

# Almacenes Éxito S.A.

## Resultados Financieros Consolidados 4T18 - 2018

Envigado, Colombia, Febrero 28 de 2019 - Almacenes Éxito S.A. (“Éxito” o “la Compañía”) (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el cuarto trimestre de 2018, período terminado el 31 de diciembre de 2018 (4T18). Todas las cifras están expresadas en millones de pesos colombianos.

### Sólido Crecimiento de la Utilidad Neta impulsado por Mejoras en Productividad e Innovación

#### HECHOS DESTACADOS

##### Financieros

- **Los Ingresos Operacionales Consolidados** aumentaron sólidamente en 10.2%<sup>(3)</sup> en 4T18 y 8.9%<sup>(3)</sup> en 2018, impulsados por el crecimiento de las ventas netas en todos los países <sup>(1)</sup> y el aumento doble dígito <sup>(1)</sup> de los negocios complementarios.
- **El Margen EBITDA Recurrente** creció 51 pbs a 6.2%<sup>(2)</sup> en 4T18 y 40 pbs a 5.7%<sup>(2)</sup> para el año 2018, producto de las actividades comerciales, de innovación y las mejoras en productividad en todos los países.
- **La Utilidad Neta aumentó 28.3%** a \$279.403 millones en 2018 comparada con \$217.713 millones en 2017.
- **El indicador de Deuda Neta/EBITDA:** fue de 1.23 veces a nivel consolidado y 3.11 veces a nivel holding.

##### Operacionales

- **Innovación del portafolio de tiendas:** 2 Éxito Wow, 27 Fresh Market, 28 Cash & Carry, 13 CompreBem, 23 Mercado Extra y varias renovaciones en los países (incluyendo 15 tiendas Pão de Açúcar).
- **Transformación digital:** desarrollo del servicio de última milla y fortalecimiento de la estrategia omnicanal.
- **Avance consistente en la monetización del tráfico:** “Puntos Colombia” y expansión de Viva Malls (+115.000 m<sup>2</sup> de área arrendable en 4T18).
- **Los beneficios recurrentes por sinergias alcanzaron** el total esperado de **\$160 millones de dólares**.
- Las inversiones consolidadas fueron de \$929.000 millones en 4T18 y de \$2.46 billones en 2018 (55% en expansión).

##### Perspectivas

- Expansión enfocada en tiendas Cash & Carry en Colombia y Brasil y en el formato de Proximidad en Brasil.
- Implementación de modelos innovadores como Wow y Fresh Market.
- Fortalecimiento de la transformación digital con enfoque en innovación y expansión omnicanal.
- Potencial del plan de sinergias producto de mejores prácticas compartidas y la construcción de futuras iniciativas enfocadas en innovación conjunta.

*“En 2018, la innovación contribuyó positivamente a los resultados de Grupo Éxito en la región. La Compañía aumentó las ventas netas en los 4 países, alcanzó 1.533 tiendas con 140.000 empleados y lideró el negocio omnicanal. En Colombia, Grupo Éxito enfocó su estrategia en modelos innovadores y modernos canales virtuales. En Brasil, el sólido crecimiento de ventas provino de la consolidación de la marca Assaí, las dinámicas de Multivarejo y la estrategia de transformación digital. En Uruguay, la unidad de negocio reportó un desempeño resiliente en medio de un entorno macro retador. En Argentina, la estrategia dual retail – inmobiliario le permitió a la Compañía registrar mejores resultados que el promedio de los competidores. De igual forma, estamos complacidos con el resultado obtenido en el proceso de sinergias, ya que la Compañía excedió el beneficio recurrente establecido para 2018 y alcanzó el total esperado a nivel consolidado de \$160 millones de dólares, un año antes del tiempo esperado. Los beneficios del proceso de sinergias reflejaron la creación de valor de la Compañía en todos los países. Nuestro objetivo hacia adelante es continuar con las propuestas diferenciadoras para nuestros clientes a través de la innovación y la transformación digital”* indicó Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente Grupo Éxito.

(1) En moneda local (2) Cifras excluyendo el efecto de los créditos fiscales (3) Excluye el efecto cambiario negativo de 9.6% a nivel de las ventas y de 9.9% a nivel del EBITDA en 4T18 y de 10.5% en las ventas y del 10.4% en el EBITDA en 2018.

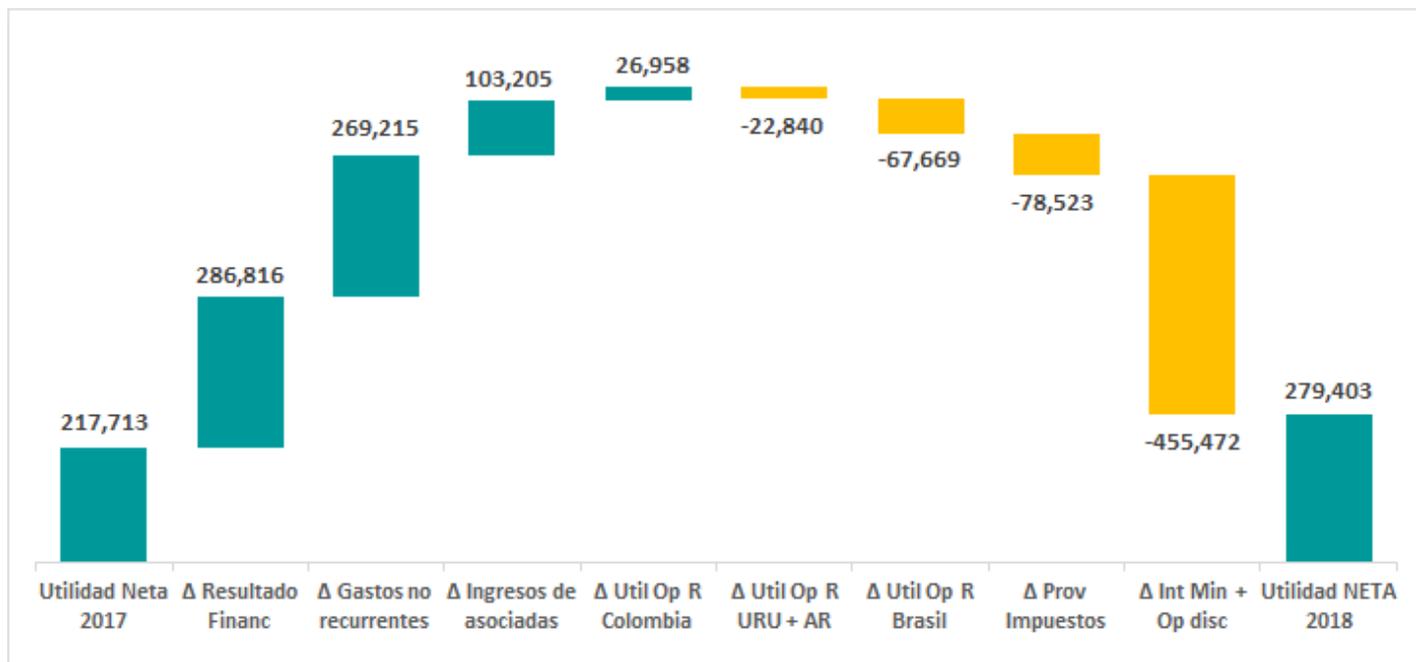
## I. Desempeño Financiero y Operacional Consolidado

Estado de Resultados Consolidado	4T18	4T17	%Var	FY18	FY17	%Var
	Millones de pesos	Millones de pesos		Millones de pesos	Millones de pesos	
Ventas Netas	15,382,189	15,476,821	-0.6%	54,009,077	55,556,241	-2.8%
Otros Ingresos	283,573	252,805	12.2%	1,027,093	886,562	15.9%
Ingresos Operacionales	15,665,762	15,729,626	-0.4%	55,036,170	56,442,803	-2.5%
Utilidad Bruta <i>Margen bruto</i>	3,786,351 24.2%	4,124,243 26.2%	-8.2% -205 bps	13,444,560 24.4%	14,294,681 25.3%	-5.9% -90 bps
Gastos de Administración y Ventas <i>GA&amp;V/Ingresos Operacionales</i>	-2,954,884 -18.9%	-3,178,139 -20.2%	-7.0% 134 bps	-10,909,136 -19.8%	-11,695,706 -20.7%	-6.7% 90 bps
Utilidad Operacional recurrente <i>Margen operacional Recurrente</i>	831,467 5.3%	946,104 6.0%	-12.1% -71 bps	2,535,424 4.6%	2,598,975 4.6%	-2.4% bps
Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito <i>Margen neto</i>	160,091 1.0%	187,374 1.2%	-14.6% -17 bps	279,403 0.5%	217,713 0.4%	N/A 12 bps
EBITDA recurrente <i>Margen EBITDA recurrente</i>	1,085,498 6.9%	1,214,818 7.7%	-10.6% -79 bps	3,506,320 6.4%	3,618,060 6.4%	-3.1% -4 bps
EBITDA <i>Margen EBITDA</i>	1,067,458 6.9%	1,068,047 6.9%	-0.1% 0.0%	3,308,123 6.1%	3,150,648 5.7%	5.0% 0.0%
Utilidad Bruta excluyendo ajuste <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	3,668,500 23.4%	3,800,610 24.2%	-3.5% -74 bps	13,053,619 23.7%	13,644,641 24.2%	-4.3% -46 bps
EBITDA Recurrente excluyendo ajuste <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	967,647 6.2%	891,185 5.7%	8.6% 51 bps	3,115,379 5.7%	2,968,020 5.3%	5.0% 40 bps

Nota: No incluye a Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua). Las diferencias en la base del 4T17 versus la reportada en 2017 están asociadas a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación. Las cifras incluyen el ajuste hiperinflacionario IAS29 realizado en Argentina.

- **Los Ingresos Operacionales consolidados en 4T18** aumentaron 10.2%<sup>(2)</sup> impulsados por el incremento de 10.0%<sup>(2)</sup> en las ventas netas de las operaciones en Sur América y el sólido desempeño de los otros ingresos operacionales (25.4%<sup>(2)</sup>). **Los Ingresos Operacionales en 2018** aumentaron 8.9% <sup>(2)</sup> derivado del crecimiento del 8.6%<sup>(2)</sup> en ventas netas y el sólido desempeño de otros ingresos (27.4% <sup>(2)</sup>). **Las ventas netas consolidadas** totalizaron \$54 billones en 2018, beneficiadas por la apertura (incluyendo conversiones) de 76 tiendas en los últimos 12 meses.
- **El Margen Bruto** en 4T18 y en 2018 reflejó un ambiente de retail más competitivo y una mayor participación de los formatos de bajo costo, que afectaron el resultado positivo proveniente del control de costos y de las compras conjuntas en los países.
- **Los Gastos de Administración y Venta** disminuyeron 134 pbs en 4T18 y 90 pbs en 2018, como porcentaje de los Ingresos Operacionales, comparado con el mismo período del año anterior. Los gastos reflejaron el resultado positivo de los esfuerzos en productividad, que llevaron a que los gastos crecieran por debajo de la inflación en todos los países en los cuales la Compañía opera.

- **El Margen Operacional Recurrente** fue de 5.3% en 4T18 y permaneció estable en 2018 en 4.6%. **El margen EBITDA Recurrente** se expandió 51 pbs en 4T18 a 6.2% y 40 pbs en 2018 a 5.7%, al excluir el efecto de créditos fiscales en Brasil. Los márgenes consolidados reflejaron las eficiencias operacionales en Colombia y Brasil.
- **La Utilidad Neta atribuible al Grupo** en 2018 mejoró y fue de \$279.403 millones, la cual se compara con los \$217.713 millones obtenidos en 2017.



La **Utilidad Neta** aumentó 28.3% versus el 2017, principalmente por:

- Un menor gasto por intereses debido a tasas repo más bajas en Brasil (-50 pbs a 6.5%) y en Colombia (-50 pbs a 4.25%).
- El efecto positivo de la disminución de los gastos no recurrentes.
- Un mayor ingreso de asociadas relacionado con las operaciones consolidadas en Brasil.
- Un mejor desempeño operacional en Colombia como resultado de los esfuerzos en productividad.

Es importante tener en cuenta que hubo efectos negativos relacionados con el desempeño operacional de las unidades de negocio internacional debido al efecto negativo de la tasa de cambio, mayores impuestos y el desempeño de las operaciones discontinuas.

## Utilidad por Acción (UPA)

- La utilidad diluida por acción fue de \$624,22 en 2018, un incremento del 28.3% versus 2017.

## CAPEX

- **Las inversiones consolidadas** en 4T18 alcanzaron \$929.000 millones y \$2.46 billones en 2018, de los cuales el 55% se invirtió en actividades de expansión.

- En Colombia, el CAPEX totalizó \$411.000 millones en 2018 de los cuales cerca del 69% correspondió a proyectos de expansión, incluyendo la construcción de los centros comerciales Viva Envigado y Viva Tunja.

## Expansión en Tiendas

- La Compañía abrió 43 tiendas (29 de conversiones) en 4T8 y 76 durante los últimos doce meses (47 de conversiones).
- En 4T18 en Colombia, Grupo Éxito abrió 2 Éxito, 1 Carulla y 3 Surtimayorista (de conversiones). En Brasil, la Compañía renovó 3 tiendas Pão de Açúcar y abrió 10 Assaí, 13 Compre Bem (de conversiones) y 13 Mercado Extra (conversiones de Extra Super). En Uruguay, 1 tienda abrió bajo la marca Devoto Express.
- Como resultado, Grupo Éxito finalizó el año con 1.533 tiendas de retail de alimentos. Estas tiendas estuvieron geográficamente diversificadas así: 554 en Colombia, 863 en Brasil, 89 en Uruguay y 27 en Argentina. El total de tiendas en Brasil no incluye las farmacias, estaciones de gasolina y las tiendas de la operación discontinua de Via Varejo; ni los aliados, tanto en Colombia como en Brasil. El área de ventas de la compañía consolidada alcanzó 2.85 millones de metros cuadrados en 2018.

## Expansión Inmobiliaria

- **Viva Malls:** En Colombia, la Compañía abrió Viva Envigado y Viva Tunja y agregó cerca de 115.000 metros cuadrados en área arrendable adicional en 4T18. El área total de Viva Envigado es de 138.00 m<sup>2</sup> y de 35.000 m<sup>2</sup> en Viva Tunja. El total de área arrendable de Viva Malls es de 570.000 m<sup>2</sup> en 2018.
- **Negocio Inmobiliario:** La Compañía totalizó 735.000 m<sup>2</sup> de área arrendable, 570.000 de Viva Malls como se explicó anteriormente y 165.000 m<sup>2</sup> de otras áreas comerciales en las tiendas. El negocio inmobiliario contribuyó con una tercera parte de los otros ingresos operacionales de la Compañía.

## Actividades Estratégicas en la Región en 2018

### Actividades que mejoraron las ventas y el desempeño operacional y financiero:

- ✓ Ejecución del plan de excelencia operacional en todos los países para mantener el crecimiento de los gastos de administración y ventas por debajo de los niveles de inflación.
- ✓ Ejecución del Plan de Sinergias: Los beneficios recurrentes anuales por sinergias alcanzaron los \$160 millones de dólares en 2018 (versus los \$120 millones de dólares esperados) y provinieron de:
  - 28 iniciativas.
  - Actividades de compras conjuntas con ahorros a nivel del costo.
  - Expansión en formatos clave: Cash & Carry en Colombia y Brazil y Proximidad en Uruguay.
  - Fortalecimiento del modelo textil en los cuatro países.
  - Implementación adicional del modelo de Fresh Market en Tiendas premium.

### Expansión en Formatos:

- ✓ Expansión rentable en todos los países.
- ✓ Expansión del Cash & Carry: 28 tiendas entre aperturas y conversiones (10 en Colombia, 18 en Brasil).
- ✓ Conveniencia en Uruguay (5 tiendas).
- ✓ Actividades de remodelación de tiendas en Brasil (15 Pão de Açúcar).

#### Monetización del tráfico:

- ✓ “*Puntos Colombia*” alianza en Colombia, inició de operaciones el 1 de Agosto de 2018.
- ✓ Fortalecimiento del programa de lealtad en Brasil con el desarrollo de la aplicación “*Meu Desconto*”.
- ✓ Priorización del modelo dual Retail - Inmobiliario en Argentina.
- ✓ Expansión de Viva Malls en Colombia con la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja.

## **Logros en Sostenibilidad**

- ✓ Grupo Éxito fue seleccionado entre las 10 compañías en Colombia con las mejores prácticas de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social, liderando el ranking del sector de comercio, según la encuesta de *Merco*. (1T18)
- ✓ Grupo Éxito fue reconocido por la Oficina de Transparencia de la Presidencia de la República como una de las “13 Empresas Activas en Anticorrupción – Negocios con Principios”. La Oficina de Transparencia estudió 10 aspectos en 23 compañías, las cuales solicitaron voluntariamente evaluar la implementación y uso de políticas y procedimientos de prevención, control interno y mitigación de los riesgos de corrupción. (2T18)
- ✓ La estrategia de Sostenibilidad de la Compañía y las prácticas anti-corrupción fueron reconocidas también por ANDESCO, en la categoría de “Mejor Compañía de Gran Tamaño de Otro Sector en Colombia” en su vigésimo evento anual nacional e internacional. ANDESCO, Asociación Nacional de Servicios Públicos y Comunicaciones, evaluó 23 compañías en cinco aspectos: ambiente de trabajo, de mercado, social, de medio ambiente y de gobierno corporativo. Los evaluadores fueron varias organizaciones académicas, sociales y de medio ambiente. (2T18)
- ✓ Grupo Éxito fue ratificado por sexto año consecutivo dentro del índice Dow Jones de Sostenibilidad para Mercados Emergentes. La Compañía recibió 64 puntos, su más alto puntaje desde que fue incluida en el índice y ocupó el puesto 12. (3T18)
- ✓ La Bolsa de Valores de Colombia reconoció por sexto año consecutivo las mejores prácticas de Relación con Inversionistas de Grupo Éxito. (4T18)
- ✓ La Fundación Éxito ayudó a 63.400 niños en 2018 (+22% comparado con 2017).
- ✓ Carulla Fresh Market fue reconocido por el *British Institute of Grocery Distribution – IGD*, entre los “16 Mejores Supermercados para visitar en 2019” en el mundo, y fue el único supermercado reconocido en Latinoamérica. (4T18)
- ✓ Assaí fue reconocido como una de las marcas Brasileñas más valiosas y fue el primer Cash & Carry en ser incluido en la medición, según información de Interbrand y publicada por la revista Exame. (4T18)

## II. Desempeño Financiero y Operacional por país

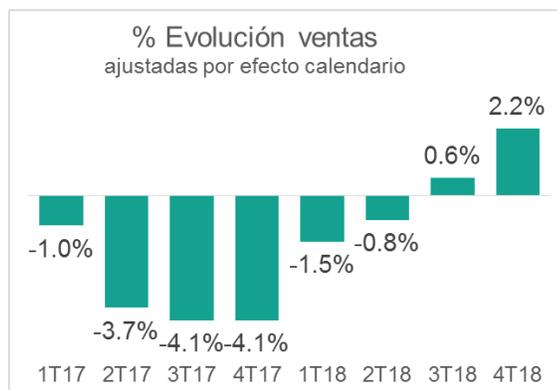
### Ventas Netas – Colombia

En M COP	4T18			Ajustado por efecto calendario <sup>(1)</sup>		12M18			Ajustado por efecto calendario <sup>(1)</sup>	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
<b>Total Colombia</b>	<b>2,967,964</b>	<b>1.1%</b>	<b>0.7%</b>	<b>2.2%</b>	<b>1.7%</b>	<b>10,626,527</b>	<b>0.0%</b>	<b>-0.6%</b>	<b>0.2%</b>	<b>-0.4%</b>
Éxito	2,070,152	1.6%	0.7%	3.0%	2.0%	7,281,012	0.3%	-0.3%	0.5%	-0.1%
Carulla	422,283	3.5%	3.6%	4.0%	4.0%	1,519,237	1.0%	1.0%	1.1%	1.2%
Surtimax + Super Inter	332,017	-9.3%	-7.7%	-8.8%	-7.2%	1,345,332	-8.9%	-9.0%	-8.8%	-8.8%
B2B + Otros <sup>(2)</sup>	143,512	16.1%	24.7%	16.1%	24.7%	480,946	26.1%	36.9%	26.1%	36.9%

(1) Variaciones en las ventas netas de Colombia y ventas mismos metros incluyendo el efecto de conversiones y el efecto calendario de -1.1% en 4T18 y -0.2% en 2018.

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

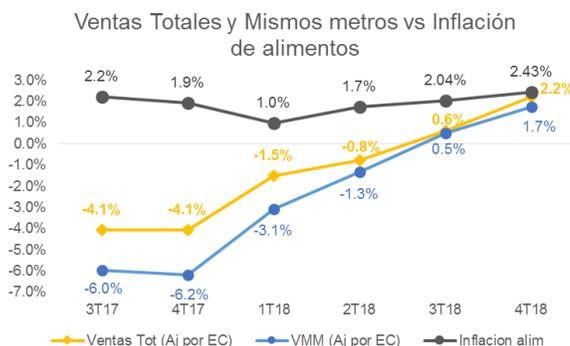
- Colombia presentó un comportamiento macroeconómico mixto durante 2018. El índice de confianza del consumidor alcanzó un nivel negativo de 8.3% y estuvo afectado principalmente por la incertidumbre generada por las elecciones presidenciales y la “ley de financiamiento” presentada por el presidente recientemente elegido, Iván Duque. El desempleo también alcanzó su pico y registró un nivel de 9.7%. En contraste, las tasas de interés disminuyeron 50 pbs a 4.25% durante el año y la inflación permaneció bajo control en 3.18% en 2018 comparada con el 4.09% presentado en 2017. Las ventas de comercio al por menor continuaron su tendencia al alza con un crecimiento del 5.8% a diciembre, excluyendo combustibles y vehículos.
- Las Ventas Netas** de Grupo Éxito en Colombia totalizaron \$2.97 billones y aumentaron 2.2% en 4T18, mientras que en 2018 alcanzaron los \$10.63 billones, un aumento del 0.2%, ajustadas por el efecto calendario en ambos períodos. La mezcla de ventas de la categoría de alimentos disminuyó a 68% y 71% en 4T18 y 2018, respectivamente, comparada con el mismo período del año anterior. Hubo un incremento de aproximadamente 100 pbs del segmento de no alimentos en los dos períodos, principalmente impulsado por una mayor mezcla de la categoría de productos electrónicos, debido a la implementación del modelo WOW en dos tiendas Éxito y el efecto de la copa mundial de fútbol.



- Las ventas netas anuales también se beneficiaron de la apertura de 17 tiendas, especialmente por la expansión de 10 Cash & Carry, formato que aumentó sus ventas 24.3% en 4T18 y 47.8% en 2018. De igual forma, las ventas netas en 4T18 se beneficiaron de la implementación del modelo Fresh Market en dos tiendas Carulla. Un total de 6

tiendas se sumaron a nuestro modelo estratégico en 2018. La Omnicanalidad también registró un crecimiento sólido del 37.3% en 4T18 y 33.4% en 2018, contribuyendo a las ventas netas con aproximadamente \$367.000 millones en 2018 para una participación de 3.4% sobre el total de las ventas en Colombia.

- **Las ventas mismos metros en Colombia** crecieron 1.7% en 4T18, mientras fueron levemente negativas en 0.4% al ajustarlas por el efecto calendario en 2018. Las ventas netas totales y mismos metros en Colombia continuaron con una mejora gradual consistente, cuando se comparan con los niveles observados en 2017, principalmente impulsadas por el foco estratégico en innovación.



- **El segmento Éxito** representó aproximadamente 70% de la mezcla de ventas en Colombia y registró un aumento en ventas del 3.0% en 4T18 al ajustar por efecto calendario. En 2018, éste segmento representó aproximadamente el 69% de la mezcla en Colombia y experimentó un aumento del 0.5% en las ventas, ajustadas por efecto calendario. Las ventas mismos metros fueron positivas por segundo trimestre consecutivo alcanzando un crecimiento de 2.0% en 4T18, que se compara con los bajos niveles alcanzados por la marca de -5.7% durante el mismo período del año anterior, incluyendo el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario. En 2018, las ventas mismos metros fueron levemente negativas en 0.1%, las cuales se comparan con el -3.9% visto en 2017, ambos períodos incluyendo las conversiones y el ajuste de efecto calendario.
- La tendencia positiva de ventas mismos metros y ventas totales continuó por segundo trimestre, lo cual se compara con el desempeño negativo visto en los 6 trimestres previos. La marca Éxito aumentó sus ventas en la mayoría de las regiones principalmente en Cali, la región cafetera, la costa atlántica, Medellín y Santander, beneficiadas por el sólido desempeño de las categorías electrónica, hogar y textiles. Éste aumento de la categoría de no alimentos es producto de la implementación del formato WOW en dos tiendas, Éxito Envigado y Éxito Country, ambas representaron 5.9% de participación de las ventas totales de la marca y aumentaron las ventas en doble dígito.
- **El segmento Carulla** representó aproximadamente 14% de la mezcla de ventas en 4T18 y en 2018. La marca experimentó crecimiento por tercer trimestre consecutivo después de estar por cinco períodos en niveles negativos. Las ventas totales de la marca aumentaron fuertemente en 4.0% en 4T18 y en 1.1% en 2018, lo cual se compara favorablemente con la contracción vista en 4T17 de 4.7% y de 3.8% en 2017, incluyendo el ajuste por efecto calendario y por conversiones. Carulla aumentó sus ventas principalmente en Cali y la región cafetera tanto en 4T18 como en 2018, beneficiadas por las categorías de frescos, hogar y textiles. La marca continuó reportando saludables niveles doble dígito de margen EBITDA.
- Durante 4T18, Carulla continuó expandiendo su modelo Fresh Market, el cual se implementó en 2 tiendas, Carulla San Lucas en Medellín y Carulla Plaza Claro en Bogotá. De esta forma, la marca totalizó 6 Carulla bajo este modelo, los cuales representaron el 12% de las ventas del segmento en 2018 y aumentaron sus ventas en doble dígito. Carulla Fresh Market fue reconocido por la firma británica *IGD Retail Analysis*, entre los “16 Supermercados para visitar en 2019” en el mundo y fue además el único supermercado seleccionado en Latinoamérica.

- **Surtimax y Super Inter** representaron aproximadamente 11% y 13% de la mezcla de ventas en 4T18 y en 2018, respectivamente. El segmento de bajo costo continuó experimentando una recuperación por segundo trimestre consecutivo en aproximadamente 200 pbs, en términos de ventas en 4T18, comparado con el mismo período del año anterior, ajustado por el efecto calendario. Este mejor desempeño es el resultado del ajuste en las estrategias relacionadas con precio, surtido y logística y la renovación de 10 tiendas Super Inter.
- El segmento **B2B y Otros** aumentaron su contribución a las ventas en Colombia en 60 pbs a 4.8% y en 90 pbs a 4.5% en 2018. Las ventas netas de este segmento aumentaron en 16.1% en 4T18 y alcanzaron 26.1% en 2018, mientras que el aumento en ventas mismos metros fue de 24.7% y 36.9%, respectivamente, al ajustarlas por efecto calendario. El desempeño de las ventas continuó beneficiándose de la expansión de 3 tiendas Surtimayorista abiertas en 4T18 y de 10 abiertas durante el año. La marca totalizó 18 Cash & Carry en 2018 y aumentó las ventas en cerca de 2 veces, después de ser convertidas. Las ventas totales de Surtimayorista aumentaron 24.3% en 4T18 y en 47.8% en el año y los mismos metros aumentaron 24.7% y 36.9% respectivamente. La mezcla de ventas de Surtimayorista fue de 3.1% en 2018 y la marca continuó registrando un margen EBITDA positivo.

## Desempeño Operacional en Colombia

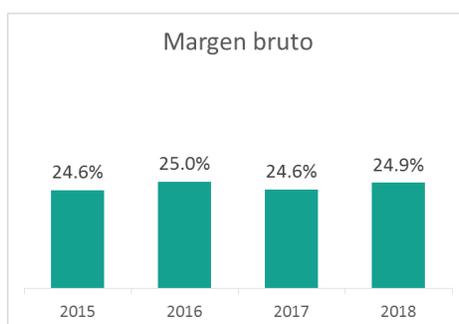
Colombia	4T18	4T17	2T18/17	2018	2017	9M18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>2,967,964</b>	<b>2,934,445</b>	<b>1.1%</b>	<b>10,626,527</b>	<b>10,623,405</b>	<b>0.0%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>180,896</b>	<b>140,482</b>	<b>28.8%</b>	<b>609,293</b>	<b>487,602</b>	<b>25.0%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>3,148,860</b>	<b>3,074,927</b>	<b>2.4%</b>	<b>11,235,820</b>	<b>11,111,007</b>	<b>1.1%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>824,218</b> 26.2%	<b>777,877</b> 25.3%	<b>6.0%</b>	<b>2,803,217</b> 24.9%	<b>2,737,701</b> 24.6%	<b>2.4%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-622,811</b> -19.8%	<b>-602,342</b> -19.6%	<b>3.4%</b>	<b>-2,396,351</b> -21.3%	<b>-2,357,793</b> -21.2%	<b>1.6%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>201,407</b> 6.4%	<b>175,535</b> 5.7%	<b>14.7%</b>	<b>406,866</b> 3.6%	<b>379,908</b> 3.4%	<b>7.1%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>266,186</b> 8.5%	<b>244,154</b> 7.9%	<b>9.0%</b>	<b>651,796</b> 5.8%	<b>632,768</b> 5.7%	<b>3.0%</b>

Nota: El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus subsidiarias en el país. La diferencia en las bases del 4T17 y 2017 versus las reportadas en 2017 está asociada a reclasificaciones a nivel del costo y gasto para efectos de comparación.

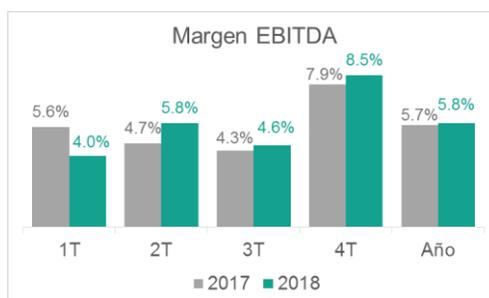
- Los **Ingresos Operacionales** trimestrales aumentaron 2.4% en 4T18 y 1.1% en 2018 derivados de la recuperación de las ventas y el sólido crecimiento de los negocios complementarios. La tendencia positiva de los Ingresos Operacionales en 2018 se compara favorablemente con los niveles negativos registrados en 2017.
- **Otros Ingresos operacionales** aumentaron su participación en 110 pbs y 100 pbs y representaron 5.7% y 5.4% como porcentaje de los Ingresos Operacionales en 4T18 y 2018, respectivamente. Los otros ingresos reportaron un aumento del 28.8% en 4T18 y de 25% en 2018, derivado del sólido desempeño de los negocios complementarios, principalmente por mayores regalías del negocio financiero y el aumento en los ingresos del negocio inmobiliario con la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja.



- **El Margen Bruto** registró un destacable crecimiento de 88 pbs en 4T18 y de 31 pbs en 2018 como porcentaje de los Ingresos Operacionales. El margen bruto mejoró por la contribución de los negocios complementarios y las iniciativas de control de costos, las cuales compensaron el desafiante ambiente competitivo caracterizado por precios agresivos y las estrategias de expansión no rentables seguidas por las tiendas de descuento.



- **Los Gastos de Administración y Venta** en Colombia se comportaron tal como esperábamos; aumentaron levemente en 19 pbs en 4T18 como porcentaje de los ingresos operacionales y crecieron la mitad de lo que aumentó la inflación durante el año 2018 (+1.6% versus CPI 3.18%), a pesar de los efectos del 5.9% de aumento del salario mínimo y de la expansión retail e inmobiliaria. La tendencia de gastos reflejó los esfuerzos internos y la implementación de ahorros originados de las metodologías Six Sigma y Kaizen, las cuales han optimizado los procesos y liderado el enfoque en mejora continua.
- **El Margen Operacional Recurrente** aumentó 69 pbs a 6.4% en 4T18 y 20 pbs a 3.6% en 2018. **El margen EBITDA recurrente en Colombia** aumentó 51 pbs a 8.5% en 4T18 y 11 pbs a 5.8% en 2018. El incremento en margen en Colombia reflejó el beneficio de la diversificación de los ingresos a través de una mayor contribución de los negocios complementarios y los esfuerzos consistentes de la Compañía para incrementar la productividad, lo que condujo a una estructura más liviana.



## Actividades Estratégicas implementadas en Colombia

### Actividades que mejoraron las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional

- ✓ **Implementación del formato “WOW” en el hipermercado Éxito.** El desarrollo de una nueva generación de hipermercados, condujo a la compañía a reunir lo mejor del mundo físico y virtual en un solo lugar, con un servicio superior para el cliente y foco en los productos frescos, ofreciendo una experiencia de compra conectada con el mundo digital. El modelo fue implementado en 2018 en dos hipermercados Éxito importantes, Éxito Envigado en Medellín y Éxito Country en Bogotá, los cuales representaron cerca del 6% de la participación de ventas del segmento Éxito y alcanzaron un aumento en ventas a doble dígito después de la implementación.
- ✓ **Implementación del Modelo “Fresh Market” en los Tiendas Carulla.** Con éste modelo, se innovó la categoría de frescos, se renovaron las tiendas y se mejoró su diseño interior. Adicionalmente, el modelo incluye un desarrollo digital con aplicaciones, para mejorar la experiencia de servicio al cliente y fortalecer la oferta en productos importantes como vinos, pasta, quesos, café y otros eventos artísticos relacionados con el valor de la marca. El modelo fue implementado en 5 Carulla Fresh Market en 2018, localizados en las ciudades de Bogotá, Medellín, Santa Marta and Cartagena. Estas tiendas representaron alrededor del 12% de la participación de ventas del segmento Carulla y aumentaron en doble dígito sus ventas después de la implementación.
- ✓ **Productos Insuperables y marca propia:** El portafolio de productos fue fortalecido para garantizar el precio más bajo disponible con la calidad y productos básicos con el fin de competir en el mercado de bajo costo.
- ✓ **Ejecución del programa de excelencia operacional:** Se mantuvo el crecimiento de los gastos (+1.6%) por debajo de los niveles de inflación (3.18%).
- ✓ **Omnicanal:** La Compañía consolidó la plataforma más sólida de retail electrónico en el país. Las ventas a través del omnicanal fueron el 3.4% de las ventas totales del Grupo en Colombia (+80 pbs versus 2017) y aumentaron 33.4% alcanzando \$367.000 millones en 2018. Este mismo año la Compañía procesó 2.7 millones de entregas de órdenes a domicilio (+118.2%).
  - **Sitios Web:** Diferenciados para alimentos y no alimentos: exito.com y carulla.com; y, bronzini.com y arkitekt.com para vestuario. Grupo Éxito es el líder del mercado online en Colombia, alcanzó 61 millones de visitas en ambos sitios web (versus 51 millones en 2017), más de 370.000 órdenes y las ventas aumentaron 11.5% en 2018.
  - **Market Place:** para mejorar la experiencia de compra de los clientes, se incluyen múltiples vendedores, los cuales aumentan el número de transacciones a través del sitio web de la Compañía. El Market place alcanzó más de 1.100 vendedores y más de 60 mil productos. El negocio creció 54.6% en GMV in 2018.
  - **Catálogos digitales:** disponibles en 155 tiendas en Colombia (+11 en 2018), facilitaron al cliente la experiencia de compra, sus ventas crecieron un 5.5% en 2018.
  - **Domicilios:** para clientes de Carulla y Éxito; servicio que fue mejorado con la alianza exclusiva firmada con Rappi, el líder de la última milla, para garantizar las entregas a domicilio en menos de 35 minutos.
  - **Aplicaciones móviles:** con exito.com y carulla.com, enfocadas en ventas de alimentos con eficiencias logísticas.
  - **Click & Collect:** disponible para productos de no alimentos en 300 tiendas.
  - **Tiendas:** una red de 554 tiendas en 2018, contribuyen a las necesidades de abastecimiento del negocio.

## Expansión en formatos:

- ✓ **Cash & Carry:** Expansión rentable de Surtimayorista para competir versus el mercado formal, el informal y el de bajo costo. Este formato opera con bajos costos y CAPEX, impulsando sólidos retornos, lo cual se compara con la expansión no rentable de los formatos de descuento en Colombia. 10 tiendas Surtimayorista abrieron en 2018, totalizando 18 tiendas de este formato, con un crecimiento de cerca de 2 veces posterior a las conversiones. Las ventas alcanzaron cerca de USD100 millones en 2018 (+47.8% versus 2017) y aumentaron su participación de ventas en Colombia a 3.1% (+100 bp) en 2018.

## Negocios Complementarios (a Dic 2018)

- **Retail Financiero:** cerca de 2.7 millones de tarjetas emitidas
- **Viajes:** +320,000 clientes.
- **Seguros:** +1 millón de clientes.
- **Telefonía móvil:** más de 1.3 millones de líneas.
- **Corresponsal no bancario:** + 3.7 millones de transacciones al año.

## Monetización del tráfico:

- ✓ **Negocio inmobiliario:** La Compañía totalizó 735.000 m2 de área arrendable, 570.000 de Viva Malls y 165.000 m2 de otras áreas de los tiendas. El negocio inmobiliario contribuyó con una tercera parte los otros ingresos operacionales de la Compañía.
- ✓ **Viva Malls:** Con la contribución adicional de activos por parte de Almacenes Éxito a finales de 2018 y la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja, este vehículo cuenta con:
  - 18 activos (12 centros comerciales y 6 galerías comerciales) con un almacén ancla de la Compañía.
  - Total área arrendable de 570.000 metros cuadrados.
  - EBITDA anualizado de 170.000 millones de pesos.
  - A promedio ponderado de duración de contratos (WAULT) de 10 años.
  - Un portafolio diversificado con presencia en nueve (9) ciudades en el país, con 66% de área arrendable en las áreas arrendables de Bogotá, Medellín y Barranquilla y 95% de ocupación.
  - Un valor comercial de 2.2 billones de pesos (Viva Malls es el vehículo inmobiliario comercial más grande en Colombia).
- ✓ **Programa de Lealtad – Puntos Colombia:**
  - Lanzado en Agosto 1 de 2018, como el más grande ecosistema de emisión y redención de puntos en Colombia.
  - Primer gran programa de coalición formado por el líder del retail y el banco líder en Latam: Grupo Éxito y Grupo Bancolombia.
  - Alto potencial de monetización de datos: información transaccional, datos de consumo y campañas de mercadeo.
  - 15 millones de clientes.
  - 30 marcas.
  - 90 millones de transacciones en 2018.
  - Un posicionamiento diario para incrementar la relevancia y el uso en medio de diversas categorías:
    - Supermercados y locales comerciales
    - Comidas rápidas, restaurants y entretenimiento

- Combustible
- Tarjetas de crédito
- Una oferta sólida de Viajes:
  - +300 Aerolíneas
  - +300.000 hoteles alrededor del mundo
  - 50.000 oficinas de renta de auto y actividades en destino.
- Opción de pago con puntos o conjuntamente con efectivo.

## Ventas Netas en Brasil

En M COP	4T18			Ajustado por efecto calendario <sup>(1)</sup>		12M18			Ajustado por efecto calendario <sup>(1)</sup>	
	Ventas Netas	Var. Ventas netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS	Ventas Netas	Var. Ventas Netas	Var. SSS	Var. Ventas netas	Var. SSS
<b>Total Brasil</b>	<b>11,530,237</b>	<b>12.0%</b>	<b>6.7%</b>	<b>12.3%</b>	<b>6.9%</b>	<b>39,809,809</b>	<b>10.7%</b>	<b>5.4%</b>	<b>10.7%</b>	<b>5.5%</b>

(1) Variaciones en las ventas netas y mismos metros en moneda local incluyen el efecto de conversiones y ajuste de efecto calendario (-30 pbs en 4T18). Las cifras de Brasil del segmento de alimentos incluye: Multivarejo + Assaí. Via Varejo está registrado como operación discontinua.

- **Las Ventas Netas de GPA** del negocio de alimentos, aumentaron en 12.3%<sup>(1)</sup> y en 6.9%<sup>(1)</sup> en términos de ventas mismos metros en 4T18 versus el mismo período del año anterior. Las ventas netas en 2018 crecieron 10.7%<sup>(1)</sup> y las ventas mismos metros se incrementaron 5.5%<sup>(1)</sup> versus 2017. El buen desempeño de las ventas, creciendo significativamente por encima de la inflación, fue beneficiado por el resultado de Multivarejo y especialmente de Assaí y por la fuerte expansión de GPA. En Brasil, en 4T18, la Compañía renovó 3 Pão de Açúcar y abrió 10 Assaí, 13 Compre Bem (conversiones de Extra) y 13 tiendas Mercado Extra (de Extra Super). En 2018, 54 tiendas abrieron (18 Assaí, 23 Mercado Extra y 13 CompreBem) y 15 Pão de Açúcar fueron renovados.
- **Las Ventas Netas de Assaí** aumentaron 23.0%<sup>(1)</sup> y los mismos metros en 9.7%<sup>(1)</sup> en 4T18 y en 24.2%<sup>(1)</sup> y 8.1%<sup>(1)</sup> respectivamente, en 2018. El desempeño de este formato fue impulsado por la sólida productividad de la expansión debido a que las tiendas abiertas registraron altos volúmenes y el mejor desempeño de ventas por metro cuadrado de los últimos cinco años. Assaí totalizó 18 aperturas en 2018 (16 orgánicas y 2 de conversiones) para un total de 144 tiendas presentes en 18 de los 27 estados en Brasil (6 nuevos estados fueron cubiertos en 4T18). Las ventas mismos metros también se aceleraron y crecieron consistentemente desde un dígito medio a alto al excluir las conversiones y se beneficiaron del lanzamiento de la campaña más grande de aniversario de la marca así como del efecto positivo del incremento de los niveles de inflación.
- Assaí continuó reportando ganancias de volúmenes y tráfico producto de las adecuadas estrategias comerciales y de las propuestas de valor ofrecidas a los clientes tales como la tarjeta Passaí, la cual ha logrado una penetración de 5% con 600.000 tarjetas emitidas. Adicionalmente, la marca fue reconocida como una de las marcas brasileras más valiosas y se convirtió en el primer Cash & Carry en ser incluido en el ranking, según información de Interbrand y publicación de la revista Exame.
- **Las ventas netas de Multivarejo** aumentaron 3.5%<sup>(1)</sup> y las ventas mismos metros en 4.8%<sup>(1)</sup> en 4T18 y en 1.1%<sup>(1)</sup> y 3.6%<sup>(1)</sup> respectivamente en 2018. La evolución trimestral positiva del segmento durante 2018, refleja el resultado positivo del foco de la Compañía en transformación digital reposicionamiento de las marcas propias y la optimización del portafolio de tiendas.

La estrategia de transformación digital incluyó la creación del Departamento de Transformación Digital, entrando en una alianza estratégica con *Cheftime*- una compañía *start up* pionera en el segmento de alimentos, y adquiriendo

a *James Delivery* – una plataforma multiservicio para ordenar y entregar alimentos. La estrategia también avanzó con una mayor penetración de *My Rewards*, más de 7.5 millones de descargas de la app *My Discount* (versus 4 millones en 2017), el lanzamiento de una nueva app para compras para fortalecer el negocio de alimentos por E-commerce y el servicio de entregas a domicilio.

- GPA también lanzó cerca de 500 productos de marca propia, generó campañas promocionales, revisó el surtido de productos y mejoró la comunicación y penetración de las marcas, principalmente de “*Qualitá y Taea*”, con el objetivo de alcanzar en 2020, una penetración del 20% de las ventas de marca propia.
- La optimización del portafolio como resultado del rápido proceso de conversión en 2018, llevó a convertir 23 tiendas en Mercado Extra y 13 tiendas en CompreBem, de la marca Extra, tiendas registraron excelentes tasas de crecimiento post-conversión del 30% y por encima del 50%, respectivamente.
- En 4T18 y 2018, **Extra Hiper** logró un dinamismo en sus ventas gracias al incremento a un dígito alto de la categoría de no alimentos. **Extra Super** se benefició del aumento doble dígito de sus ventas, tiquete promedio y volumen y mejoró los niveles de ventas y productividad de la Compañía por la conversión de las tiendas no rentables a las marcas Mercado Extra y CompreBem.
- Pão de Açúcar** mejoró el desempeño de las ventas debido a tiquetes promedio más altos y al ingreso por la renovación de 15 tiendas, que aumentaron sus ventas por encima del 7% versus la marca. La aceleración de las tiendas de **Proximidad** desde un nivel de un dígito negativo a uno positivo doble dígito durante el año, reflejó la pertinencia de las acciones comerciales, las estrategias de mercadeo y el foco en las marcas propias.

## Desempeño Operacional en Brasil

Brasil	4T18	4T17	2T18/17	2018	2017	9M18/17
	En M COPM	En M COP		En M COP	En M COP	
Segmento de Alimentos						
<b>Ventas Netas</b>	<b>11,530,237</b>	<b>11,441,894</b>	<b>0.8%</b>	<b>39,809,809</b>	<b>40,975,960</b>	<b>-2.8%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>83,122</b>	<b>81,164</b>	<b>2.4%</b>	<b>331,916</b>	<b>296,049</b>	<b>12.1%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>11,613,359</b>	<b>11,523,058</b>	<b>0.8%</b>	<b>40,141,725</b>	<b>41,272,009</b>	<b>-2.7%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>2,650,630</b> 22.8%	<b>2,942,092</b> 25.5%	<b>-9.9%</b>	<b>9,391,076</b> 23.4%	<b>10,161,412</b> 24.6%	<b>-7.6%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-2,075,945</b> -17.9%	<b>-2,259,484</b> -19.6%	<b>-8.1%</b>	<b>-7,467,467</b> -18.6%	<b>-8,170,134</b> -19.8%	<b>-8.6%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>574,685</b> 4.9%	<b>682,608</b> 5.9%	<b>-15.8%</b>	<b>1,923,609</b> 4.8%	<b>1,991,278</b> 4.8%	<b>-3.4%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>754,427</b> 6.5%	<b>872,131</b> 7.6%	<b>-13.5%</b>	<b>2,610,737</b> 6.5%	<b>2,716,621</b> 6.6%	<b>-3.9%</b>
<b>Utilidad bruta excluyendo ajuste</b> <i>Margen bruto excluyendo ajuste</i>	<b>2,532,779</b> 21.8%	<b>2,618,459</b> 22.7%	<b>-3.3%</b>	<b>9,000,135</b> 22.4%	<b>9,511,372</b> 23.0%	<b>-5.4%</b>
<b>EBITDA recurrente excluyendo ajuste</b> <i>Margen EBITDA recurrente excluyendo ajuste</i>	<b>636,576</b> 5.5%	<b>548,498</b> 4.8%	<b>16.1%</b>	<b>2,219,796</b> 5.5%	<b>2,066,581</b> 5.0%	<b>7.4%</b>

(1) Excluyendo el efecto de los créditos fiscales (2) Variaciones en moneda local.

Nota: Datos del segmento de alimentos en Brasil incluye a Multivarejo y Assaí; Vía Varejo S.A no está incluido y está clasificado como operación discontinua. Las diferencias en la bases del 4T17 y 2017 versus la reportadas en 2017 están asociadas a reclasificaciones para efectos de comparación.

- **Los Ingresos Operacionales** en Brasil en el 4T18 aumentaron en 12%<sup>(2)</sup> y en 10.7%<sup>(2)</sup> en 2018, impulsados principalmente por la mejora continua de Multivarejo y el sólido desempeño de Assaí. Se destaca la aceleración en ventas de los formatos Extra Super y Proximidad y la mejora continua del volumen de ventas, el tráfico y la participación de mercado de Assaí durante el trimestre. El resultado anual reflejó la fortaleza de la marca Assaí y el mejor desempeño de Multivarejo en años recientes, debido a las iniciativas comerciales, mejor posicionamiento de las marcas y una mayor penetración de las actividades de fidelización.
- **El Margen Bruto** <sup>(1)</sup> fue 21.8% en 4T18 y 22.4% en 2018 versus el mismo período del año anterior y reflejó la madurez de las tiendas de Assaí, el cual fue compensado por iniciativas comerciales que mejoraron la competitividad en Multivarejo.
- **Los Gastos de Administración y Venta** en Brasil en moneda local crecieron por debajo de la inflación y reflejaron la continuidad de las iniciativas de control de gastos y costos, a pesar de los niveles de inflación más altos en 2018 (3.75% versus 2.95% en 2017) y la aceleración de la expansión. La Compañía permaneció enfocada en el control general de los gastos y en los proyectos para mejorar la productividad en las tiendas.
- **La Utilidad Operacional Recurrente (ROI)** registró un margen de 4.9% en 4T18 y permaneció estable en 4.8% en 2018 versus el mismo período del año anterior. **El margen EBITDA** recurrente aumentó 72 pbs a 5.5%<sup>(1)</sup> en 4T18 y ganó 52 pbs a 5.5% en 2018. El margen del año <sup>(1)</sup> en Brasil se comportó en línea con lo anunciado al mercado y reflejó los esfuerzos internos de la Compañía para controlar los costos y gastos al tiempo que se optimiza el portafolio de tiendas y se mejora la competitividad en el país.

## Actividades Estratégicas en Brasil en 2018

### Actividades que contribuyeron a la mejora en Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional:

- ✓ Las conversiones a Assaí reportaron un incremento en las ventas de cerca de 2.5 veces versus el formato anterior. Assaí aumentó sus ventas en 24.2% en 2018.
- ✓ La ejecución del programa de excelencia operacional mantuvo los gastos de administración y ventas creciendo por debajo de la inflación (3.75%).
- ✓ Se dio una mejora de la rentabilidad a través de la revisión de inventarios, ajustes del surtido acorde con el perfil del consumidor y la optimización de actividades comerciales a través del programa de fidelización.
- ✓ Se implementó el modelo textil en 4 hipermercados Extra.
- ✓ Se optimizó el portafolio de tiendas con 13 conversiones de Extra Super a Compre Bem y se modernizaron 23 a Mercado Extra.
- ✓ Se implementaron nuevos conceptos y se revitalizaron tiendas de las marcas Extra y Pão de Açúcar.

### Expansión en formatos:

- ✓ Optimización del portafolio de tiendas y expansión rentable a través de la apertura de 18 Cash & Carry Assaí (16 de forma orgánica y 2 por conversiones de hipermercados Extra).
- ✓ Remodelación de 15 tiendas Pão de Açúcar bajo el concepto de “próxima generación”.

### Monetización del tráfico:

- ✓ Actividades de Transformación Digital: se avanzó con el programa de fidelización cuya aplicación “*Meu Desconto*” tuvo 7.5 millones de descargas, se lanzó “*My Rewards*” y 600.000 tarjetas Passaí fueron emitidas para mejorar el servicio al cliente, reforzar la fidelización e incrementar las ventas.
- ✓ Se realizó una alianza con *Cheftime* y se adquirió *James Delivery*, para fortalecer la estrategia omnicanal y las operaciones del segmento de alimentos.

### Ventas Netas y Desempeño Operacional en Uruguay

Uruguay	4T18	4T17	2T18/17	2018	2017	FY18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>681,479</b>	<b>705,504</b>	<b>-3.4%</b>	<b>2,544,430</b>	<b>2,589,761</b>	<b>-1.8%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>8,781</b>	<b>7,975</b>	<b>10.1%</b>	<b>26,878</b>	<b>23,218</b>	<b>15.8%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>690,260</b>	<b>713,479</b>	<b>-3.3%</b>	<b>2,571,308</b>	<b>2,612,979</b>	<b>-1.6%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>230,394</b> 33.4%	<b>247,748</b> 34.7%	<b>-7.0%</b>	<b>868,617</b> 33.8%	<b>887,076</b> 33.9%	<b>-2.1%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-189,221</b> -27.4%	<b>-194,931</b> -27.3%	<b>-2.9%</b>	<b>-697,286</b> -27.1%	<b>-706,906</b> -27.1%	<b>-1.4%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>41,173</b> 6.0%	<b>52,817</b> 7.4%	<b>-22.0%</b>	<b>171,331</b> 6.7%	<b>180,170</b> 6.9%	<b>-4.9%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>48,287</b> 7.0%	<b>59,071</b> 8.3%	<b>-18.3%</b>	<b>198,127</b> 7.7%	<b>204,904</b> 7.8%	<b>-3.3%</b>

(1) Variaciones en moneda local y ventas mismos metros ajustadas por el efecto calendario.

- **Las Ventas Netas** en Uruguay, en moneda local, aumentaron 2.6% y 5.0% en 4T18 y 2018, respectivamente. Las ventas mismos metros aumentaron 1.9% en 4T18 y 4.0% en 2018, excluyendo el efecto calendario. La mezcla de ventas de alimentos en Uruguay permaneció en 85% in 4T18 y del 86% en 2018. En 4T18, los productos de gran consumo y las categorías de frescos lideraron el crecimiento mientras que frescos y productos de electrónica fueron los principales impulsores de las ventas en el año.
- Las tendencias de **ventas netas y ventas mismos metros** reflejaron el efecto negativo de la débil temporada vacacional por una disminución en el turismo (-30%) originado por la fuerte devaluación de las monedas de Brasil y Argentina, siendo estos los dos socios principales para Uruguay, tanto en turismo como a nivel comercial. Adicionalmente, hubo un impacto importante por las negociaciones con los sindicatos, los retailers y el gobierno y como consecuencia se presentó activismo en algunas tiendas. En medio de este ambiente macro retador, se impactó principalmente el consumo de las categorías de no alimentos y la marca más afectada fue Geant.
- La Compañía continuó enfocada en las tiendas de conveniencia y abrió 1 Devoto express en 4T18, 5 en los últimos 12 meses para un total de 34 al cierre de 2018. Devoto Express continuó ganando participación de mercado y aumentó sus ventas en doble dígito en 4T18 y en doble dígito superior en el año. Grupo Disco también fortaleció su

estrategia de conveniencia con Rappi y su concepto de última milla. Adicionalmente, el modelo Fresh Market fue implementado en Disco Soca, Disco Chucarro y en Devoto Coronel Moral. Las ventas de Uruguay estuvieron también impactadas por un efecto negativo de la tasa de cambio del 5.2% en 4T18 y de 6.5% en 2018. Como resultado, los Ingresos Operacionales disminuyeron en 3.3% en 4T18 y 1.6% en 2018 en pesos colombianos.

- **La Utilidad Bruta** en 4T18 disminuyó 135 pbs a un margen de 33.4% como porcentaje de los Ingresos Operacionales y bajó 17 pbs en 2018 a un margen de 33.8%. El margen bruto reflejó la presión del ambiente competitivo y el incremento de los costos logísticos, parcialmente compensados por las mejoras en los niveles de merma.
- Los **Gastos de Administración y Venta** permanecieron bajo control y registraron un leve incremento de 9 pbs en 4T18. En 2018 permanecieron estables como porcentaje de los Ingresos Operacionales comparados con el mismo período del año anterior, creciendo sólo un 1.4%, nivel inferior a la inflación local (7.96%). Los gastos en Uruguay reflejaron el efecto negativo de los gastos de mercadeo que fueron parcialmente compensados por las eficiencias operacionales relacionadas con la reducción en los servicios públicos.
- **El Margen Operacional Recurrente** fue 6.0% en 4T18 como porcentaje de los Ingresos Operacionales y estuvo afectado principalmente por la presión en costos. En 2018, el Margen Operacional Recurrente fue 6.7% como porcentaje de los Ingresos Operacionales, un leve decrecimiento de 23 pbs versus el mismo período del año anterior, afectado principalmente por el ambiente macroeconómico retador que presionó la inversión en precios y contrarrestó las eficiencias operacionales, lo cual llevó a que los gastos crecieran a un ritmo inferior a las ventas.
- **El Margen EBITDA Recurrente** fue 7.0% en 4T18 y 7.7% en 2018, como porcentaje de los Ingresos Operacionales. Los márgenes anuales en Uruguay se mantuvieron, lo cual reflejó la resiliencia de la Compañía para mantener niveles operacionales adecuados.

## Actividades Estratégicas en Uruguay en 2018

### Actividades que mejoraron las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional

- ✓ Implementación del modelo “Fresh Market” en 6 tiendas Disco y Devoto para innovar en la categoría de frescos y mejorar la presentación y la experiencia de compra.
- ✓ Ejecución del programa de excelencia operacional para mantener el aumento los gastos de administración y ventas (1.4%) por debajo de los niveles de inflación (7.96%).

### Expansión en formatos:

- ✓ Expansión del formato de conveniencia a través de la apertura de 5 Devoto Express, para un total de 34 en 2018.

## Ventas Netas y Desempeño operacional en Argentina

Argentina	4T18	4T17	2T18/17	2018	2017	FY18/17
	En M COP	En M COP		En M COP	En M COP	
<b>Ventas Netas</b>	<b>205,971</b>	<b>401,529</b>	<b>-48.7%</b>	<b>1,036,864</b>	<b>1,383,591</b>	<b>-25.1%</b>
<b>Otros Ingresos</b>	<b>12,116</b>	<b>23,695</b>	<b>-48.9%</b>	<b>63,610</b>	<b>83,230</b>	<b>-23.6%</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>218,087</b>	<b>425,224</b>	<b>-48.7%</b>	<b>1,100,474</b>	<b>1,466,821</b>	<b>-25.0%</b>
<b>Utilidad Bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>81,329</b> 37.3%	<b>156,768</b> 36.9%	<b>-48.1%</b>	<b>385,100</b> 35.0%	<b>511,759</b> 34.9%	<b>-24.7%</b>
<b>Gastos de Adm y Ventas</b> <i>GA&amp;V /Ing. Operacionales</i>	<b>-67,127</b> -30.8%	<b>-121,624</b> -28.6%	<b>-44.8%</b>	<b>-351,482</b> -31.9%	<b>-464,140</b> -31.6%	<b>-24.3%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>14,202</b> 6.5%	<b>35,144</b> 8.3%	<b>-59.6%</b>	<b>33,618</b> 3.1%	<b>47,619</b> 3.2%	<b>-29.4%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen de EBITDA recurrente</i>	<b>16,598</b> 7.6%	<b>39,462</b> 9.3%	<b>-57.9%</b>	<b>45,660</b> 4.1%	<b>63,767</b> 4.3%	<b>-28.4%</b>

(1) Variaciones en moneda local (2) Cifras ajustadas por el efecto calendario (3) Excluye el ajuste hiperinflacionario (IAS29). Nota: Cifras con el ajuste hiperinflacionario (IAS29) y con el efecto negativo de tasa de cambio del 76.6% en 4T18 y 51.8% en 2018.

### Ventas Netas

- El desempeño de las ventas de Libertad demostró la resiliencia en medio de un consumo y ambiente macro complejo. De acuerdo con CAME, las ventas de retail en Argentina permanecieron negativas durante el 4T18, con una mayor desaceleración versus trimestres anteriores y se contrajeron 9.4% en Octubre, 15.6% en Noviembre y 9.9% en Diciembre comparado con el mismo período de 2017. En 2018, las ventas retail se contrajeron 6.9% comparado con el mismo período del año anterior, un decrecimiento adicional comparado con el 1.0% de contracción reportado en 2017. El índice de Confianza del consumidor cayó a -16.7% comparado con 4T17.
- A pesar de esta tendencia negativa persistente y el menor ingreso disponible, Libertad se comportó mejor que el promedio de sus competidores en el país, producto de las estrategias comerciales exitosas y dirigidas, las campañas vía e-mail y el mejor surtido en las tiendas. Las **Ventas Netas** <sup>(1)(2)(3)</sup> aumentaron 29.0% y 29.3% mismos metros <sup>(1)(2)(3)</sup> en 4T18 y 27.9% en ambos rubros a nivel anual. La mezcla de ventas de alimentos en Argentina aumentó 540 pbs en 4T18 a 78.4% y aumentó 170 pbs en 2018 a 76.5% comparado con el mismo período del año anterior. El segmento de alimentos aumentó principalmente por una mayor participación de productos de gran consumo en las ventas netas. En el segmento de no alimentos, las categorías que sobresalieron en los hipermercados fueron hogar y textiles.
- El desempeño en Argentina reflejó el efecto negativo de la tasa de cambio de 76.6% en 4T18 y de 51.8% en 2018 en pesos colombianos y el ajuste hiperinflacionario - IAS 29.
- Los Ingresos Operacionales** reflejaron el crecimiento en ventas<sup>(1)</sup> impulsadas por estrategias comerciales exitosas en alimentos y el sólido desempeño del negocio inmobiliario que reportó tasas de ocupación más altas versus el promedio del Mercado (95.3% versus 94.6%).

- **El Margen Bruto** aumentó 42 pbs en 4T18 y 11 pbs en 2018 como porcentaje de los Ingresos Operacionales, debido a la gran contribución del negocio inmobiliario.
- **Los Gastos de Administración y Venta** aumentaron 218 pbs en 4T18 y en 30 pbs en 2018 como porcentaje de los Ingresos operacionales, en un contexto de altas tasas de inflación de 47.9% (versus 25.6% en 2017). **El Margen Operacional recurrente** fue 6.5% en 4T18 y 3.1% en 2018, mientras que el **Margen EBITDA Recurrente** fue 7.6% y 4.1%, respectivamente, reflejando el efecto negativo de la tasa de cambio y el ajuste hiperinflacionario. Al excluir este efecto, Libertad aumentó el **Margen EBITDA Recurrente** en 2018 en 20 pbs por las eficiencias operacionales y la fuerte contribución del negocio inmobiliario.
- Libertad continuó superando al Mercado y ganó participación por tercer año consecutivo, en medio de un ambiente macroeconómico retador.

## Actividades Estratégicas Implementadas en Argentina

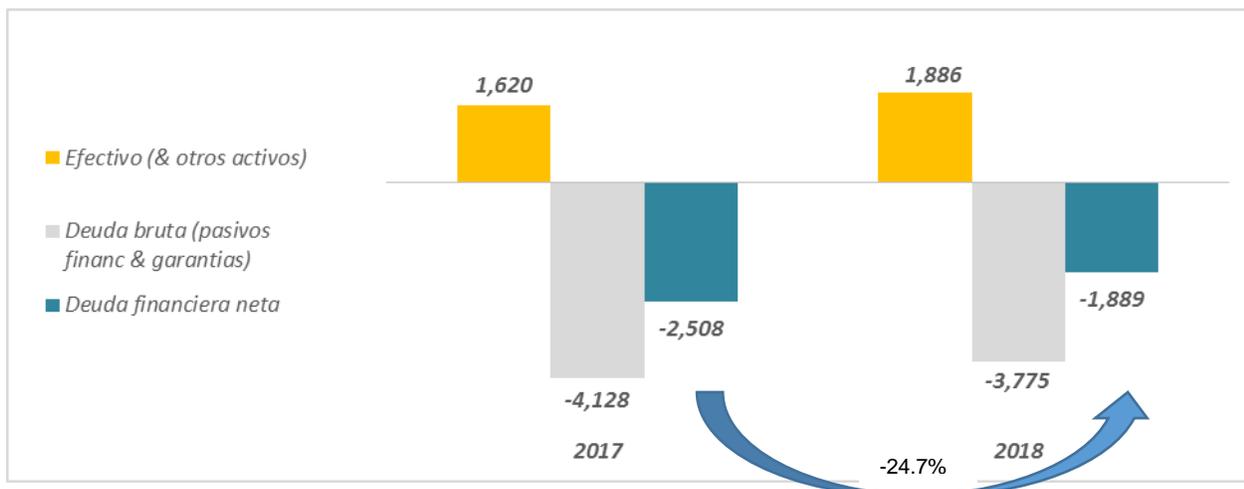
### Actividades que mejoraron las Ventas y el Desempeño Financiero y Operacional:

- ✓ La ejecución del programa de excelencia operacional mantuvo el crecimiento de los gastos de administración y ventas (24.3%) por debajo de la inflación (47.9%).

### Monetización del tráfico:

- ✓ La priorización del desarrollo del modelo dual Retail – Inmobiliario permitió el desarrollo de áreas en ambas unidades de negocio.

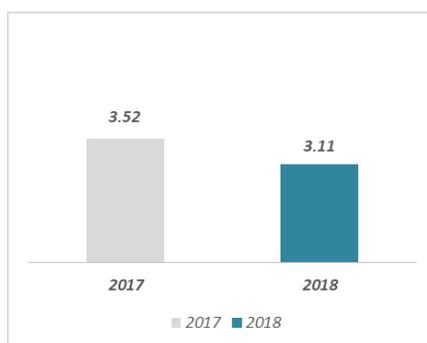
### III. Desempeño Financiero a Nivel Holding <sup>(1)</sup>



(1) Holding: Almacenes Éxito S.A sin las subsidiarias colombianas o internacionales. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia)  
Nota: Tasa de referencia del Mercado: 4.143%, Libor 3M 2.80763%

#### Deuda Neta a Nivel Holding

- **En 2018, la DFN a nivel holding** alcanzó aproximadamente \$1.89 billones, representando una disminución de 24.7% comparada con el nivel del 2017. La mejora de cerca de \$619.000 millones se debió a menores gastos financieros debido a una reducción de la tasa repo en Colombia de 50 pbs en 2018 (4.25%) comparada con el mismo periodo del año anterior (4.75%).
- **En 2018, el efectivo a nivel holding** fue aproximadamente \$1.886.000 millones, aumentando 16.4% versus 2017, debido principalmente a un incremento en los dividendos de las subsidiarias, la reducción de las tasas de interés y la contribución de los negocios complementarios.
- **La deuda bruta** disminuyó en \$353.000 millones a nivel holding.
- La Compañía registró un **indicador de DFN/EBITDA** ajustado de 3.11 veces al final del año 2018, una reducción versus el indicador de 3.52 veces alcanzado a finales de 2017. La Compañía alcanzó el indicador de DFN/ EBITDA ajustado más bajo desde 2015 (indicadores fueron 3.13 veces en 2016 y 3.58 veces en 2015).



- Las tasas de interés de la deuda continuaron por debajo de IBR3M + 3.5% en COP y de LIBOR3M + 1.75% en USD.

- Los planes de desapalancamiento incluyeron actividades tales como optimización de capital de trabajo, flujos de dividendos de las subsidiarias, control de gastos y búsqueda de oportunidades de optimización de la deuda.

## IV. Estrategia Internacional y Proceso de Sinergias

Grupo Éxito confirma que el beneficio anual recurrente proveniente del plan de sinergias sobrepasó el objetivo de \$120 millones de dólares establecido para el año 2018, y que alcanzó el total esperado de \$160 millones de dólares a nivel consolidado, un año antes de lo previsto.

- Las actividades conjuntas de compra de productos incluyeron bienes indirectos, servicios y tecnología. El volumen negociado en la región en 2018 fue de 930 contenedores de alimentos. Los ahorros casi se triplicaron en comparación con el año pasado gracias a una mayor integración entre los equipos de abastecimiento de alimentos y los ahorros a nivel de costos fueron entre el 5% y el 20%.
- El modelo de Cash & Carry en Colombia sumó 10 tiendas Surtimayorista a la base en 2018. El formato totalizó 18 tiendas en el país y cerca de 22.000 metros cuadrados de área de ventas alcanzando ventas de más de \$100 millones de dólares. Las tiendas convertidas aumentaron las ventas en aproximadamente 2 veces en comparación con los niveles registrados por el formato antes de la conversión.
- El concepto "*Fresh Market*" fue implementado en 27 tiendas en 2018. A la fecha, 42 tiendas en los 4 países ha desarrollado el modelo, con una respuesta muy positiva en términos de ventas; al mismo tiempo, la Compañía continuó liderando la propuesta de valor de éste formato en la región.
- Avances en actividades relacionadas con la transformación digital en Brasil. "*Meu Desconto*", permitió a los clientes comprar a través de la aplicación y alcanzó los 7.5 millones de descargas, mejorando el servicio al cliente, fortaleciendo la lealtad y aumentando la participación de las compras. Adicionalmente, la Compañía estableció una nueva asociación con el programa "*Livelo*" para mejorar la aplicación.
- Hacia adelante, el plan de sinergias busca potenciar las mejores prácticas y construir juntos iniciativas centradas en la innovación, que incluyan:
  - ✓ 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.
  - ✓ Apoyo de la Oficina de Sinergias en cada país.

## V. Plan versus Resultados Obtenidos por País en 2018

### Colombia 2018

- **Expansión retail de 12 a 15 tiendas (+20.000 m<sup>2</sup> de área de ventas brutas), incluidas 8 tiendas Surtimayorista.**
  - ✓ Objetivo superado: apertura de 17 tiendas: 4 Éxito, 1 Carulla, 2 Super Inter y 10 tiendas Surtimayorista, 22.000 m<sup>2</sup> de área bruta de ventas.
- **Implementación del concepto Fresh Market en 5 tiendas en el país y replicar las mejores iniciativas en las tiendas Carulla.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: el modelo Fresh Market se implementó en 5 tiendas en las ciudades de Bogotá, Medellín, Santa Marta y Cartagena.
- **Puntos Colombia iniciando operaciones en el primer semestre de 2018.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: programa de fidelización lanzado en Agosto de 2018, 15 millones de clientes monitoreados en 2018.
- **Gastos de administración y venta creciendo por debajo del nivel de inflación, producto de planes continuos de productividad.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: los gastos crecieron 1.6% en 2018 comparados con la inflación de 3.18%. La tendencia en los gastos reflejó los esfuerzos internos y la implementación de actividades de ahorros originadas en las metodologías Six Sigma y Kaizen, las cuales optimizaron los procesos y a centrarnos en mejoramiento continuo.
- **Expansión de 160 mil m<sup>2</sup> de área arrendable de Viva Mall con la apertura de Viva Envigado y Viva Tunja.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: el total de área arrendable añadida fue de 163.000 metros cuadrados (Viva Envigado 138.000 m<sup>2</sup> y Viva Tunja 35.000 m<sup>2</sup>).
- **CAPEX: de aproximadamente \$300.000 M.**
  - ✓ Objetivo superado: las inversiones totalizaron \$411.000 millones en 2018 de los cuales cerca del 69% correspondió a expansión, incluyendo inversiones en el negocio inmobiliario.

### Brasil 2018

- **Expansión Retail: 20 tiendas Assaí (incluyendo conversiones).**
  - ✓ 18 Assaí abrieron en el año, 16 orgánicamente y 2 por conversiones de Extra Hiper. Adicionalmente, la Compañía convirtió un total de 23 Mercado Extra y 13 CompreBem de tiendas Extra no rentables.
- **Renovaciones: 20 tiendas Pão de Açúcar.**
  - ✓ 15 Pão de Açúcar fueron completamente renovados bajo el concepto "Generación 7".
- **Implementación gradual del modelo Fresh Market en las tiendas Pao de Açúcar.**
  - ✓ Modelo Fresh Market implementado en 15 Pão de Açúcar, las ventas aumentaron más del 7% versus tiendas no intervenidas de la misma marca.
- **CAPEX: de aproximadamente R\$1.6 billones.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: las inversiones totalizaron R\$ 1.7 billones en 2018 (+28.7% versus 2017).

### Uruguay 2018

- **Fortalecimiento del formato de conveniencia con la apertura de 8 to 10 Devoto Express.**
  - ✓ 5 Devoto express abrieron en 2018, el objetivo no se cumplió por 3 tiendas, debido a que se revaluaron las aperturas por el débil ambiente macroeconómico registrado.
- **Foco en mantener márgenes sólidos.**
  - ✓ Objetivo alcanzado: los márgenes permanecieron sólidos a pesar del cambio en la economía, el margen EBTIDA recurrente fue de 7.7% en 2018.
- **CAPEX: de aproximadamente UYU\$700 millones.**
  - ✓ Objetivo alcanzado – las inversiones totalizaron UYU\$631 millones en 2018.

### Argentina 2018

- **Desarrollo continuo del negocio dual retail-inmobiliario.**
  - ✓ Objetivo en curso: la Compañía avanzó en la apertura de espacios inmobiliarios y alcanzó 172.000 m2 de área arrendable en el país.
  - ✓ A pesar de las condiciones macro del país, el modelo dual retail-inmobiliario le permitió a la operación Argentina en 2018, mejorar el margen bruto en 10 pbs mientras que el margen EBITDA recurrente tuvo una leve disminución de 20 pbs comparado con el mismo período del año anterior..
- **CAPEX: de aproximadamente ARS\$160 millones.**
  - ✓ Las inversiones alcanzaron ARS\$111 millones en 2018 (ajustadas a las condiciones macro).

### LatAm 2018

- **Beneficios recurrentes de sinergias de aproximadamente USD120 millones, 28 iniciativas en los 4 países, principalmente relacionadas con:**
  - La extensión de modelos de negocio: Cash & Carry en Colombia, Proximidad en Uruguay, Fresh Market en la región, fidelización en Brasil y textiles en la región.
  - Eficiencias a nivel del costo y de inversión.
  - Beneficios por economías de escala y compras conjuntas.
- ✓ Objetivos superados:
- ✓ Beneficios anuales por sinergias, alcanzados. La extensión de modelos de negocios incluyó:
  - 10 Cash & Carry abiertos en Colombia y 18 en Brasil.
  - 5 tiendas de Proximidad abiertas en Uruguay.
  - Modelo Fresh Market implementado en 27 tiendas en la región (5 en Colombia, 15 en Brasil, 6 en Uruguay y 1 en Argentina).
  - Fidelización en Brasil, con 7.5 millones de descargas de *Meo Desconto*, 2 veces versus 2017.
  - Estrategia textil implementada en 4 tiendas.
- ✓ Eficiencias a nivel del costo y en CAPEX, generaron ahorros entre 5% y 20% en productos de alimentos y no alimentos, y de cerca del 3% en servicios.
- ✓ Beneficios por economías de escala y compras conjuntas representados en 930 contenedores negociados de productos de alimentos y no alimentos equivalentes a USD \$42.7 millones en compras conjuntas.

## VI. Perspectivas para 2019

### 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 e innovación.

### Brasil

- Expansión retail (incluyendo conversiones): de 15 a 20 Assaí, de 10 a 15 renovaciones de tiendas Pão de Açúcar y alrededor de 100 tiendas renovadas (a Mercado Extra y conversiones a CompreBem).
- Aumento de ventas netas (+100 pbs en mismos metros en MV más que IPCA; +20% en ventas netas y +200 pbs en mismos metros en Assaí).
- Aumento del margen EBITDA recurrente (+30 pbs en MV; de +30 a +40 pbs en Assaí).
- Transformación digital: foco en innovación y aceleración de la estrategia omnicanal por la expansión de la base de clientes en la aplicación y en los programas de fidelización y el crecimiento del negocio on-line.
- CAPEX: de aproximadamente de R\$1.7 billones a R\$1.8 billones.

### Uruguay

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

### Argentina

- Optimizar el actual portafolio inmobiliario.

### 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.
  - ✓ Apoyo de la Oficina de Sinergias en cada país.

## VII. Información Adicional

### Detalles de la Teleconferencia

Almacenes Éxito S.A. cordialmente lo invita a participar de su Teleconferencia de Resultados del Cuarto trimestre y año 2018

**Fecha:** Viernes, Marzo 1 de 2019

**Hora:**

9:00 a.m. New York

9:00 a.m. Colombia

**Para participar marque:**

**U.S.** Gratuito 1 888 771 4371

**Colombia** Gratuito: 01 800 9 156 924

**International** (fuera de U.S. dial): +1 847 585 4405

**Identificación de la Conferencia: 47772924**

Los resultados del 4T18 estarán acompañados por una presentación webcast y audio disponible en el sitio web de la

Compañía en [www.grupoexito.com.co](http://www.grupoexito.com.co) bajo "Inversionistas" o en:

<https://event.onlineseminarsolutions.com/eventRegistration/EventLobbyServlet?target=registration.jsp&referrer=&eventid=1933393&sessionid=1&key=E18A7CB98A7F6DA63D473702274318B3&regTag=&sourcepage=register>

### Próximas publicaciones Financieras

Resultados del Primer trimestre de 2019 – Mayo 15 de 2019

#### Contactos RI - Prensa

**María Fernanda Moreno R.**

Directora de Relación con Inversionistas

+ (574) 604 96 96 ext. 306560

[maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com](mailto:maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com)

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

**Claudia Moreno B.**

Directora de Comunicaciones

+ (574) 604 96 96 ext. 305174

[claudia.moreno@grupo-Éxito.com](mailto:claudia.moreno@grupo-Éxito.com)

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

## Descripción de la Compañía

Grupo Éxito es una de las 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 [exito.com](http://exito.com) and [carulla.com](http://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.

## VIII. Anexos

### Notas:

- Cifras expresadas en billones de COP representan 1.000.000.000.000. Crecimiento y variaciones expresadas versus el mismo período del año anterior, excepto cuando se indique de otra forma.

### Glosario

- **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 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.

## Estados Financieros Consolidados

### 1. Estado de Resultados Consolidado

Estado de Resultados Consolidado	4T18	4T17		2018	2017	
	En M COP	En M COP	2T18/17	En M COP	En M COP	2018 / 17
Ventas Netas	15,382,189	15,476,821	-0.6%	54,009,077	55,556,241	-2.8%
Otros Ingresos	283,573	252,805	12.2%	1,027,093	886,562	15.9%
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>15,665,762</b>	<b>15,729,626</b>	<b>-0.4%</b>	<b>55,036,170</b>	<b>56,442,803</b>	<b>-2.5%</b>
Costo de Ventas	-11,879,411	-11,605,383	2.4%	-41,591,610	-42,148,122	-1.3%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-75.8%</i>	<i>-73.8%</i>		<i>-75.6%</i>	<i>-74.7%</i>	
<b>Utilidad bruta</b>	<b>3,786,351</b>	<b>4,124,243</b>	<b>-8.2%</b>	<b>13,444,560</b>	<b>14,294,681</b>	<b>-5.9%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>24.2%</i>	<i>26.2%</i>		<i>24.4%</i>	<i>25.3%</i>	
Gastos de administración y ventas	-2,700,853	-2,909,425	-7.2%	-9,938,240	-10,676,621	-6.9%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-17.2%</i>	<i>-18.5%</i>		<i>-18.1%</i>	<i>-18.9%</i>	
Depreciaciones y amortizaciones	-254,031	-268,714	-5.5%	-970,896	-1,019,085	-4.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.6%</i>	<i>-1.7%</i>		<i>-1.8%</i>	<i>-1.8%</i>	
<b>Total GA&amp;V</b>	<b>-2,954,884</b>	<b>-3,178,139</b>	<b>-7.0%</b>	<b>-10,909,136</b>	<b>-11,695,706</b>	<b>-6.7%</b>
<i>% of Net Revenues</i>	<i>-18.9%</i>	<i>-20.2%</i>		<i>-19.8%</i>	<i>-20.7%</i>	
<b>Utilidad Operacional recurrente (ROI)</b>	<b>831,467</b>	<b>946,104</b>	<b>-12.1%</b>	<b>2,535,424</b>	<b>2,598,975</b>	<b>-2.4%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>5.3%</i>	<i>6.0%</i>		<i>4.6%</i>	<i>4.6%</i>	
Ingresos y gastos no recurrentes	-18,040	-146,771	-87.7%	-198,197	-467,412	-57.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-0.1%</i>	<i>-0.9%</i>		<i>-0.4%</i>	<i>-0.8%</i>	
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>813,427</b>	<b>799,333</b>	<b>1.8%</b>	<b>2,337,227</b>	<b>2,131,563</b>	<b>9.6%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>5.2%</i>	<i>5.1%</i>		<i>4.2%</i>	<i>3.8%</i>	
Resultado financiero neto	-176,426	-310,014	-43.1%	-833,922	-1,120,738	-25.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.1%</i>	<i>-2.0%</i>		<i>-1.5%</i>	<i>-2.0%</i>	
Ingreso de asociadas & joint ventures	96,453	5,344	N/A	67,168	-36,037	-286.4%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>0.6%</i>	<i>0.0%</i>		<i>0.1%</i>	<i>-0.1%</i>	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>733,454</b>	<b>494,663</b>	<b>48.3%</b>	<b>1,570,473</b>	<b>974,788</b>	<b>61.1%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>4.7%</i>	<i>3.1%</i>		<i>2.9%</i>	<i>1.7%</i>	
Provisión de Impuestos	-153,075	-125,632	21.8%	-338,441	-259,918	30.2%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.0%</i>	<i>-0.8%</i>		<i>-0.6%</i>	<i>-0.5%</i>	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>580,379</b>	<b>369,031</b>	<b>57.3%</b>	<b>1,232,032</b>	<b>714,870</b>	<b>72.3%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>3.7%</i>	<i>2.3%</i>		<i>2.2%</i>	<i>1.3%</i>	
Utilidad Neta de operaciones discontinuas	-191,541	182,417	N/A	-59,088	356,196	-116.6%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.2%</i>	<i>1.2%</i>		<i>-0.1%</i>	<i>0.6%</i>	
Interés minoritario	-228,747	-364,074	-37.2%	-893,541	-853,353	4.7%
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>-1.5%</i>	<i>-2.3%</i>		<i>-1.6%</i>	<i>-1.5%</i>	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>160,091</b>	<b>187,374</b>	<b>-14.6%</b>	<b>279,403</b>	<b>217,713</b>	<b>28.3%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>1.0%</i>	<i>1.2%</i>		<i>0.5%</i>	<i>0.4%</i>	
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>1,085,498</b>	<b>1,214,818</b>	<b>-10.6%</b>	<b>3,506,320</b>	<b>3,618,060</b>	<b>-3.1%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>6.9%</i>	<i>7.7%</i>		<i>6.4%</i>	<i>6.4%</i>	
<b>EBITDA</b>	<b>1,067,458</b>	<b>1,068,047</b>	<b>-0.1%</b>	<b>3,308,123</b>	<b>3,150,648</b>	<b>5.0%</b>
<i>% /Ingresos Operacionales</i>	<i>6.8%</i>	<i>6.8%</i>		<i>6.0%</i>	<i>5.6%</i>	

Nota: Las cifras no incluyen Via Varejo S.A. (clasificado como operación discontinua).

## 2. Balance General Consolidado

<b>Balance General Consolidado (En millones de pesos colombianos)</b>	<b>Dic 2018</b>	<b>Dic 2017</b>	<b>Var %</b>
<b>Activos</b>	<b>65,108,101</b>	<b>63,433,322</b>	<b>2.6%</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>35,137,623</b>	<b>33,960,011</b>	<b>3.5%</b>
Caja y equivalentes de caja	5,973,764	5,281,618	13.1%
Inventarios	6,720,396	5,912,514	13.7%
Cuentas comerciales por cobrar	1,000,298	1,172,380	-14.7%
Activos por impuestos	724,290	722,658	0.2%
Activos no corrientes mantenidos para la venta	20,289,112	20,452,803	-0.8%
Otros	429,763	418,038	2.8%
<b>Activos no corrientes</b>	<b>29,970,478</b>	<b>29,473,311</b>	<b>1.7%</b>
Plusvalía	5,436,868	5,559,953	-2.2%
Otros activos intangibles	5,767,176	5,544,022	4.0%
Propiedades, planta y equipo	12,334,581	12,505,418	-1.4%
Propiedades de Inversión	1,633,625	1,496,873	9.1%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	814,039	817,299	-0.4%
Activo por impuestos diferidos	703,763	471,490	49.3%
Activos por impuestos	2,302,451	1,575,743	46.1%
Otros	977,975	1,502,513	-34.9%
<b>Pasivos</b>	<b>46,150,403</b>	<b>43,700,968</b>	<b>5.6%</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>33,957,741</b>	<b>32,289,247</b>	<b>5.2%</b>
Cuentas por pagar	13,226,708	12,665,438	4.4%
Obligaciones financieras	2,320,284	1,906,774	21.7%
Otros pasivos financieros	1,037,191	645,363	60.7%
Pasivo no corrientes mantenidos para la venta	16,458,772	16,271,760	1.1%
Pasivos por impuestos	298,699	289,376	3.2%
Otros	616,087	510,536	20.7%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>12,192,662</b>	<b>11,411,721</b>	<b>6.8%</b>
Cuentas por pagar	40,720	47,831	-14.9%
Obligaciones financieras	4,732,106	4,070,129	16.3%
Otras provisiones	2,330,648	2,457,220	-5.2%
Pasivos por impuestos diferidos	2,069,442	1,922,242	7.7%
Pasivos por impuestos	397,014	521,870	-23.9%
Otros	2,622,732	2,392,429	9.6%
<b>Patrimonio</b>	<b>18,957,698</b>	<b>19,732,354</b>	<b>-3.9%</b>
Participaciones no controladoras	11,307,958	11,892,786	-4.9%
Patrimonio de los accionistas	7,649,740	7,839,568	-2.4%

Nota: Las cifras no incluyen Vía Varejo S.A. (clasificado como activo para la venta).

### 3. Estado de Flujos de Efectivo Consolidado

<b>Estado de Flujos de Efectivo Consolidado Resumido</b> (en millones de pesos colombianos)	<b>Dec 2018</b>	<b>Dec 2017</b>	<b>% Var</b>
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>1,172,944</b>	<b>1,071,066</b>	<b>9.5%</b>
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)*	4,314,547	4,974,383	-13.3%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	3,888,393	2,722,484	42.8%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(3,142,935)	(1,815,962)	73.1%
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	300,065	(2,158,006)	-113.9%
<b>Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>1,045,523</b>	<b>- 1,251,484</b>	<b>-183.5%</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(451,471)	(84,867)	432.0%
<b>Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>594,052</b>	<b>- 1,336,351</b>	<b>-144.45%</b>
<b>Efectivo al principio del período de activos no corrientes mantenidos para la venta</b>	<b>3,210,708</b>	<b>3,710,833</b>	<b>-13.48%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>5,281,618</b>	<b>6,117,844</b>	<b>-13.67%</b>
Efectivo al final del período de activos no corrientes mantenidos para la venta	- 3,112,614	- 3,210,708	<b>-3.06%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo</b>	<b>5,973,764</b>	<b>5,281,618</b>	<b>13.1%</b>

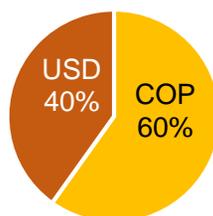
Nota: Las cifras incluyen Via Varejo S.A..

#### 4. Deuda por País, Moneda y Vencimiento

##### Deuda neta por país

31 Dic de 2018 (millones de pesos)	Colombia	Uruguay	Brasil	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,173,167	443,963	1,703,232	37,113	3,357,475
Deuda de largo plazo	2,895,570	-	4,419,625	-	7,315,195
<b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b>	<b>4,068,737</b>	<b>443,963</b>	<b>6,122,857</b>	<b>37,113</b>	<b>10,672,670</b>
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,993,581	187,867	3,726,609	65,707	5,973,764
<b>Deuda Neta</b>	<b>2,075,156</b>	<b>256,096</b>	<b>2,396,248</b>	<b>-</b>	<b>4,698,906</b>

##### Deuda bruta a nivel Holding<sup>(2)</sup> por moneda



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

31 Dic de 2018 (millones de pesos)	Valor nominal <sup>(3)</sup>	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31/12/2018 <sup>(3)</sup>
Largo plazo	1,850,000	Variable	Agosto 2025	1,362,525
Mediano plazo COP	838,000	Variable	Diciembre 2021	691,971
Mediano plazo- Bilateral	158,380	Fija	Abril 2019	158,380
Mediano plazo- USD	1,462,388	Variable	Diciembre 2020	1,462,388
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2020	
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2020	100,000
Corto plazo - Bilateral USD	87,743	Variable	Febrero 2019	87,743
<b>Total deuda bruta</b>	<b>4,996,510</b>			<b>3,863,006</b>

(1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito (2) Deuda a valor nominal (3) Los créditos en USD fueron convertidos a COP, utilizando la tasa de cierre del Banco de la República a Diciembre 31 de 2018 (3.249,75).

## 5. Estado de Resultados y CAPEX por País

En millones de pesos colombianos	Colombia	Brazil	Uruguay	Argentina	Consolidado
	2018	2018	2018	2018	2018
<b>Ingresos Operacionales</b>	11,235,820	40,141,725	2,571,308	1,100,474	55,036,170
<b>Utilidad Bruta</b>	2,803,217	9,391,076	868,617	385,100	13,444,560
<i>% Ing Operacionales</i>	24.9%	23.4%	33.8%	35.0%	24.4%
<b>Gastos de administración y ventas</b>	-2,151,421	-6,780,339	-670,490	-339,440	-9,938,240
<i>% Ing Operacionales</i>	-19.1%	-16.9%	-26.1%	-30.8%	-18.1%
<b>Depreciaciones y amortizaciones</b>	-244,930	-687,128	-26,796	-12,042	-970,896
<b>Total Gastos de administración y ventas</b>	-2,396,351	-7,467,467	-697,286	-351,482	-10,909,136
<i>% Ing Operacionales</i>	-21.3%	-18.6%	-27.1%	-31.9%	-19.8%
<b>Utilidad Operacional recurrente</b>	406,866	1,923,609	171,331	33,618	2,535,424
<i>% Ing Operacionales</i>	3.6%	4.8%	6.7%	3.1%	4.6%
<b>Ingresos y gastos no recurrentes</b>	-73,333	-129,868	-8,186	13,191	-198,197
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	333,533	1,793,741	163,145	46,809	2,337,227
<i>% Ing Operacionales</i>	3.0%	4.5%	6.3%	4.3%	4.2%
<b>EBITDA recurrente</b>	651,796	2,610,737	198,127	45,660	3,506,320
<i>% Ing Operacionales</i>	5.8%	6.5%	7.7%	4.1%	6.4%
<b>EBITDA</b>	578,463	2,480,869	189,941	58,851	3,308,123
<i>% Ing Operacionales</i>	5.1%	6.2%	7.4%	5.3%	6.0%
<b>Resultado financiero neto</b>	-365,059	-408,865	9,552	-69,551	-833,922

CAPEX ( en millones)					
<b>En Pesos</b>	410,804	1,978,799	60,774	9,600	2,459,977
<i>En moneda local</i>	410,804	2,435	631	111	

Nota: Cifras consolidadas incluyen eliminaciones y ajustes. El CAPEX en Brasil incluye a Via Varejo S.A..

## 6. Análisis de Suma de Partes

(En millones de \$)	12M Ingresos Operacionales <sup>(1)</sup>	12M EBITDA recurrente	12M Utilidad Op recurrente	Deuda Neta (Ultimo trimestre) <sup>(2)</sup>	Participación de Éxito	Valor de mercado de la participación <sup>(3)</sup>
Colombia	11,235,820	651,796	406,866	2,075,156	100%	
Brazil	40,141,725	2,610,737	1,923,609	2,396,248	18.7%	3,389,320,093
Uruguay	2,571,308	198,127	171,331	256,096	62.5%-100% <sup>(4)</sup>	
Argentina	1,100,474	45,660	33,618	28,594	100%	
<b>Total</b>	<b>55,049,327</b>	<b>3,506,320</b>	<b>2,535,424</b>	<b>4,698,906</b>		

(1) No incluye eliminaciones intercompañía (2) Deuda bruta (sin garantías contingentes y cartas de crédito) – Efectivo. (3) Capitalización Bursátil de GPA al 31/12/2018. (4) Éxito posee 100% de Devoto y 62.5% de Disco.

## 7. Estado de resultados Almacenes Éxito

### Estado de Resultados Almacenes Éxito

	4T18 Millones de pesos	4T17 Millones de pesos	2T18/17	2018 Millones de pesos	2017 Millones de pesos	2018 / 17
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>3,079,107</b>	<b>3,018,240</b>	<b>2.0%</b>	<b>11,021,135</b>	<b>10,904,958</b>	<b>1.1%</b>
<b>Utilidad bruta</b> <i>Margen bruto</i>	<b>759,804</b> 24.7%	<b>729,045</b> 24.2%	<b>4.2%</b>	<b>2,597,188</b> 23.6%	<b>2,568,245</b> 23.6%	<b>1.1%</b>
<b>Gastos de Administración y Ventas</b> <i>GA&amp;V/Ingresos Operacionales</i>	<b>-604,101</b> -19.6%	<b>-581,482</b> -19.3%	<b>3.9%</b>	<b>-2,325,562</b> -21.1%	<b>-2,294,117</b> -21.0%	<b>1.4%</b>
<b>Utilidad Operacional recurrente</b> <i>Margen operacional recurrente</i>	<b>155,703</b> 5.1%	<b>147,563</b> 4.9%	<b>5.5%</b>	<b>271,626</b> 2.5%	<b>274,128</b> 2.5%	<b>-0.9%</b>
<b>Utilidad Operacional (Ebit)</b> <i>Margen operacional</i>	<b>133,660</b> 4.3%	<b>152,812</b> 5.1%	<b>-12.5%</b>	<b>200,921</b> 1.8%	<b>226,729</b> 2.1%	<b>-11.4%</b>
<b>Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito</b> <i>Margen neto</i>	<b>160,091</b> 5.2%	<b>187,374</b> 6.2%	<b>-14.6%</b>	<b>279,403</b> 2.5%	<b>217,713</b> 2.0%	<b>28.3%</b>
<b>EBITDA recurrente</b> <i>Margen EBITDA recurrente</i>	<b>202,532</b> 6.6%	<b>207,330</b> 6.9%	<b>-2.3%</b>	<b>469,797</b> 4.3%	<b>493,877</b> 4.5%	<b>-4.9%</b>
<b>EBITDA</b> <i>Margen EBITDA</i>	<b>180,489</b> 5.9%	<b>212,579</b> 7.0%	<b>-15.1%</b>	<b>399,092</b> 3.6%	<b>446,478</b> 4.1%	<b>-10.6%</b>

Nota: Información de la Holding: Almacenes Éxito S.A. sin subsidiarias colombianas o internacionales.

## 8. Balance General de Almacenes Éxito

Balance General Almacenes Éxito (en millones de pesos colombianos)	Dic 2018	Dic 2017	Var %
<b>Activos</b>	<b>15,663,349</b>	<b>15,962,702</b>	<b>-1.9%</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>3,914,728</b>	<b>3,273,274</b>	<b>19.6%</b>
Caja y equivalentes de caja	1,885,868	1,619,695	16.4%
Inventarios	1,398,724	1,111,981	25.8%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	218,109	189,750	14.9%
Activos por impuestos	168,907	173,580	-2.7%
Otros	243,120	178,268	36.4%
<b>Non-current Assets</b>	<b>11,748,621</b>	<b>12,689,428</b>	<b>-7.4%</b>
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	144,245	156,209	-7.7%
Propiedades, planta y equipo	2,055,879	2,382,495	-13.7%
Propiedades de Inversión	97,680	339,704	-71.2%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	7,851,746	8,287,426	-5.3%
Otros	145,994	70,517	107.0%
<b>Pasivos</b>	<b>8,013,609</b>	<b>8,123,134</b>	<b>-1.3%</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>5,106,655</b>	<b>4,658,010</b>	<b>9.6%</b>
Cuentas por pagar	3,567,527	3,301,661	8.1%
Obligaciones financieras	1,042,781	799,920	30.4%
Otros pasivos financieros	111,269	128,239	-13.2%
Pasivos por impuestos	50,458	41,816	20.7%
Otros	334,620	386,374	-13.4%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>2,906,954</b>	<b>3,465,124</b>	<b>-16.1%</b>
Cuentas por pagar	2,838,433	3,292,824	-13.8%
Otras provisiones	38,783	28,908	34.2%
Pasivos por impuestos diferidos	-	68,841	-100.0%
Otros	29,738	74,551	-60.1%
<b>Patrimonio</b>	<b>7,649,740</b>	<b>7,839,568</b>	<b>-2.4%</b>

Nota: Información de la Holding: Almacenes Éxito S.A. sin subsidiarias colombianas o internacionales

## 9. Indicadores Financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Diciembre 2018	Diciembre 2017	Diciembre 2018	Diciembre 2017
Activos / Pasivos	1.41	1.45	1.95	1.97
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	1.03	1.05	0.77	0.70

## 10. Número de Tiendas y Áreas

Marca por país	Almacenes	Area de ventas (m <sup>2</sup> )
<b>Colombia</b>		
Éxito	252	628,593
Carulla	99	87,016
Surtimax	112	58,751
Super Inter	73	66,562
Surtimayorista	18	21,800
<b>Total Colombia</b>	<b>554</b>	<b>862,722</b>

<b>Uruguay</b>		
Devoto	58	39,886
Disco	29	33,421
Geant	2	16,411
<b>Total Uruguay</b>	<b>89</b>	<b>89,718</b>

<b>Brazil</b>		
Pão de Açúcar	186	240,127
Extra Hiper	112	686,585
Extra Super	150	164,250
Mercado Extra	23	39,066
CompreBem	13	17,658
Minimercado Extra	156	28,890
Minuto Pão de Açúcar	79	18,512
Assaí	144	597,990
<b>Total Brazil</b>	<b>863</b>	<b>1,793,078</b>

<b>Argentina</b>		
Libertad	15	103,967
Mini Libertad	12	2,110
<b>Total Argentina</b>	<b>27</b>	<b>106,077</b>

<b>TOTAL</b>	<b>1,533</b>	<b>2,851,595</b>
--------------	--------------	------------------

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

## 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 contenida.*

MEMBER OF  
**Dow Jones**  
**Sustainability Indices**  
In Collaboration with RobecoSAM



“The Issuers Recognition -IR granted by the Colombian Stock Exchange is not a certification about the quality of the securities listed at the BVC nor the solvency of the issuer”.

\*\*\*\*\*