

grupo

**éxito**<sup>®</sup>

# Resultados Financieros 4T15

Marzo 1 de 2016

Colombia



Brazil



Argentina

**Libertad**

Uruguay



El Reconocimiento IR otorgado por la Bolsa de Valores de Colombia S.A. no es una certificación sobre la bondad de los valores inscritos ni sobre la solvencia del emisor. Así mismo, no implica una certificación sobre la calidad y veracidad del contenido, sólo denota una verificación sobre la existencia de la información en el sitio web del emisor.



# Declaración

La Matriz preparó estados financieros consolidados para el periodo terminado el 31 de diciembre de 2014, para dar comparabilidad a sus primeros estados financieros consolidados de acuerdo con normas de contabilidad y de información financiera, aceptadas en Colombia, establecidas en la Ley 1314 de 2009 que corresponden a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) traducidas de manera oficial y autorizadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) al 31 de diciembre de 2014, reglamentadas en Colombia por el Decreto Reglamentario 2420 de 2015, “Decreto Único Reglamentario de las normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información” modificado el 23 diciembre de 2015 por el Decreto Reglamentario 2496, y sin hacer uso de ninguna de las excepciones a NIIF que en dichos Decretos se plantean.

La información financiera mostrada aquí incluye los resultados 12 meses de las operaciones de Grupo Éxito en Colombia y Uruguay y el resultado financiero desde Septiembre de 2015 de las operaciones de Brasil y Argentina de acuerdo con la fecha de adquisición. Adicionalmente, para 2015, se incluyen las ventas de Grupo Disco en Uruguay dado que Grupo Exito tomó control de esta unidad a partir de ese año.

Los estados financieros consolidados del año 2014 podían presentar modificaciones hasta que los primeros estados financieros consolidados de la Matriz fuesen presentados de acuerdo con la normatividad vigente en Colombia, durante este proceso la Matriz realizó reclasificaciones contables y ajustes para reflejar el adecuado reconocimiento y clasificación de partidas en los estados financieros consolidados de la entidad.



# Agenda

- ❑ **Hechos destacados de Grupo Éxito**
- ❑ **Resultados Financieros del 4T y año 2015**
- ❑ **Logros estratégicos en 2015**
- ❑ **Estrategia del negocio en 2016**
- ❑ **Preguntas y Respuestas**

# 2015, un hito en la historia de Grupo Éxito

## Latam

- ▶ Grupo Éxito se convirtió en la Compañía de retailer más grande de Sur América con el ingreso a los mercados de Brasil y Argentina.
- ▶ La redefinición de la estructura corporativa en Grupo Éxito tiene como objetivo enfrenar los nuevos retos de la región.
- ▶ El Comité de Sinergias ya ha capturado beneficios iniciales por valor de USD5 millones e inició la ejecución de 18 proyectos conjuntos en los países.

## Expansion Retail

- ▶ La expansión orgánica más grande de la marca Carulla y la exitosa integración de Super Inter, ratifican el liderazgo de Grupo Éxito en los dos segmentos en Colombia: el Premium y el de descuento.
- ▶ Gran expansión de Assaí en Brasil contribuyó a consolidar el Mercado de descuento en el país.
- ▶ El desarrollo del formato de proximidad en Uruguay con la marca Devoto Express obtuvo sólidos resultados.

## Real Estate

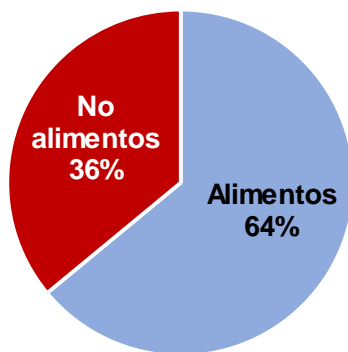
- ▶ El negocio inmobiliario se fortaleció en Argentina adicionando áreas al centro comercial Lugones.
- ▶ Grupo Éxito busca crear un fondo de inversión privado para obtener USD200 millones con el fin de desarrollar aún más su negocio inmobiliario.

# Ventas Consolidadas de Grupo Éxito

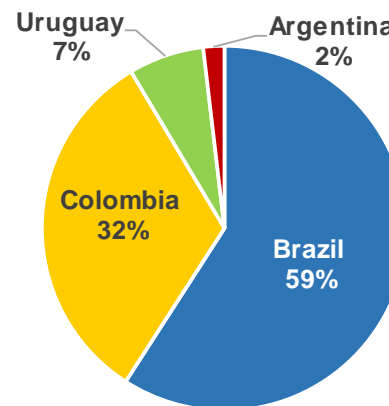
Mezcla de ventas con predominio de las de alimentos ofrecen una estructura balanceada y resiliente.

|                  | 4T15           | Mezcla de ventas |              |  | FY15           | Mezcla de ventas |              |
|------------------|----------------|------------------|--------------|--|----------------|------------------|--------------|
|                  | Millones de \$ | Alimentos        | No alimentos |  | Millones de \$ | Alimentos        | No alimentos |
| <b>Colombia</b>  | 2,960,686      | 70%              | 30%          |  | 10,285,199     | 73%              | 27%          |
| <b>Brazil</b>    | 14,875,515     | 53%              | 47%          |  | 18,794,012     | 56%              | 44%          |
| <b>Uruguay</b>   | 599,505        | 80%              | 20%          |  | 2,122,911      | 86%              | 14%          |
| <b>Argentina</b> | 468,300        | 64%              | 36%          |  | 595,882        | 65%              | 35%          |
| <b>Total *</b>   | 18,904,006     | 57%              | 43%          |  | 31,796,694     | 64%              | 36%          |

2015 Mezcla de Ventas consolidadas



2015 % Ventas por país



- Las transacciones intragrupo han sido eliminadas
- \*\* FY2015 incluye los resultados financieros desde Septiembre para las operaciones de Brasil y Argentina.

# Desempeño de ventas consolidadas: Colombia

*Sólido desempeño de ventas mismos metros en todos los segmentos, excluyendo el efecto calendario.*

## Colombia

|                       | 4Q15                    |                       |                   |             | FY2015                  |                       |              |
|-----------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|-------------|-------------------------|-----------------------|--------------|
|                       | Ventas totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales | Efecto calendario | %Var. SSS   | Ventas totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales | %Var. SSS    |
| <b>Total Colombia</b> | <b>2,960</b>            | <b>3.7%</b>           | <b>-2.2%</b>      | <b>0.0%</b> | <b>10,285</b>           | <b>8.1%</b>           | <b>-0.2%</b> |
| Éxito                 | 2,046                   | -1.0%                 | -3.5%             | -1.1%       | 6,978                   | -1.2%                 | -1.3%        |
| Carulla               | 415                     | 5.4%                  | 0.8%              | 2.6%        | 1,493                   | 2.7%                  | 0.9%         |
| Descuento             | 425                     | 38.8%                 | 1.9%              | 8.1%        | 1,570                   | 95.5%                 | 8.8%         |
| B2B*                  | 74                      | -16.5%                | N/A               | N/A         | 243                     | 26.1%                 | N/A          |

### *Las ventas en Colombia en 2015 reflejaron:*

- ***Crecimiento de un dígito en la categoría de alimentos***
- ***Sólido desempeño en las marcas del formato Descuento***
- ***Beneficio por la apertura de 47 almacenes en 2015***
- ***Recuperación de los hipermercados en el 4T gracias al repunte de la categoría de no alimentos***

\*B2B: Ventas de Aliados, Institucionales y terceros

# Resultados Financieros de 4T y FY2015

*Sólido desempeño del 4T permitió un crecimiento positivo del año 2015 (ROI y EBITDA)*

| Colombia   | 4T15                    | 4T14                    | 4Q15/14      | FY15                      | FY14                      | FY15/14      |
|--|-------------------------|-------------------------|--------------|---------------------------|---------------------------|--------------|
|  | Millones de \$          | Millones de \$          |              | Millones de \$            | Millones de \$            |              |
| <b>Ingresos Operacionales</b>  | <b>3,059,029</b>        | <b>2,937,550</b>        | <b>4.1%</b>  | <b>10,622,539</b>         | <b>9,812,980</b>          | <b>8.2%</b>  |
| <b>Utilidad bruta</b><br><i>Margen bruto</i>                                   | <b>783,120</b><br>25.6% | <b>718,106</b><br>24.4% | <b>9.1%</b>  | <b>2,611,361</b><br>24.6% | <b>2,405,740</b><br>24.5% | <b>8.5%</b>  |
| <b>Gastos de Administración y V</b><br><i>GAV /Ingresos Operacionales</i>      | <b>527,467</b><br>17.2% | <b>487,619</b><br>16.6% | <b>8.2%</b>  | <b>2,017,693</b><br>19.0% | <b>1,823,514</b><br>18.6% | <b>10.6%</b> |
| <b>Utilidad operacional recurrente</b><br><i>Margen operacional recurrente</i> | <b>255,653</b><br>8.4%  | <b>230,487</b><br>7.8%  | <b>10.9%</b> | <b>593,668</b><br>5.6%    | <b>582,226</b><br>5.9%    | <b>2.0%</b>  |
| <b>EBITDA Recurrente</b><br><i>Margen EBITDA recurrente</i>                    | <b>312,212</b><br>10.2% | <b>276,297</b><br>9.4%  | <b>13.0%</b> | <b>804,911</b><br>7.6%    | <b>770,875</b><br>7.9%    | <b>4.4%</b>  |

- **Mejora en el margen bruto de 120 puntos básicos gracias a la recuperación del margen textil, mejora en el desempeño de Surtimax y de los ingresos inmobiliarios.**
- **GA&V impactados por gastos de arrendamiento, inflación en energía y gastos relacionados con el negocio inmobiliario.**
- **Margen EBITDA del año 2015 en línea con las expectativas de la Compañía en medio de un ambiente competitivo.**

# Desempeño de ventas consolidadas: Brasil

*Negocio de Alimentos resiliente con desempeño sólido de la marca Assaí*

| Brazil              | 4T15                    |                       |                   |              | FY2015                  |              |              |
|---------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------|--------------|-------------------------|--------------|--------------|
|                     | Ventas totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales | Efecto Calendario | %Var. SSS    | Ventas totales (Bn COP) | % Var Ventas | %Var. SSS    |
| <b>Total Brazil</b> | <b>14,876</b>           | <b>0.2%</b>           | <b>-0.9%</b>      | <b>-2.3%</b> | <b>18,794</b>           | <b>5.5%</b>  | <b>-1.2%</b> |
| Alimentos           | 7,907                   | 6.7%                  | 0.1%              | 1.9%         | 9,616                   | 7.1%         | 2.6%         |
| No alimentos        | 4,107                   | -14.7%                | -2.4%             | -15.2%       | 4,948                   | -15.0%       | -16.4%       |
| E-commerce          | 2,861                   | 9.5%                  | -0.7%             | 9.5%         | 4,230                   | 56.0%        | 18.3%        |

- ***Crecimiento consolidado de ventas liderado por el segmento de alimentos y mejora en el tráfico de clientes en todas las marcas.***
- ***Assaí con incremento en ventas superior al 25% y desempeño superior por los 62 almacenes Extra remodelados.***
- ***Las ventas respondieron a las iniciativas implementadas por la Compañía***

\*\*Las ventas FY2015 de Brasil incluyen los resultados desde septiembre 1 de 2015

La Variación en ventas totales y ventas mismos metros están expresadas en moneda local



# Resultados Financieros de 4T y FY2015:Brasil

*GPA reporta un adecuado nivel de rentabilidad en medio de un ambiente macroeconómico retador.*

| <b>Brazil</b>  | <b>4T15</b><br>Millones de \$    | <b>FY15</b><br>Millones de \$    |
|--|----------------------------------|----------------------------------|
| <b>Ingresos Operacionales</b>  | <b>15,755,155</b>                | <b>19,980,882</b>                |
| <b>Utilidad bruta</b><br><i>Margen bruto</i>                                   | <b>3,614,090</b><br><b>22.9%</b> | <b>4,660,878</b><br><b>23.3%</b> |
| <b>Gastos de Administración y V</b><br><i>GAV /Ingresos Operacionales</i>      | <b>3,066,025</b><br><b>19.5%</b> | <b>3,925,268</b><br><b>19.6%</b> |
| <b>Utilidad operacional recurrente</b><br><i>Margen operacional recurrente</i> | <b>548,065</b><br><b>3.5%</b>    | <b>735,610</b><br><b>3.7%</b>    |
| <b>EBITDA Recurrente</b><br><i>Margen EBITDA recurrente</i>                    | <b>744,466</b><br><b>4.7%</b>    | <b>996,870</b><br><b>5.0%</b>    |

- ***El desempeño operacional en Brasil reflejó los beneficios de las iniciativas para reducir gastos e incrementar la productividad.***
- ***Nivel justo de Ebitda a pesar del ambiente macro***
- ***Crecimiento sustancial de márgenes especialmente en la marca Assaí.***

# Desempeño de ventas consolidadas: Uruguay

*Las operaciones de Uruguay reportaron un sólido crecimiento en ventas mismos metros y ganaron participación de Mercado*

| Uruguay | 4T15                    |                       |                   |           | FY2015                  |              |           |
|---------|-------------------------|-----------------------|-------------------|-----------|-------------------------|--------------|-----------|
|         | Ventas totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales | Efecto Calendario | %Var. SSS | Ventas totales (Bn COP) | % Var Ventas | %Var. SSS |
| Uruguay | 600                     | 11.3%                 | -1.3%             | 8.7%      | 2,123                   | 11.9%        | 10.6%     |

- **Las ventas registraron un desempeño positivo en 2015 con un incremento en ventas mismos metros de 10.6% (por encima de la inflación)**
- **Las ventas totales se beneficiaron de la consolidación de Disco, la apertura de 10 almacenes Devoto Express, así como de la adquisición del almacén Hiper Ahorro.**

Las variaciones en ventas totales y en mismos metros son calculadas en moneda local.

\* Los resultados de FY2015 incluyen los de Grupo Disco, Uruguay desde Enero 1 de 2015

# Resultados financieros del 4T y FY2015

*Uruguay registró niveles altos de rentabilidad*

## Uruguay

|  | 4T15                    | 4T14                   | 4Q15/14       | FY15                    | FY14                    | FY15/14       |
|--|-------------------------|------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
|  | Millones de \$          | Millones de \$         |               | Millones de \$          | Millones de \$          |               |
| <b>Ingresos Operacionales</b>  | <b>616,470</b>          | <b>204,757</b>         | <b>201.1%</b> | <b>2,162,401</b>        | <b>671,842</b>          | <b>221.9%</b> |
| <b>Utilidad bruta</b><br><i>Margen bruto</i>                                   | <b>216,242</b><br>35.1% | <b>75,171</b><br>36.7% | <b>187.7%</b> | <b>746,695</b><br>34.5% | <b>223,681</b><br>33.3% | <b>233.8%</b> |
| <b>Gastos de Administración y V</b><br><i>GAV /Ingresos Operacionales</i>      | <b>175,234</b><br>28.4% | <b>60,883</b><br>29.7% | <b>187.8%</b> | <b>616,188</b><br>28.5% | <b>188,621</b><br>28.1% | <b>226.7%</b> |
| <b>Utilidad operacional recurrente</b><br><i>Margen operacional recurrente</i> | <b>41,008</b><br>6.7%   | <b>14,288</b><br>7.0%  | <b>187.0%</b> | <b>130,507</b><br>6.0%  | <b>35,060</b><br>5.2%   | <b>272.2%</b> |
| <b>EBITDA Recurrente</b><br><i>Margen EBITDA recurrente</i>                    | <b>55,278</b><br>9.0%   | <b>16,265</b><br>7.9%  | <b>239.9%</b> | <b>169,302</b><br>7.8%  | <b>43,739</b><br>6.5%   | <b>287.1%</b> |

- *Uruguay se beneficia de la consolidación de Grupo Disco y de la expansión de la marca Devoto.*
- *Plan de ahorro en costos implementado en el segundo trimestre (en productividad y abastecimiento) comenzó a dar resultados positivos en 4T15.*

# Desempeño de ventas consolidadas: Argentina

*Libertad superó al Mercado con sólido crecimiento de ventas mismos metros*

| Argentina | 4T15                    |                       |                   |           | FY2015                  |              |           |
|-----------|-------------------------|-----------------------|-------------------|-----------|-------------------------|--------------|-----------|
|           | Ventas totales (Bn COP) | % Var. Ventas totales | Efecto Calendario | %Var. SSS | Ventas totales (Bn COP) | % Var Ventas | %Var. SSS |
| Argentina | 468                     | 28.1%                 | -0.3%             | 26.9%     | 596                     | 27.9%        | 26.7%     |

- ***El crecimiento en ventas mismos metros se debió al exitoso resultado de la estrategia de proximidad a través de la marca Mini Libertad.***
- ***Niveles positivos de ventas provenientes principalmente de la implementación de nuevas estrategias comerciales.***

\*\*Los resultados FY2015 de Argentina incluyen la información desde Septiembre 1<sup>st</sup>, 2015  
La variación de ventas totales y mismos metros (sss) están calculadas en moneda local

# Resultados financieros del 4T y FY2015

*Elevado nivel de rentabilidad impulsado por la recuperación de retail y la contribución de Real Estate.*

## Argentina

|  | <b>4T15</b><br>Millones de \$  | <b>FY15</b><br>Millones de \$  |
|--|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Ingresos Operacionales</b>  | <b>500,886</b>                 | <b>637,699</b>                 |
| <b>Utilidad bruta</b><br><i>Margen bruto</i>                                   | <b>184,711</b><br><b>36.9%</b> | <b>236,458</b><br><b>37.1%</b> |
| <b>Gastos de Administración y V</b><br><i>GAV /Ingresos Operacionales</i>      | <b>146,754</b><br><b>29.3%</b> | <b>190,758</b><br><b>29.9%</b> |
| <b>Utilidad operacional recurrente</b><br><i>Margen operacional recurrente</i> | <b>37,957</b><br><b>7.6%</b>   | <b>45,700</b><br><b>7.2%</b>   |
| <b>EBITDA Recurrente</b><br><i>Margen EBITDA recurrente</i>                    | <b>41,753</b><br><b>8.3%</b>   | <b>50,309</b><br><b>7.9%</b>   |

***La operación registró un sólido ROI debido principalmente a:***

- Los planes de productividad en los almacenes y en la corporación.***
- Mayor contribución de la unidad de Real Estate.***

\*\* Los resultados FY2015 de Argentina corresponden a los obtenidos a partir de September 1<sup>st</sup>, 2015

# Estado de Resultados Consolidado – IFRS

*Crecimiento sólido de la Utilidad Neta a pesar del impuesto al patrimonio y los gastos relacionados con el endeudamiento.*

| Estado de Resultados Consolidado   | 2015<br>Millones de pesos        | 2014<br>Millones de pesos        | FY15/14       |
|--|----------------------------------|----------------------------------|---------------|
| <b>Ingresos Operacionales</b>  | <b>33,402,211</b>                | <b>10,484,822</b>                | <b>218.6%</b> |
| <b>Utilidad bruta</b><br><i>Margen bruto</i>                                       | <b>8,254,435</b><br><i>24.7%</i> | <b>2,629,421</b><br><i>25.1%</i> | <b>213.9%</b> |
| <b>Gastos de Administración y Ventas</b><br><i>GA&amp;V/Ingresos Operacionales</i> | <b>6,748,950</b><br><i>20.2%</i> | <b>2,012,135</b><br><i>19.2%</i> | <b>235.4%</b> |
| <b>Utilidad Operacional recurrente</b><br><i>Margen operacional recurrente</i>     | <b>1,505,485</b><br><i>4.5%</i>  | <b>617,286</b><br><i>5.9%</i>    | <b>143.9%</b> |
| <b>Utilidad Operacional (Ebit)</b><br><i>Margen operacional</i>                    | <b>1,356,807</b><br><i>4.1%</i>  | <b>605,317</b><br><i>5.8%</i>    | <b>124.1%</b> |
| <b>Utilidad neta atribuible a Grupo Éxito</b><br><i>Margen neto</i>                | <b>573,495</b><br><i>1.7%</i>    | <b>499,431</b><br><i>4.8%</i>    | <b>14.8%</b>  |
| <b>EBITDA recurrente</b><br><i>Margen EBITDA recurrente</i>                        | <b>2,021,392</b><br><i>6.1%</i>  | <b>814,614</b><br><i>7.8%</i>    | <b>148.1%</b> |
| <b>EBITDA</b><br><i>Margen EBITDA</i>  | <b>1,872,714</b><br><i>5.6%</i>  | <b>802,645</b><br><i>7.7%</i>    | <b>133.3%</b> |

La información corresponde a cifras consolidadas, así:

\* 2015: Incluye los resultados de las operaciones de Brasil y Argentina desde 2015.

\*\*2014 Las cifras no son comparables, debido a que excluyen las operaciones de Grupo Disco en Uruguay así como el resultado de Brasil y Argentina.

# Propuesta de Dividendos 2016

*Sólida propuesta de incremento de dividendos, 2.4x la inflación de 2015*

|                                   | 2014<br>(IFRS) | 2015<br>(IFRS) |        |
|-----------------------------------|----------------|----------------|--------|
| <b>Utilidad Neta</b>              | 499.4          | 573.4          | +14.8% |
| <b>Dividendo/acción</b>           | 581.1          | 675.7          | +16.5% |
| <b>Rentabilidad del dividendo</b> | 1.99%          | 5.00%          |        |
| <b>Pay-out Ratio</b>              | 56.70%         | 52.70%         |        |

- **Incrementar el dividendo en 16.3% comparado con el año anterior, de COP \$581.1 a COP \$675.7**
- **Distribuir un 52.7% de la utilidad para los accionistas**
- **Incrementar la rentabilidad del Dividendo\* del 2.0% en 2014 a 5.0% en 2015.**
- **Propuesta sujeta a la aprobación de la Asamblea General de Accionistas a ser realizada en Marzo 30 de 2016.**

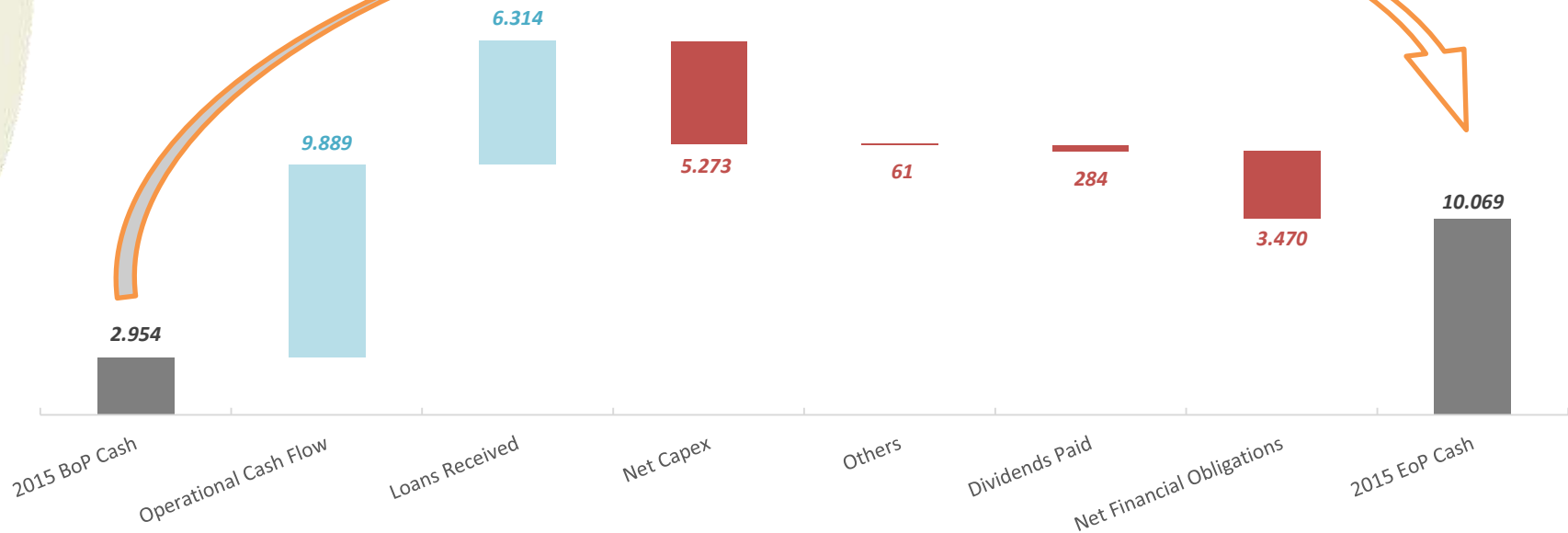
\* Calculado con el precio de cierre de la acción de \$13.500 a Diciembre 31 de 2015. 3.500 as of Deiciember 31, 2015.

# Estado de Flujo de Caja consolidado

Grupo Exito se beneficia del sólido Balance de GPA

Posición de Caja

+COP 7.1 Bn



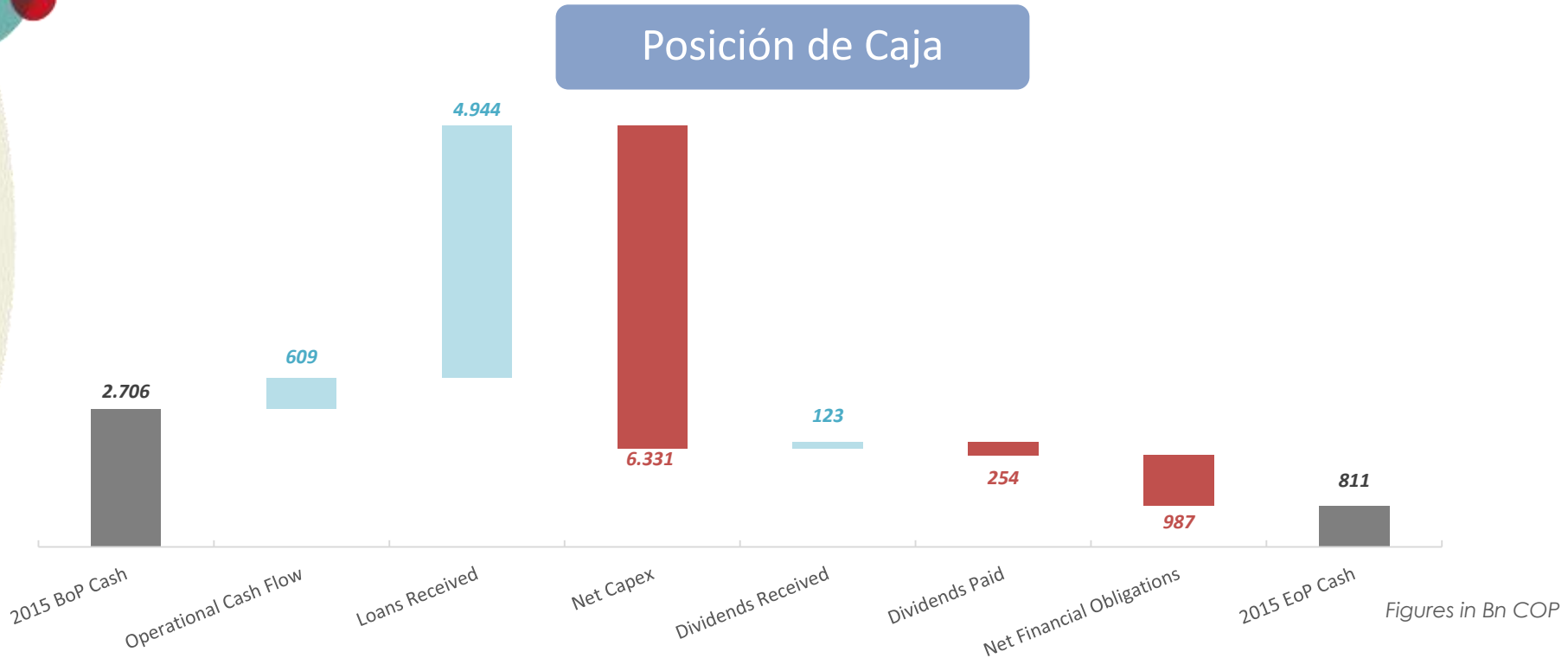
Figures in Bn COP

- **Evolución positiva de la posición de caja producto de la adquisición y consolidación de las nuevas actividades en la región (+ COP\$7.1 Bn)**



# Flujo de caja de Grupo Éxito-Colombia

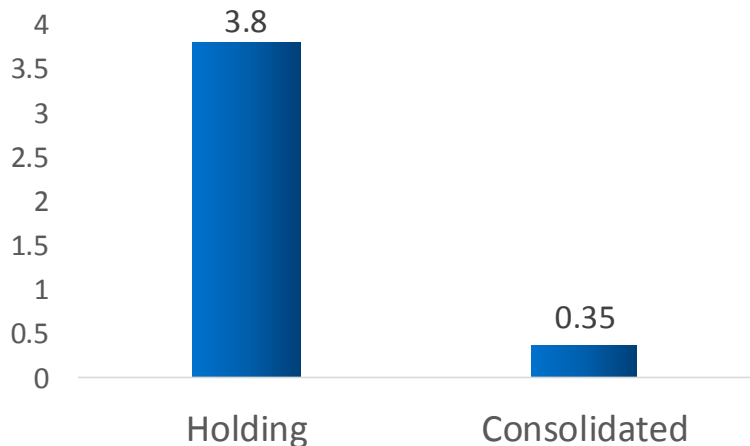
Adquisición financiada con efectivo inmovilizado y préstamos bancarios.



- **Impacto negativo de \$6.1 Bn explicado principalmente por la adquisición de las operaciones internacionales en Brasil y Argentina.**
- **Aún con este endeudamiento, se obtuvo un resultado financiero positivo de \$ 123,000 millones a nivel de la Holding. Esto se explica principalmente por una rigurosa estrategia de cobertura que fue desarrollada durante el proceso de adquisición de las subsidiarias Latinoamericanas.**

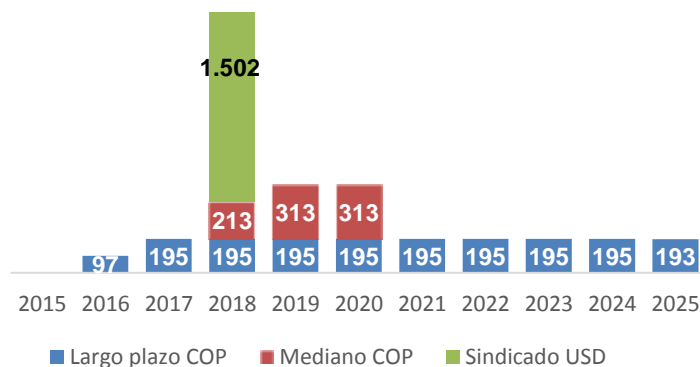
# Coeficientes de endeudamiento sanos y madurez adecuada

## DFN/Ebitda



## Vencimientos Holding

### Vencimientos de deuda Éxito (en '000 COP millones)



Cifras en Bn COP

- **Exito Colombia Reperfiló la deuda financiera de 3.4 a 4.3 años**
- **Deuda in COP a 31/12/2015:**
  - **2,688 Bn**
  - **Tasa: Menor a IBR + 3.5**
- **Deuda en USD a 31/12/2015:**
  - **450 MUSD**
  - **3 años de vencimiento**
  - **Tasa: menor a LIBOR + 1.75**

# Capex

Más de 140,000 m2 abiertos en 2015 en Latinoamérica

|                         | Aperturas |               |            |                |             | Total almacenes |              | CAPEX Orgánico    |                        |
|-------------------------|-----------|---------------|------------|----------------|-------------|-----------------|--------------|-------------------|------------------------|
|                         | 4T15      |               | FY 2015    |                |             | FY 2015         |              | FY 2015           |                        |
|                         | Almacenes | m2            | Almacenes  | m2             | %Var 15/14  | Almacenes       | m2 (miles)   | Millones de pesos | % Capex para Expansión |
| <b>Grupo Éxito</b>      | <b>53</b> | <b>70,104</b> | <b>175</b> | <b>144,102</b> | <b>4.0%</b> | <b>2,606</b>    | <b>3,864</b> | <b>929,091</b>    | <b>64%</b>             |
| Brasil                  | 24        | 41,600        | 117        | 105,700        | 3.8%        | 1,941           | 2,820        | 343,745           | 57%                    |
| Colombia <sup>(1)</sup> | 25        | 27,673        | 47         | 35,735         | 4.3%        | 573             | 846          | 481,302           | 72%                    |
| Uruguay                 | 4         | 831           | 11         | 2,667          | 3.3%        | 65              | 83           | 78,266            | 45%                    |
| Argentina               | 0         | 0             |            |                |             | 27              | 115          | 25,777            | 63%                    |

- **El Capex total de Grupo Éxito alcanzó los \$5.6 billones en 2015 (inc. Adquisición de Brasil y Argentina).**
- **Éxito Colombia invirtió \$480,000 millones en expansión**

# Logros adicionales en 2015

## Actividades Omni-canal:

- ❑ Más de 1.000 Aliados Surtimax.
- ❑ 110 catálogos virtuales en los almacenes de la compañía en Colombia.
- ❑ 258 click & collect en Colombia, más de 48.000 órdenes on-line.
- ❑ Lanzamiento de Geant.com y en proceso la actualización del sito devoto.com.

**Negocios complementarios** continúan siendo grandes contribuyentes a los resultados de la Compañía especialmente los servicios financieros (tarjeta de crédito y seguros).

## Fortalecimiento del negocio inmobiliario:

- ❑ VIVA Wajiira y VIVA Palmas contribuyeron principalmente a crear 35,000 m2 adicionales de área arrendable en 2015 (+13%) en Colombia.
- ❑ Brasil incrementó los ingresos inmobiliarios un 21%.
- ❑ Apertura de nueva áreas comerciales en Paseo Lugones, Argentina.
- ❑ GLA Total de 790,000 m2 en Latinoamérica en 2015.



# Grupo Exito enfocado en capturar las sinergias

- ❑ **Establecimiento de la oficina de integración:** Para realizar un seguimiento cercano a la evolución de todas las iniciativas.
- ❑ **Beneficios iniciales en 2015** de aproximadamente USD \$5 millones, principalmente proveniente de condiciones de compra regional con proveedores de bienes y servicios.
- ❑ **18 proyectos conjuntos** en ejecución con la contribución de Brasil, Colombia, Uruguay y Argentina. Programa de fidelización, condiciones de compra, lanzamiento de nuevos formatos, centralización del back office, entre otros.
- ❑ **Implementación de las mejores prácticas comerciales:** El primer formato Cash & Carry en Colombia, aceleración del formato de proximidad en Uruguay, fortalecimiento del modelo Dual Retail-Real estate en Argentina, implementación del modelo textil en Brasil y Argentina.

# Perspectivas 2016

## Colombia

- Incremento de un dígito medio en las ventas
- Expansión de almacenes para un total de aprox. 20 mil m2 de área de ventas con una inversión ntre \$300 mil y \$350 mil millones.
- Expansión de Real Estate de aprox. 70,000 m2 de área arrendable incluyendo las aperturas de Viva Barranquilla y Viva La Ceja

## Brasil

- Crecimiento en ventas esperado de alrededor de un dígito en el nivel bajo
- Expansión en retail con apertura de 10 Assaí y 15 almacenes de proximidad.
- Inversiones esperadas entre COP\$800k and COP\$850 k millones

## Uruguay

- Aumento de la participación de Mercado y fortalecimiento del formato de conveniencia.
- Inversiones esperadas entre COP\$100k millones y COP\$150 k millones

## Argentina

- Enfoque en el negocio de Real Estate con más de 50k m2 de área arrendable en los próximos 3 años.
- Capex esperado entre COP\$40k y COP\$60 millones

***Grupo Éxito continuará enfocándose en el posicionamiento de precios en todos los formatos y ejecutando control de los gastos.***

# Declaraciones sobre el futuro

*Este documento contiene declaraciones sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro 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.*

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

*Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, el Grupo renuncia expresamente a cualquier obligación o compromiso de publicar actualizaciones de cualquier declaración sobre el futuro contenida en este documento para reflejar cambios en sus expectativas o en los eventos, condiciones o circunstancias sobre las que se basan las declaraciones sobre el futuro aquí contenidas.*



[www.grupoexito.com.co](http://www.grupoexito.com.co)  
[exitoinvestor.relations@grupo-exito.com](mailto:exitoinvestor.relations@grupo-exito.com)

Phone +574 3396560

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".