiento

Deuda neta por país

30 Sep de 2019 (millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,411,485	420,738	66,490	1,898,713
Deuda de largo plazo	2,808,162	-	-	2,808,162
Total deuda bruta ⁽¹⁾	4,219,647	420,738	66,490	4,706,875
Efectivo y equivalentes de efectivo	670,619	136,066	31,240	837,925
Deuda Neta	3,549,028	284,672	35,250	3,868,950



Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Sep de 2019 (millones de pesos)	Valor nominal ⁽³⁾	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	30/09/2019 ⁽⁴⁾
Largo plazo	1,850,000	Variable	Agosto 2025	1,167,535
Mediano plazo COP	838,000	Variable	Diciembre 2021	535,616
Mediano plazo- Bilateral	158,380	Fija	Abril 2021	158,380
Mediano plazo- USD	1,557,905	Variable	Diciembre 2020	1,557,905
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	430,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Febrero 2020	100,000
Total deuda bruta	5,104,284			4,049,435

(1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda nominal (4) Los créditos en USD fueron convertidos a COP utilizando la tasa de cierre del Banco de la República a Septiembre 30 de 2019 (3,462,01).

12. Estado de Resultados a nivel Holding ⁽¹⁾

Estado de Resultados						
en millones de pesos colombianos	3Q19	3Q18	% Var	9M19	9M18	% Var
Ventas Netas	2,675,083	2,546,788	5.0%	7,934,566	7,655,190	3.6%
Otros Ingresos Operacionales	116,049	109,449	6.0%	293,652	286,838	2.4%
Total Ingresos Operacionales	2,791,132	2,656,237	5.1%	8,228,218	7,942,028	3.6%
Utilidad Bruta	598,402	572,155	4.6%	1,723,975	1,716,923	0.4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>21.4%</i>	<i>21.5%</i>	<i>(10) bps</i>	<i>21.0%</i>	<i>21.6%</i>	<i>(67) bps</i>
Total Gastos	(532,650)	(525,813)	1.3%	(1,530,140)	(1,521,227)	0.6%
<i>Margen Gastos</i>	<i>19.1%</i>	<i>19.8%</i>	<i>(71) bps</i>	<i>18.6%</i>	<i>19.2%</i>	<i>(56) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	65,752	46,342	41.9%	193,835	195,696	(1.0%)
<i>Margen ROI</i>	<i>2.4%</i>	<i>1.7%</i>	<i>61 bps</i>	<i>2.4%</i>	<i>2.5%</i>	<i>(11) bps</i>
Utilidad Operacional (EBIT)	62,960	44,314	42.1%	160,980	147,215	9.4%
<i>Margen EBIT</i>	<i>2.3%</i>	<i>1.7%</i>	<i>59 bps</i>	<i>2.0%</i>	<i>1.9%</i>	<i>10 bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	11,033	(31,498)	N/A	(19,519)	92,405	N/A
<i>Margen Neto</i>	<i>0.4%</i>	<i>(1.2%)</i>	<i>158 bps</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>1.2%</i>	<i>(140) bps</i>
EBITDA Recurrente	170,186	149,306	14.0%	503,183	503,757	(0.1%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.1%</i>	<i>5.6%</i>	<i>48 bps</i>	<i>6.1%</i>	<i>6.3%</i>	<i>(23) bps</i>

(1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias Colombianas o internacionales Las diferencias en la base 3T18 vs. las reportadas en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado

13. Balance General a nivel Holding ⁽¹⁾

Balance General en millones de pesos colombianos	Dec 2018	Sep 2019	Var %
ACTIVOS	16,931,625	15,832,751	-6%
Activo corriente	3,914,728	6,846,212	75%
Caja y equivalentes de caja	1,885,868	543,765	(71.2%)
Inventarios	1,398,724	1,612,807	15.3%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	218,109	149,772	(31.3%)
Activos por impuestos	168,907	358,529	N/A
Otros	243,120	4,181,339	N/A
Activos No Corrientes	13,016,897	8,986,539	(31.0%)
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	144,245	152,725	5.9%
Propiedades, planta y equipo	2,055,879	2,046,457	(0.5%)
Propiedades de Inversión	97,680	89,442	(8.4%)
Derechos de uso	1,299,546	1,260,351	(3.0%)
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negoci	7,755,192	3,715,700	(52.1%)
Otros	211,278	268,787	27.2%
PASIVOS	9,520,410	8,772,932	(7.9%)
Pasivo corriente	5,286,047	4,647,747	(12.1%)
Cuentas por pagar	3,567,527	2,727,167	(23.6%)
Pasivos por arrendamiento	179,392	192,878	7.5%
Obligaciones financieras	1,042,781	1,304,681	25.1%
Otros pasivos financieros	111,269	66,845	(39.9%)
Pasivos por impuestos	50,458	41,898	(17.0%)
Otros	334,620	314,278	(6.1%)
Pasivos no corrientes	4,234,363	4,125,185	(2.6%)
Pasivos por arrendamiento	1,327,404	1,284,728	(3.2%)
Obligaciones financieras	2,838,433	2,769,897	(2.4%)
Otras provisiones	38,788	47,315	22.0%
Pasivos por impuestos	-	-	0.0%
Otros	29,738	23,245	(21.8%)
PATRIMONIO	7,411,215	7,059,819	(4.7%)

(1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias Colombianas o internacionales Las diferencias en la base 3T18 vs. la reportada en 2018 están asociadas a NIIF16 retrospectivo aplicado

14. Tiendas y área de ventas

<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m2)</u>
3T19		
Colombia		
Éxito	246	625,386
Carulla	97	85,836
Surtimax	92	45,111
Super Inter	70	65,754
Surtimayorista	30	31,377
Total Colombia	535	853,464
Uruguay		
Devoto	60	40,325
Disco	29	33,452
Geant	2	16,411
Total Uruguay	91	90,188
Argentina		
Libertad	15	103,967
Mini Libertad	10	1,981
Total Argentina	25	105,948
TOTAL	651	1,049,600

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”.
