

Almacenes Éxito S.A.

(BVC: EXITO)



Resultados financieros consolidados

Para el primer trimestre a Marzo 31 de 2016

1Q16

BVC (The Colombian Stock Exchange): "ÉXITO" / ADR Program: "ALAXL"

Medellín, Colombia – Mayo 30 de 2016 - Almacenes Éxito S.A. ("ÉXITO" o "la Compañía"), la empresa de comercio al detal (retail) más grande en Colombia, anunció hoy sus resultados consolidados a marzo 31 de 2016. Todas las cifras están expresadas en pesos colombianos.

Tasa de cambio a marzo 31 de 2016: 1 USD = \$3.002 - BRL3.59 - UYU 31.70 and ARG 14.70

Buen desempeño en medio de un ambiente macroeconómico retador, especialmente en Brasil.

Hechos destacados del Primer trimestre de 2016

CONSOLIDADO

- Las **ventas** alcanzaron \$16.97 billones con un aumento de 465.7% debido principalmente a la consolidación de las operaciones de Brasil y Argentina así como del sólido comportamiento en Colombia y Uruguay.
- Utilidad operacional recurrente** registró un incremento de 124.0% a \$267.994 millones.
- EBITDA recurrente** aumentó 235.4% a \$599.956 millones en el primer trimestre de 2016 de \$178.857 millones en el mismo período de 2015 para un margen de 3.2% como porcentaje de los ingresos operacionales.
- Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito** disminuyó de \$69.868 millones en 1T15 a \$947 millones en 1T16 debido principalmente a los gastos no recurrentes relacionados con el impacto por una sola vez del impuesto a la riqueza por aproximadamente \$53.000 millones en Colombia y Uruguay así como por el Gasto Financiero Neto Consolidado de \$357.000 millones del servicio de la deuda.

Hechos destacados del 1T16

Capex consolidado para el Grupo fue del \$413 mil millones en 1T16 de los cuales aproximadamente 54% fue utilizado para la expansión y 46% para mantenimiento y soporte.

Expansión del Retail

La compañía abrió 4 almacenes en ciudades intermedias. 3 almacenes express y un hipermercado compacto bajo la marca Éxito. En Brasil, 1 almacén Assaí y 1 Minimercado Extra, al tiempo que la Compañía cerró otros 52 almacenes: 16 Extra, 21 Pontofrío y 15 Casas Bahía. Otros 15 almacenes están actualmente bajo construcción en Brasil: 8 Assai, 2 Pao de Acucar, 4 Minuto Pao de Acucar, 1 Minimercado Extra. En Uruguay se inauguró un almacén Devoto express.

Como resultado, en el primer trimestre del 2016, Grupo Éxito finalizó con 2.554 almacenes: 570 en Colombia, 1.891 en Brasil, 66 en Uruguay y 27 en Argentina. El área total consolidada alcanzó más de 3.9 millones de metros cuadrados.

Asamblea General de Accionistas

Todas las propuestas presentadas a la Asamblea General de Accionistas en Marzo fueron aprobadas:

- **Aumento del monto pagado de Dividendos** 16.3% para un total de utilidad repartida como dividendo del 52.7%.
- **Elección de Junta Directiva** para el período 2016-2018.
- **En línea con la adopción de los estándares de Gobierno Corporativo de la OCDE** en Colombia, Grupo Exito incluyó nuevas reglas relativas a la aprobación de transacciones con partes relacionadas, medidas para la información privilegiada y revelación de información.
- **Se creó el comité de Riesgos y Auditoría** solo con Miembros de Junta Independientes.
- **Solo miembros de Junta fueron elegidos como presidentes de los diferentes Comités de Junta de la Compañía.**

Reunión con grupos de interés

- La Compañía realizó su Segundo evento “**Grupo Éxito Open Day**” en marzo 17 donde miembros de la administración tuvieron la oportunidad de compartir la estrategia de la compañía a nivel regional con más de 30 inversionistas y analistas internacionales.

Negocio Inmobiliario

- El Proyecto para crear un vehículo inmobiliario conformado con los activos Colombianos continúa en desarrollo y representa una oportunidad de creación de valor para la compañía.

Estado de Resultados Consolidado

En millones de pesos Colombianos

| | Grupo Éxito | | | | |
|---|-------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|---------------|
| | 1T16 | % Ingresos Operacionales | 1T15* | % Ingresos Operacionales | % Var |
| Ventas | 16.970.440 | 91,6 | 3.000.467 | 97,1 | 465,6 |
| Otros ingresos operacionales | 1.564.496 | 8,4 | 90.933 | 2,9 | 1620,5 |
| Total Ingresos Operacionales | 18.534.935 | 100,0 | 3.091.400 | 100,0 | 499,6 |
| Costo de ventas | -14.298.215 | -77,1 | -2.309.599 | -74,7 | 519,1 |
| Utilidad Bruta | 4.236.720 | 22,9 | 781.801 | 25,3 | 441,9 |
| Gastos de administración y Ventas | -3.636.764 | -19,6 | -601.968 | -19,5 | 504,1 |
| Depreciaciones y amortizaciones | -260.911 | -1,4 | -59.618 | -1,9 | 337,6 |
| Total Gastos de Administración y Ventas | -3.897.675 | -21,0 | -661.586 | -21,4 | 489,1 |
| Utilidad Operacional Recurrente (ROI) | 339.045 | 1,8 | 120.215 | 3,9 | 182,0 |
| Ingresos y gastos no recurrentes | -124.829 | -0,7 | -30.800 | -1,0 | 305,3 |
| Utilidad Operacional (EBIT) | 214.216 | 1,2 | 89.415 | 2,9 | 139,6 |
| Ingreso financiero neto | -357.397 | -1,9 | 19.698 | 0,6 | -1914,4 |
| Ingresos de asociadas & joint venture | 26.664 | 0,1 | -3.091 | -0,1 | -962,6 |
| Utilidad antes de impuestos (EBT) | -116.517 | -0,6 | 106.022 | 3,4 | -209,9 |
| Provisión de Impuesto de renta | 11.766 | 0,1 | -24.576 | -0,8 | -147,9 |
| Utilidad Neta | -104.751 | -0,6 | 81.446 | 2,6 | -228,6 |
| Intereses de no controladoras (Interés Minoritario)-105.698 | | -0,6 | 13.560 | 0,4 | -879,5 |
| Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito | 947 | 0,0 | 67.886 | 2,2 | -98,6 |
| EBITDA recurrente (ROI+D&A) | 599.956 | 3,2 | 179.833 | 5,8 | 233,6 |
| EBITDA | 475.127 | 2,6 | 149.033 | 4,8 | 218,8 |

Nota: Las cifras de 1T16 no son comparables ya que excluye los ingresos de Brasil y Argentina, los cuales se consolidan desde Septiembre 1 de 2015.

(*) Las cifras comparables consolidadas del Estado de Resultados, del Balance General y del Flujo de Caja fueron reexpresadas para reflejar el efecto de los ajustes resultantes de la finalización del proceso de la asignación del precio de compra -Purchase Price Allocation- de la adquisición de la operación de Grupo Disco Uruguay, de acuerdo con lo establecido en la NIIF 3 - Combinaciones de negocios.

Desempeño Financiero Consolidado

- **Ventas Consolidadas** alcanzaron la suma de \$16.9 billones en el primer trimestre de 2016 con un incremento de 465.7%. Durante este trimestre, las ventas de Brasil representaron alrededor del 79% del total, Colombia el 16%, Uruguay 4% y Argentina 2%.
- **Ingresos Operacionales consolidados** fueron de \$18.5 billones durante el primer trimestre de 2016 con un aumento del 499.6%. Este resultado refleja un desempeño positivo derivado de las sólidas ventas en Colombia, Uruguay y Argentina y el desempeño resiliente de Brasil, especialmente en la categoría de alimentos. Adicionalmente, la implementación de estrategias comerciales “Quincenazo” en Colombia, “La compra del Mes” en Argentina y “1,2,3 Passos Da Economia” en Brasil y las iniciativas de textiles y productos frescos dentro de Éxito, permitieron a las principales marcas de hipermercados Éxito, Libertad y Geant finalizar el trimestre alcanzando un desempeño positivo en ventas mismos metros.
- **Utilidad Bruta** aumentó 441.9% a \$4.236.720 millones de \$781.801 millones del 1T15. El margen bruto de 22.9% vs 25.3% del 1T15, reflejó el efecto de consolidación, el retador ambiente de consumo en Brasil de productos de no alimentos y la estrategia general de precios de la Compañía para mantener su competitividad. Adicionalmente, también la mayor participación en las ventas de los formatos de descuento y de alimentos así como un mayor aporte de los negocios complementarios en Colombia y los sólidos márgenes de Uruguay y Argentina.
- **Gastos de Administración y Ventas** totalizaron \$3.897.675 millones con un margen del 21.0% como porcentaje de los Ingresos Operacionales. El margen permaneció estable versus el mismo período del año anterior y está relacionado con los efectos inflacionarios en Brasil y Argentina así como los requerimientos del proceso de consolidación. Adicionalmente los gastos que se vieron afectados por mayores salarios, costos de ocupación y de servicios públicos fueron compensados por el enfoque de la Compañía en incrementar la productividad y las iniciativas de reducción de costos.
- **Utilidad Operacional recurrente** aumentó 182.0% a \$339.045 millones desde \$120.215 millones en 1T15. El margen operacional recurrente fue muy sólido en Uruguay y Colombia y creció moderadamente en Argentina pero fue afectado por el impacto del complejo ambiente macroeconómico en Brasil, aún en medio de los esfuerzos en productividad.
- **EBITDA Recurrente** registró un aumento de 233.6% a \$599.956 millones en 1T16 desde \$179,833 millones del 1T15. El margen EBITDA recurrente reflejó el efecto de la consolidación en medio de un manejo sólido comercial y operacional así como un riguroso control de gastos. Esto le permitió a la Compañía reportar un buen nivel de margen especialmente en Colombia, Uruguay y Argentina de 5.7%, 9.9% y 4.2% respectivamente, en economías afectadas por tendencias inflacionarias.
- **Utilidad Neta atribuible a Grupo Éxito** en 1T16 estuvo afectada por los Gastos no recurrentes relacionados principalmente con los gastos de reestructuración en Brasil, el impacto del impuesto a la riqueza de \$52.500 millones en Colombia y Uruguay, el cual se diluirá a lo largo del año. Es importante mencionar que la base del primer trimestre de 2015 se vio beneficiada por un ingreso producto de la valorización de la inversión en Uruguay.

La Utilidad Neta también se afectó por el Gasto Financiero Neto consolidado derivado del servicio a la deuda en Brasil y Colombia. En este punto es relevante indicar que el Banco de la República de Colombia incrementó la tasa de interés en 75 puntos básicos durante el primer trimestre de 2016 de 5.75% a 6.50%, el cual tuvo un efecto negativo en el costo de la deuda de la Compañía.

- En 1T16 la **Deuda Neta** de la Compañía cerró en aproximadamente \$3.09 billones y USD450 millones a nivel de la compañía holding (vs \$3.6 bn en 4T15). En una base proforma, la compañía espera una reducción progresiva de **Deuda Neta/Ebitda ajustado** para finales de 2016 desde 3.8x del 2015 (3x to 3.5x). Para mejorar los indicadores de deuda, Éxito está actualmente revisando ciertas actividades tales como la venta de activos no estratégicos así como la optimización de capital de trabajo especialmente por la mejora de los niveles de inventarios y reducción del número de días, los cuales ya han bajado alrededor de 5 días desde 2014 a 2015.

Comportamiento de las Ventas en 1T16

Ventas por segmento

Colombia

| | 1Q16 | | | |
|----------------|----------------------------|---|------------------------|--------------------------------|
| | Ventas Totales (Bn COP) | % Var. Ventas Totales (en moneda local) | % Efecto calendario | % Var SSS (en moneda local) |
| Total Colombia | 2.658 | 7,4 | 1,5 | 5,1 |
| Éxito | 1.813 | 6,4 | 1,5 | 6,1 |
| Carulla | 377 | 11,2** | 1,2 | 6,4** |
| Discount | 411 | 11,3 | 1,5 | 5,6 |
| B2B* | 56 | 7,9 | N/A | N/A |

*B2B: Sales from Allies, Institutional and 3rd party sellers.

** Excluding the drugstores sales from the base

Ventas in Colombia aumentaron 7,4% a \$2.6 billones con un resultado positivo en todas las marcas. En el país, los formatos de descuento y Premium reflejaron el sólido comportamiento de las ventas. Los eventos promocionales en los almacenes Éxito y un crecimiento alto de un dígito de 8.9% en la categoría de alimentos, también mejoró la tendencia de las ventas. La **mezcla de ventas** en el 1T16 en la categoría de alimentos fue de 74% y aumentó 100 puntos básicos comparados con el año anterior. La categoría de no alimentos en el país registró un comportamiento positivo con crecimiento de 1,5% así como niveles levemente positivos en ventas mismos metros (0,6%) impulsados por la categoría de electrónica (+2,5%) y la de textiles (+1,5%) debido a la implementación de nuevas estrategias comerciales.

Colombia registró un crecimiento en **ventas mismos metros** de 5,1%, incluyendo un efecto calendario positivo de 1,5% relacionado con un día adicional del mes de Febrero. El crecimiento en las ventas mismos metros están relacionadas con un desempeño positivo en todas las marcas así como por el crecimiento de un dígito de la categoría de alimentos (5,9%).

- Las ventas de la marca Éxito en el primer trimestre de 2016 aumentaron 6.4%, con una mejora secuencial comparado con trimestres anteriores (vs 1,0% 4T15, 0,3% 3T15, -7,8% 2T15 y 4,5% 1T15) y un registro de 6,1% de crecimiento en ventas mismos metros. Este resultado fue producto del efecto positivo del evento promocional "Aniversario" (+4,5%) y "Regreso a clases" además de un buen desempeño de la categoría de no alimentos, principalmente de entretenimiento (+6,1%) comparado con el mismo trimestre del año 2015.
- El desempeño de ventas de la marca **Éxito** claramente se benefició de las estrategias comerciales "Quincenazo", modelo comercial implementado de Argentina, "Insuperables", para un portafolio de productos básicos, la estrategia textil de precios bajos todos los días de la categoría textil y el modelo de frescos de Super Inter para mejorar la propuesta de valor de la categoría y la presentación en los almacenes.
- Carulla**, las ventas aumentaron 11,2% excluyendo las ventas de farmacias (+8,6% incl.), en 1T16 (vs 1,3% 1T15) principalmente impulsado por la categoría de alimentos y un aumento muy sobresaliente del 35% de la categoría del hogar beneficiado por la estrategia de catálogos digitales en los almacenes Carulla. De igual forma, las ventas en la ciudad de Bogotá contribuyeron al resultado. El segmento Premium registró el mejor nivel de ventas mismos metros en Colombia con un crecimiento positivo del 6.4% excluyendo farmacias (4,7% incl.; vs -0,3% sss in 1T15). Carulla es la marca de retail más antigua en Colombia, está presente en 11 departamentos del país y permanece como del líder absoluto del segmento Premium del país.
- El segmento **Descuento** gratamente contribuyó con el desempeño de las ventas en Colombia (+11,3%, 5,6% sss vs 7,8% 1T15). La transferencia de la experiencia de Super Inter en los productos frescos y la optimización del surtido en los almacenes fue un importante dinamizador de las ventas de este segmento. El formato Descuento totalizó 210 almacenes y ha crecido considerablemente, en especial en las grandes ciudades tales como Bogotá y Medellín, en respuesta a las preferencias del clientes hacia precios competitivos.

Desempeño Operacional Colombia

| | 1T16 | 1T15 | |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|---------|
| | Millones de pesos | Millones de pesos | 1T16/15 |
| Ingresos Operacionales | 2.756.455 | 2.558.179 | 7,8% |
| Utilidad Bruta | 668.888 | 596.718 | 12,1% |
| Margen Bruto | 24,3% | 23,3% | |
| Gastos de Administración y V | 569.739 | 516.041 | 10,4% |
| GAV / Ingresos Operacionales | 20,7% | 20,2% | |
| Utilidad Operacional recurrente | 99.149 | 80.677 | 22,9% |
| Margen operacional recurrente | 3,6% | 3,2% | |
| EBITDA recurrente | 158.335 | 131.912 | 20,0% |
| Margen EBITDA recurrente | 5,7% | 5,2% | |

El Desempeño operacional en Colombia reflejó la sobresaliente ejecución de esta unidad de negocio, uno de los mejores en los últimos dos años.

La Utilidad bruta aumentó 100 puntos básicos impulsado por la contribución de los negocios complementarios los cuales contrarrestaron el efecto de la mezcla de ventas, principalmente del formato descuento y de la categoría de alimentos.

Gastos de Administración y Ventas reflejaron las mejoras en productividad a pesar de los mayores gastos relacionados con el proceso de integración, mayores gastos de ocupación y significativos incrementos en las tarifas de energía producto del fenómeno del Niño.

El margen de Utilidad Operacional Recurrente aumentó 40 puntos básicos como resultado de la sólida contribución de los negocios complementarios los cuales representaron 1/3 del total del margen.

EBITDA Recurrente aumentó doble dígito y ganó 50 puntos básicos, confirmando el liderazgo de Éxito en el mercado Colombiano.

En 1T16 la utilidad operacional recurrente en Colombia aumentó 22.9% y el margen alcanzó 3.6% de 3.2% del primer trimestre del año anterior. El Ebitda recurrente aumentó 20% con un margen de 5.7% vs 5.2% registrado en 1T15, lo cual demuestra la posición resiliente de Éxito en el mercado colombiano.

Ventas en Brasil

| | 1T16 | | |
|--------------|----------------------------|---|--------------------------------|
| | Ventas Totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales (en moneda local) | % Var SSS (en moneda local) |
| Total Brasil | 13.357 | 3,0% | 0,8% |
| Alimentos | 8.183 | 10,9% | 6,0% |
| No Alimentos | 3.399 | -12,7% | -11,8% |
| E-commerce | 1.774 | 7,7% | 7,7% |

Nota: Todas las variaciones en ventas totales y ventas mismos metros están calculadas en moneda local.

El incremento de las **ventas consolidadas de GPA** de 3,0% y de 0,8% en ventas mismos metros, reflejaron el ambiente de consumo impactado por un deteriorado macro ambiente que particularmente afectó el consumo de bienes durables en Brasil.

En 1T16, el **segmento de alimentos** representó el 56% de la mezcla, +400 puntos básicos comparado con el mismo periodo del año anterior, un desempeño resiliente con un incremento en ventas (10,9%) mejor que el año 2015 cuando las ventas aumentaron 7,1%. El segmento de alimentos creció en todos los formatos, sin embargo, fue impulsado principalmente por el formato de Cash & Carry. El crecimiento doble dígito de Assaí, mayor a la inflación, evidenció que los consumidores continuaron buscando más productos de primer precio y promociones. El crecimiento mismos metros de alimentos (6,0%) registró el mejor desempeño de los últimos 12 meses.

La tendencia en **ventas de no alimentos** con Via Varejo, continuó mejorando durante el 1T16 con -12,7% en ventas totales y -11,8% en ventas mismos metros siendo el resultado más sólido desde el 2T15, acelerando la dinámica de recuperación de las ventas mismos metros versus los periodos anteriores (-15,2% 4T15, -24,6% 3T15 y -23,5% 2T15). Esta categoría también registró una ganancia consistente de participación de mercado principalmente por la intensificación de competitividad en precios y las continuas estrategias promocionales producto del débil consumo en Brasil. La compañía continuó revisando el bajo resultado de los almacenes y finalmente cerró 36 almacenes Pontofrío y 15 Casas bahía en 1T16.

Con relación al segmento de **e-commerce**, Cnova realizó importantes cambios en su administración y continuó enfocándose en mejoras operacionales para recuperar su nivel de ventas. En 1T16, Cnova incrementó su participación del Marketplace en 852 puntos básicos comparado con el mismo periodo del año anterior, alcanzando 15,6%. El tráfico de clientes también aumentó doble dígito (15,7%) a 269 millones de visitas en el 1T16, debido a mejoras en la calidad del servicio al cliente y en el tráfico de la categoría de celulares en un 44%.

Desempeño Operaciones Brasil

| | 1T16 |
|--|-------------------|
| | Millones de Pesos |
| Ingresos Operacionales | 14.793.656 |
| Utilidad Bruta | 3.227.207 |
| Margen Bruto | 21,8% |
| Gastos de Administración y V GAV / Ingresos Operacionales | 3.071.743 |
| | 20,8% |
| Utilidad Operacional recurrente | 155.464 |
| Margen operacional recurrente | 1,1% |
| EBITDA recurrente | 363.677 |
| Margen EBITDA recurrente | 2,5% |

- **Utilidad bruta** reflejó los ahorros en costos logísticos los cuales fueron opacados por una menor contribución de las categorías de no alimentos y de las intensas estrategias comerciales de la Compañía.

- **Gastos de administración y ventas** aumentaron por debajo de la inflación (8,5% vs 9,4%) debido a una mayor disciplina en el control de costos y la optimización de gastos en Via Varejo y Assaí, donde los gastos aumentaron por debajo del crecimiento en ventas. Los gastos operacionales están relacionados principalmente con el proceso de integración y reducción de personal.

- **Utilidad operacional recurrente y EBITDA** registraron una menor contribución de las categorías de no alimentos y el efecto inicial del enfoque en estrategias de precio elegidas por la Compañía. Producto de esto, se esperan incrementos tanto en tráfico como en ventas en los próximos trimestres.

Ventas en Uruguay

| | 1T16 | | | |
|---------|----------------------------|---|------------------------|--------------------------------|
| | Ventas Totales (Bn COP) | % Var. Ventas Totales (en moneda local) | % Efecto calendario | % Var SSS (en moneda local) |
| Uruguay | 630 | 15,8% | 0,6% | 13,1% |

Nota: Todas las variaciones en ventas totales y ventas mismos metros están calculadas en moneda local.

En el 1T16 las ventas en Uruguay experimentaron una evolución de crecimiento de +15,8% en moneda local beneficiado por el sólido desempeño de la marca Devoto y las acertadas estrategias comerciales. Un consumo interno más alto y una elevada mezcla del 85% de alimentos también contribuyeron al crecimiento. Las ventas mismos metros de Uruguay de 13,1% vs 11,5% en 1T15 estuvieron 250 puntos por encima de la inflación (10,6%).

Desempeño Operaciones Uruguay

| | 1T16 | 1T15 | |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|---------|
| | Millones de Pesos | Millones de Pesos | 1T16/15 |
| Ingresos Operacionales | 637.298 | 533.221 | 19,5% |
| Utilidad Bruta | 215.658 | 185.083 | 16,5% |
| Margen Bruto | 33,8% | 34,7% | |
| Gastos de Administración y V | 143.468 | 145.545 | -1,4% |
| GAV / Ingresos Operacionales | 22,5% | 27,3% | |
| Utilidad Operacional recurrente | 72.191 | 39.538 | 82,6% |
| Margen operacional recurrente | 11,3% | 7,4% | |
| EBITDA recurrente | 63.216 | 47.921 | 31,9% |
| Margen EBITDA recurrente | 9,9% | 9,0% | |

- La unidad de negocio se benefició del riguroso control de gastos con lo cual los gastos de administración y ventas disminuyeron.
- **Utilidad operacional recurrente** aumentó 82.6% y el margen de **EBITDA** recurrente creció 90 puntos básicos, una vez más demostrando las adecuadas estrategias comerciales y la balanceada mezcla de formatos los cuales permitieron responder mejor a las preferencias de los consumidores versus la competencia con lo cual la compañía obtuvo mejora en la participación de mercado y por lo tanto registrar un sólido liderazgo en el país.

Ventas en Argentina

| | 1T16 | | | |
|-----------|----------------------------|---|------------------------|--------------------------------|
| | Ventas Totales (Bn COP) | % Var. Ventas Totales (en moneda local) | % Efecto calendario | % Var SSS (en moneda local) |
| Argentina | 328 | 30,7% | 1,3% | 30,8% |

Nota: Todas las variaciones en ventas totales y ventas mismos metros están calculadas en moneda local.

Ventas en Argentina: El país está experimentando un ambiente retador para retail principalmente por una alta inflación, bajo consumo y altas tasas de interés. Sin embargo, Libertad se está comportando bien y registró un crecimiento en ventas en moneda local del 30.7% lo cual reflejó el efecto positivo de la estrategia comercial “La Compra del Mes” y el sólido desempeño del formato de proximidad (+71.9%). La categoría de no alimentos también reportó un buen resultado con ventas creciendo +36.7% y un incremento de la mezcla de 120 puntos básicos versus el mismo trimestre de 2015, particularmente en entretenimiento (+40%) el cual también contribuyó con las ventas mismos metros de Libertad.

Desempeño Operaciones Argentina

| | 1T16 |
|---------------------------------|-----------------|
| | Millions of COP |
| Ingresos Operacionales | 350,769 |
| Utilidad Bruta | 125,358 |
| Margen Bruto | 35.7% |
| Gastos de Administración y V | 113,118 |
| GAV / Ingresos Operacionales | 32.2% |
| Utilidad Operacional recurrente | 12,240 |
| Margen operacional recurrente | 3.5% |
| EBITDA recurrente | 14,726 |
| Margen EBITDA recurrente | 4.2% |

- **Margen bruto** se vio beneficiado por una mayor mezcla de las categorías de no alimentos y de los ingresos del negocio inmobiliario, los cuales contribuyen actualmente con más del 50% de la utilidad operacional recurrente de la Compañía, registrando así una cobertura natural contra la inflación y devaluación, dada la indexación de los arrendamientos y la valorización de los activos inmobiliarios.

La Compañía retomó las acciones de optimización de costos y de eficiencias administrativas para compensar el incremento en costos laborales (+20%) y de energía eléctrica (+90%) debido al recorte de los subsidios, impactos de devaluación en contratos de servicios denominados en USD y los aumentos de los impuestos en la mayoría de las provincias. Adicional a esto, la continuidad de la dinámica comercial nos permitió ganar cerca de 100 puntos básicos de participación de mercado en 1T15 versus el mismo trimestre del año 2015 (16,4% vs 15,4% en unidades y 14,3% para ambos periodos, en valor).

Balance General Consolidado

En millones de pesos Colombianos

| | Marzo 2016 | Diciembre 2015 | % Var |
|---|-------------------|-------------------|--------------|
| ACTIVOS | 52.488.155 | 51.949.362 | 1,0 |
| Activos Corrientes | 21.442.037 | 23.894.735 | -10,3 |
| Efectivo y Equivalentes | 4.723.735 | 10.068.717 | -53,1 |
| Inventarios | 9.350.582 | 8.702.015 | 7,5 |
| Otros | 7.367.720 | 5.124.003 | 43,8 |
| Activo no corrientes | 31.046.118 | 28.054.627 | 10,7 |
| Plusvalía | 6.556.969 | 6.524.362 | 0,5 |
| Activos intangibles | 3.972.516 | 3.694.820 | 7,5 |
| Propiedades, Planta y Equipo | 12.466.217 | 11.951.037 | 4,3 |
| Propiedades de Inversión | 1.158.986 | 1.083.600 | 7,0 |
| Inversiones en asociadas y joint ventures | 353.064 | 304.102 | 16,1 |
| Otros | 6.538.366 | 4.496.706 | 45,4 |
| PASIVOS | 36.426.153 | 36.135.257 | 0,8 |
| Pasivo corriente | 24.117.975 | 24.802.252 | -2,8 |
| Cuentas por pagar | 13.949.347 | 18.344.583 | -24,0 |
| Obligaciones financieras | 6.042.064 | 3.922.558 | 54,0 |
| Otros pasivos financieros corrientes | 484.869 | 32.602 | 1387,2 |
| Otros | 3.641.695 | 2.502.509 | 45,5 |
| Pasivos no Corrientes | 12.308.178 | 11.333.005 | 8,6 |
| Obligaciones financieras de largo plazo | 72.691 | 34.189 | 112,6 |
| Cuentas por pagar | 5.536.857 | 6.707.561 | -17,5 |
| Otros | 6.698.630 | 4.591.255 | 45,9 |
| PATRIMONIO | 16.062.002 | 15.814.105 | 1,6 |
| Interés minoritario en compañías consolidadas | 8.761.994 | 8.285.623 | 5,7 |
| Patrimonio de los accionistas | 7.300.008 | 7.528.482 | -3,0 |

(*) Las cifras comparables consolidadas del Estado de Resultados, del Balance General y del Flujo de Caja fueron reexpresadas para reflejar el efecto de los ajustes resultantes de la finalización del proceso de la asignación del precio de compra -Purchase Price Allocation- de la adquisición de la operación de Grupo Disco Uruguay, de acuerdo con lo establecido en la NIIF 3 - Combinaciones de negocios.

Estado de flujo de efectivo consolidado, resumido

(En millones de pesos Colombianos)

| | 1T16 | 1T15 | %Var 16/15 |
|--|-------------------|------------------|----------------|
| Ganancia (pérdida) | -104.751 | 81.446 | -228,6 |
| Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)* | (6.891.779) | (667.210) | 932,9 |
| Fujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación | (7.057.470) | (635.856) | 1009,9 |
| Fujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión | (412.705) | (29.444) | 1301,7 |
| Fujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación | 1.648.265 | (66.860) | -2565,2 |
| Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio | -5.821.910 | -732.160 | 695,2 |
| Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo | 485.650 | (2.318) | -21051,3 |
| Ajustes por interés minoritario | (8.722) | (7.637) | 14,2 |
| Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo | -5.344.982 | -742.115 | 620,2 |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período | 10.068.717 | 2.953.938 | 240,9 |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período | 4.723.735 | 2.211.823 | 113,6 |

Estrategia Internacional de la Compañía

Adicional a la implementación de las mejores prácticas comerciales de un país a otro, Grupo Éxito implementó el modelo comercial argentino “La compra del mes” en los almacenes Extra en Brasil, donde se conoce como “1,2,3 Passos Da Economia” y en Colombia en los almacenes bajo la marca Éxito bajo el nombre “Quincenazo”. Esta estrategia es parte del plan de sinergias el cual busca recuperar el crecimiento en ventas mismos metros y la participación de mercado con el fin de compensar la actual dinámica en Brasil y el escenario macroeconómico. Este modelo ha demostrado un gran potencial para compartir potentes estrategias comerciales y compartidas localmente a través de las diferentes unidades de negocio.

Grupo Éxito igualmente llevó a cabo su primer Encuentro de Negocios latinoamericano en Colombia y Brasil. Cada evento tomo dos días por país y se desarrollaron más de 180 reuniones de negocio entre los equipos de compras de las operaciones quienes tuvieron la oportunidad de reunirse y negociar con proveedores locales. Dentro de las negociaciones, los equipos lideraron esta iniciativas se reunieron con proveedores de primera línea de bienes y servicios, los cuales alcanzaron acuerdos gana-gana para cada una de las partes. La cantidad inicial de negocios potenciales alcanzaron una suma aproximada a los USD3 millones. A hoy, tres de las cuatro unidades de negocios han sostenido tres eventos con el fin de interactuar con proveedores locales en los mercados donde el grupo tiene una plataforma de retail y proporciona una oportunidad de intercambio de negocios.

En Brasil, estamos enfocados en introducir una nueva “apariencia” en la categoría textil en los hipermercados Extra, inspirados en el exitoso modelo colombiano.

En Uruguay, continuamos con la apertura de los almacenes de proximidad y con el desarrollo de un nuevo concepto de estilo de vida con la apertura de su primer almacén “Fresh Market” en el país.

Número de almacenes y área de ventas por país

Colombia

| Marca | Almacén | Área de Ventas (m2) |
|-----------------------|------------|---------------------|
| Éxito | 261 | 622.821 |
| Carulla | 99 | 83.363 |
| Surtimax | 152 | 80.361 |
| Super Inter | 58 | 58.301 |
| Total Colombia | 570 | 844.846 |

Brazil

| Marca | Almacén | Área de Ventas (m2) |
|----------------------|--------------|---------------------|
| Pao de Acucar | 185 | 237.000 |
| Extra hiper | 137 | 803.000 |
| Extra super | 194 | 222.000 |
| Minimercado Extra | 239 | 62.000 |
| Minuto Pao de Acucar | 62 | 15.000 |
| Assaí | 96 | 378.000 |
| Pontofrio | 233 | 154.000 |
| Casas Bahía | 745 | 920.000 |
| Total Brasil | 1,891 | 2.791.000 |

Uruguay

| Marca | Almacén | Área de Ventas (m2) |
|----------------------|-----------|---------------------|
| Devoto | 35 | 34.705 |
| Disco | 29 | 31.446 |
| Geant | 2 | 16.439 |
| Total Uruguay | 66 | 82.590 |

Argentina

| Marca | Almacén | Área de Ventas (m2) |
|------------------------|-----------|---------------------|
| Libertad | 15 | 110.594 |
| Mini Libertad | 12 | 1.875 |
| Total Argentina | 27 | 112.469 |

| | | |
|--------------|--------------|------------------|
| TOTAL | 2.554 | 3.830.905 |
|--------------|--------------|------------------|

Almacenes Éxito S.A.

(BVC: EXITO)



Le invita a participar en su teleconferencia de resultados del
Primer Trimestre de 2016



Fecha: Martes, 31 de mayo de 2016
Hora: 10:00 a.m. hora New York
9:00 a.m. hora Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente
José Gabriel Loaiza, Vicepresidente de Negocios Internacionales
Jairo Medina P., Vicepresidente Financiero
María Fernanda Moreno, Directora de Relación con Inversionistas

Para participar, por favor, marque:

U.S. gratuito 877.809.8690
Colombia gratuito: 01800.913.0176
Internacional (marcación fuera de Estados Unidos): +706.634.6560

Número de identificación de la teleconferencia: 11711968

Almacenes Éxito S.A. publicará su reporte de resultados del primer trimestre de 2016 el viernes, 27 de mayo de 2016 después del cierre del mercado.

Los resultados del primer trimestre de 2016 estarán acompañados de un audio webcast con presentación disponible en la página web de la compañía www.grupoexito.com.co bajo "Inversionistas" o en <http://services.choruscall.com/links/exito160601>

Para más información contáctese con:
Relación con Inversionistas, Almacenes Éxito S.A. Tel: (574) 339 6560
exitoinvestor.relations@grupo-exito.com



Declaraciones:

Este comunicado contiene declaraciones basadas en expectativas para el futuro. Esta información, al igual que las declaraciones sobre expectativas y eventos futuros, están sujetas a riesgos y factores que pueden causar que los resultados, desempeño y logros de la empresa cambien en cualquier momento. Estos factores incluyen cambios generales en la industria de ventas al por menor, condiciones económicas, políticas, gubernamentales y comerciales tanto nacionales como internacionales así como también variaciones en las tasas de interés, inflación, volatilidad en las tasas de cambio y niveles de impuestos. Como resultado de estos riesgos y factores, los resultados actuales pueden diferir materialmente de las estimaciones proveídas. La empresa no acepta responsabilidad por cualquier variación o por la información suministrada por fuentes oficiales.

Contacto:

Dirección de Relación con Inversionistas
Teléfono (574) 339 65 60
E-mail: exitoinvestor.relations@grupo-exito.com
www.grupoexito.com.co



“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”.