

Almacenes Éxito S.A.

Estados Financieros Consolidados

1T22

Envigado, Colombia, Mayo 3 de 2022 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció sus resultados para el primer trimestre terminado el 31 de marzo de 2022 (1T22). Todas las cifras están expresadas en millones (M) o billones (B) de pesos colombianos (COP), a menos que se indique lo contrario, y expresadas en escala larga (billones pesos representan 1.000.000.000.000). Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, y las eliminaciones.

Sólidos resultados del retail, impulsados por el aumento de las ventas y el control de los gastos a pesar de la tendencia inflacionaria, favorecieron el crecimiento del EBITDA recurrente (15,8%)

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- **Los ingresos operacionales** consolidados crecieron 20,5% en el 1T22 y alcanzaron los \$4,6 billones. El desempeño de las ventas fue impulsado por el crecimiento de las VMM (20,6% excluyendo los efectos calendario y del tipo de cambio), el omnicanal, la innovación, la monetización de activos y tráfico y la dinámica económica.
- **El EBITDA recurrente** alcanzó \$355.163 M (+15,8%) gracias a las eficiencias operacionales y al fuerte crecimiento de las ventas.
- **La utilidad neta** fue de \$64.539 M (margen 1,4%) y reflejó un fuerte desempeño retail parcialmente afectado por mayores provisiones en TUYA (por la mayor dinámica comercial) y el uso de tasas de impuestos cercanas a las legales.
- La **utilidad por acción** fue de \$144,2 en el 1T22 frente a los \$189,8 reportados en el 1T21.
- **Las inversiones consolidadas** alcanzaron \$48.500 M, el 78% enfocado en expansión (retail e inmobiliaria), innovación, omnicanalidad y transformación digital.

Operacionales

- La participación del omnicanal en las ventas consolidadas de 9,4% en 1T22 (Col 11,8%, Uru 2,6%, Arg 2,3%).
- La recuperación económica favoreció los niveles de ocupación inmobiliaria y fortaleció el negocio financiero.
- Los formatos innovadores alcanzaron el 33,5% de las ventas de Colombia; el modelo Fresh Market representó el 46,3% del segmento Carulla en Colombia, el 46,6% en Uruguay y el 28,9% en Argentina.
- Las eficiencias en todas las unidades de negocio crecieron el gasto por debajo de la evolución de las ventas.
- La expansión ⁽¹⁾ en los últimos meses fue de 63 tiendas (Col 57, 2 Uru) para un total de 603 tiendas en la región y 1,02 millones de m² de superficie de venta.

Perspectivas 2022

- Crecimiento de los ingresos producto de la innovación, el omnicanal y los negocios complementarios.
- Mantener los niveles de EBITDA recurrente a nivel consolidado teniendo en cuenta las presiones inflacionarias sobre el gasto.
- Omnicanalidad representará una participación de un dígito alto de las ventas consolidadas.
- Expansión ⁽¹⁾ en Colombia de 60 a 70 tiendas (área de ventas adicional cercana a 35.000 m²)
- Generación sostenible de flujo de caja para los accionistas.
- Criterios de Sostenibilidad centrados en la nutrición infantil y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena de suministro.

(1) Expansión por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones; incluyendo el acuerdo de adquisición de mobiliario y derechos sobre 5 locales comerciales de La 14 en 2021 y 1 en 2022.

“La reactivación económica en la región y la estrategia consistente de la Compañía enfocada en la innovación y la omnicanalidad, generaron un desempeño histórico en los países donde operamos. El crecimiento de las ventas del 21,9% superó nuestra mejor expectativa y ratificó la fortaleza de la demanda y el atractivo de nuestra propuesta comercial para los diferentes segmentos de mercado. Nuestra operación se mantuvo rentable gracias a la contribución del retail, las eficiencias operacionales y la optimización de gastos. En Colombia, el negocio inmobiliario se consolidó como un importante contribuyente a los resultados de la Compañía; la operación en Uruguay continuó siendo la más rentable de la región con un margen EBITDA recurrente del 11,2%, y en Argentina los resultados se apalancaron en el negocio inmobiliario que mantuvo niveles de ocupación cercanos al 90%, un desempeño optimista en medio de las presiones inflacionarias.

Seguiremos invirtiendo en innovación con foco en la diferenciación y fortaleciendo el omnicanal que nos permite conectar el comercio físico y el virtual; en Colombia, renovaremos entre 50 y 60 tiendas, incluyendo los 6 hipermercados adquiridos a La 14. En Grupo Éxito nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de nuestros millones de grupos de interés.

Creemos en el gran poder de construir juntos con confianza y eso nos motiva a hacer las cosas bien y dar el máximo posible. Nos mueve ser solidarios, responsables, transparentes, con relaciones duraderas, en las que nos cuidamos unos a otros y al planeta. Queremos contribuir al crecimiento y bienestar de las comunidades en las que operamos, y ese es el foco de nuestro propósito superior para el futuro, nutrir de oportunidades a los países”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, presidente de Grupo Éxito.

I. Seguimiento a los pilares estratégicos de sostenibilidad ASG 1T22

Cero desnutrición

- En alianza con la Fundación Éxito, la Compañía benefició a 23.960 niños con programas de nutrición y complementarios y entregó 33.689 paquetes alimentarios a niños y sus familias. En un trabajo conjunto, se mantuvo la presencia en 32 departamentos de Colombia, 22 de ellos con atención directa a los niños.

Mi Planeta

- La Compañía recolectó 5.013 toneladas de material en la operación.
- Se fijó el objetivo de plantar un millón de árboles nativos conjuntamente con Celsia para 2023.

Comercio sostenible

- La operación en Colombia surtió el 90% de las frutas y verduras localmente y lanzó la marca 'Paissana' con un portafolio de 62 productos.
- La Compañía lanzó la rueda de negocios 'Valluno compra Valluno' para mejorar el portafolio de productos de más de 380 pequeñas y medianas empresas registradas como proveedores de Almacenes La 14 en la región del Valle del Cauca. 25 negociadores del equipo de ventas del Grupo Éxito identificaron oportunidades de trabajo conjunto como parte del plan de la Compañía, establecido para contribuir a la reactivación económica y de empleo de esta zona del país y cumplir con el objetivo de fortalecer las compras locales.
- El Gobierno del Reino Unido, WWF Colombia y el Grupo Éxito, presentaron "Consumo y ganadería sostenible: alianza por la conservación y la biodiversidad", un proyecto enmarcado en el programa insignia de asistencia técnica del Reino Unido - UK PACT. Este programa busca apalancar cambios estructurales a través de acciones concretas para mitigar las emisiones de gases en varios países como Colombia, China, México, Nigeria y Sudáfrica, entre otros. El PACT del Reino Unido ayuda a Colombia a desarrollar medios de vida sostenibles, a mejorar la protección de la biodiversidad en los paisajes ganaderos y a promover la participación de las grandes cadenas minoristas y los consumidores, siendo el Grupo Éxito, la primera cadena minorista en implementar un modelo de ganadería sostenible. En el marco de este modelo, se incluyó el sello GANSO (iniciativa del Centro Internacional de Agricultura Tropical - CIAT y Climate Focus) para nuestra marca privada Pomona, para certificar las buenas prácticas ganaderas desde cuatro pilares: gestión ambiental, animal, eficiente y social.

Somos integros

- El 24 de marzo se celebró la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, de forma virtual y presencial en la sede de la Compañía. Se aprobaron todas las propuestas incluyendo la elección de los 9 miembros de la Junta Directiva para el periodo 2022-2024, de los cuales 2 son mujeres, Ana María Ibañez Londoño (miembro desde marzo de 2014) y Susy Midori Yoshimura (nueva miembro). Adicionalmente, se

aprobó la distribución del 50% de la Utilidad Neta del Grupo como dividendos que correspondió a un dividendo anual de COP \$531 por acción. Finalmente, se aprobó la propuesta presentada por la administración para maximizar el valor para los accionistas a través de una recompra de acciones de la Compañía, en la cual, la Asamblea instruyó a la Junta Directiva para que regule la transacción en condiciones de igualdad para todos los accionistas (precio, condiciones y plazos), de acuerdo con las definiciones establecidas por el mercado y el regulador e incluyendo una valoración de las acciones que deberá ser proveída por un tercero independiente.

Nuestra gente

- Grupo Éxito obtuvo el sello de oro "Equipares".
- La Compañía continuó implementando iniciativas para cumplir con el plan "Vida Digna" para mejorar la calidad de vida de los empleados.

Vida saludable

- La Compañía avanzó en el "Plan Resolución 810" con relación a la mejora del etiquetado de los productos y la potenciación de las características saludables de los mismos.
- Se celebró la feria "Vida Sana" con 136 marcas, 45 proveedores y 34 pequeños empresarios.

Premios & reconocimientos

- El Instituto Anticorrupción, organización sin ánimo de lucro que promueve y desarrolla estrategias de lucha contra la corrupción en los sectores público y privado, reconoció al Grupo Éxito como una organización comprometida con la integridad en el marco del proyecto 'Laboratorio de Integridad 100'. Este laboratorio tiene como objetivo evaluar las buenas prácticas empresariales y promover mejoras en temas como el cumplimiento, la integridad, la transparencia, la lucha contra el soborno y la corrupción de las empresas en Colombia.

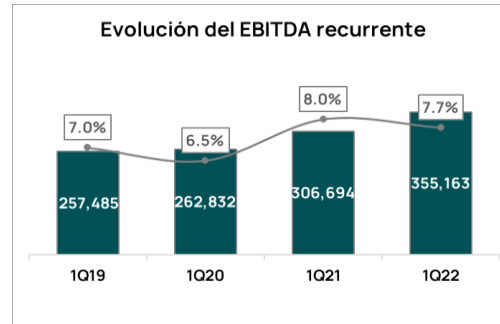
II. Desempeño financiero y operacional consolidado

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	4,375,148	3,590,213	21.9%
Otros Ingresos Operacionales	226,819	228,959	(0.9%)
Total Ingresos Operacionales	4,601,967	3,819,172	20.5%
Utilidad Bruta	1,174,498	1,016,535	15.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>26.6%</i>	<i>(109) bps</i>
Total Gastos	(963,422)	(841,740)	14.5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.9%</i>	<i>22.0%</i>	<i>(110) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	211,076	174,795	20.8%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.6%</i>	<i>1 bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	64,539	84,957	(24.0%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.4%</i>	<i>2.2%</i>	<i>(82) bps</i>
EBITDA Recurrente	355,163	306,694	15.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>8.0%</i>	<i>(31) bps</i>

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (0,6% en las ventas y 2,0% en EBITDA recurrente en el 1T22. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de transferencia de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de los negocios inmobiliario, financiero (regalías TUYA), móvil y de viajes, y los servicios logísticos. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

- **Ingresos operacionales consolidados** en el 1T22 crecieron 20,5% (19,8% al excluir el efecto cambiario de 0,6%) a \$4,6 billones gracias a una sólida evolución del retail⁽¹⁾ en todos los países, impulsada por la innovación y la omnicanalidad, y a pesar de la menor contribución de los negocios complementarios afectados por una base más alta.
- Las **ventas netas** trimestrales registraron un crecimiento del 21,9% y alcanzaron los \$ 4,4 billones (+21,1% excluyendo el efecto TC) impulsadas por el buen desempeño comercial en toda la región, favorecido por la reactivación económica y el levantamiento de las restricciones de movilidad.
- Los **otros ingresos** se redujeron levemente, principalmente por la menor contribución del negocio inmobiliario en Colombia, teniendo en cuenta los honorarios de desarrollo inmobiliario de \$ 75.000 millones por la terminación de los proyectos VIVA Envigado y Tunja registrados en el 1T21, que compensaron los \$ 33.000 millones registrados por la terminación de VIVA Envigado en el 1T22.
- El **margen bruto** fue de 25,5% en el 1T22 como porcentaje de los ingresos operacionales, por la menor contribución de los negocios complementarios, principalmente el inmobiliario en Colombia y el efecto de la inversión en precios para enfrentar la tendencia inflacionaria en toda la región.
- Los niveles de **gastos de administración y ventas** reflejaron eficiencias operacionales en todas las unidades de negocio que favorecieron que los gastos crecieran por debajo de la evolución de las ventas.

- El **EBITDA recurrente** aumentó 15,8% para un margen del 7,7% como porcentaje de los ingresos operacionales en el 1T22 frente al mismo periodo del año anterior, gracias a las eficiencias operacionales y a la sólida contribución del retail.

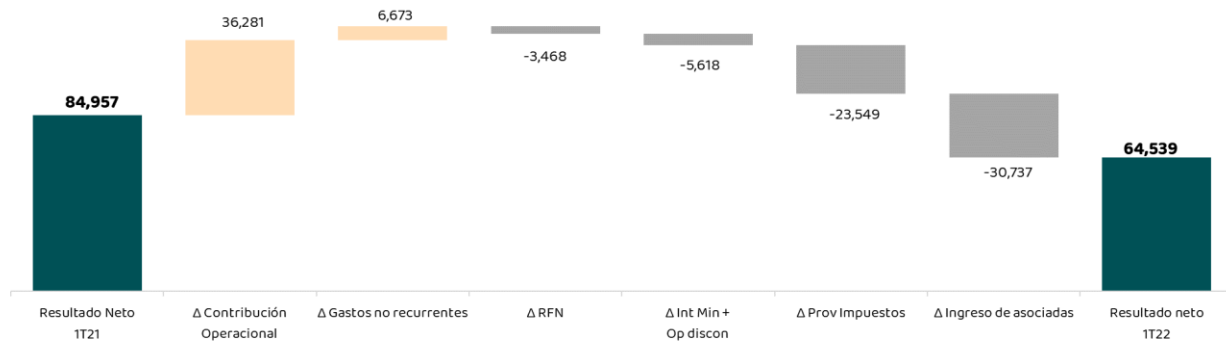


El **EBITDA recurrente** creció un 35%⁽¹⁾ (+70 pb en el margen) al ajustar los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en Colombia en ambos periodos.

En millones de pesos	1T22	1T21	% Var
Ventas Netas	4,348,888	3,590,013	21.1%
Otros ingresos operacionales	193,871	154,021	25.9%
Ingresos Operacionales	4,542,759	3,744,034	21.3%
Utilidad bruta	1,132,033	941,514	20.2%
<i>Margen bruto</i>	<i>24.9%</i>	<i>25.1%</i>	<i>(23) bps</i>
EBITDA recurrente	312,698	231,673	35.0%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>6.9%</i>	<i>6.2%</i>	<i>70 bps</i>

Nota: P&G consolidado ajustado excluyendo los ingresos percibidos por el Grupo Éxito por las actividades de desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

- El **resultado neto consolidado del Grupo** en el 1T22 fue un ingreso de \$64.539 millones, que se compara con el ingreso de \$84.957 millones del año anterior. La **utilidad neta** se benefició de la contribución positiva del retail y de los menores gastos no recurrentes, parcialmente compensados por la dinámica comercial impulsada por TUYA que se tradujo en mayores niveles de provisiones requeridas, mayor utilidad antes de impuestos y el uso de tasas de impuestos cercanas a las estatutarias.



Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida fue de \$144,2 por acción ordinaria en el 1T22 que se compara con los \$189,8 reportados en el mismo periodo del año anterior.

CAPEX

- Las inversiones consolidadas** en 1T22 alcanzaron \$48.500 millones, de los cuales cerca del 78% se enfocó a actividades de expansión, innovación, omnicanal y transformación digital durante el periodo, y el resto, a mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualización de sistemas informáticos y logística.

Expansión Retail

- En los últimos doce meses, el Grupo Éxito totalizó 63 tiendas entre aperturas, reformas y conversiones (57 en Colombia y 6 en Uruguay). La empresa alcanzó 603 tiendas retail, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 487 tiendas en Colombia, 91 en Uruguay y 25 en Argentina, y la superficie de venta consolidada alcanzó 1,02 millones de metros cuadrados. El total de tiendas no incluye los 1.549 aliados en Colombia.

Actividades comerciales

Colombia

- Los principales eventos comerciales celebrados durante el trimestre por marca fueron:
 - Éxito: El primer gran evento promocional del año "Aniversario Éxito", del 23 de febrero al 16 de marzo con descuentos especiales tanto en línea como en las tiendas, registró un crecimiento del 24,5% sobre las ventas del año pasado. Otros eventos fueron: "Gran Remate", promoción del 4 al 16 de enero; "De

regreso al colegio”; “Regresa a tus Actividades” (descuentos especiales en artículos deportivos); “Moda Éxito consciente con el planeta”, con más de 90 referencias de ropa deportiva y de marca propia para hombre, mujer y niños elaborada con productos reciclables y prácticas sostenibles; “Celumanía”, del 8 al 13 de febrero, con hasta un 50% de descuento en ,teléfonos móviles; y “Renueva tu hogar”, con hasta un 50% de descuento en menaje, electrodomésticos y muebles.

- Carulla: Los principales eventos fueron: “Cava Carulla”, con hasta un 20% de descuento en whisky; “Comprando con Puntos Colombia”, para productos de gran consumo con descuento; “Viernes de Celebración”, con hasta un 40% de descuento en vinos al usar la tarjeta Carulla MasterCard; “Cuida de ti”, con descuentos especiales en alimentos para mascotas, productos de cuidado personal y de limpieza; y “Semana Verde”, del 7 al 13 de febrero con hasta un 30% de descuento en productos de primera necesidad y de limpieza en carulla.com y la app.
- Surtimax: Los principales eventos fueron: “Gangazo”, del 30 de enero al 6 de febrero con descuentos en productos de gran consumo y percederos con enfoque en marca local y marca propia; “Vuelta al cole”; “Conoce nuestras marcas propias”, para promocionar los productos de marca propia; “Jueves de 1.000”, con un portafolio de productos a \$1.000; y “Viernes de fiesta”, con hasta 30% de descuento en referencias seleccionadas.
- Super Inter: Los principales eventos fueron: “Super Ofertazo”, del 3 al 6 de enero con descuentos en productos de alimentación; “Desplome de precios”, del 24 de febrero al 16 de marzo con ofertas especiales en productos de alimentación; “Ofertazo digital”, durante la segunda quincena de marzo; “Jueves de 1.000”; y “Viernes de fiesta”.
- Otros eventos comerciales clave realizados durante el trimestre fueron:
 - El primer día sin IVA del año, celebrado el 11 de marzo, el cual registró un aumento en ventas del 23% comparado con el mejor día sin IVA en ventas de 2021 e impulsó las ventas de no alimentos.
 - “Mi descuento”, con ahorros digitales del 28 de enero al 20 de febrero, en los almacenes Éxito, Carulla y Super Inter con cupones redimibles en todas las categorías.

Uruguay

Los eventos comerciales celebrados durante el trimestre incluyeron:

- “Bajó la carne”, actividad comercial cárnica en Disco durante el mes de enero.
- “Quincena azul”, evento comercial recurrente en las tiendas Devoto durante el mes de febrero.
- “Todo a 25”, en las tiendas Disco, Devoto y Geant entre febrero y marzo.
- Ofertas de temporada para el verano y la vuelta al colegio en todas las tiendas.

Argentina

- El país continuó con las restricciones de control de precios, en consecuencia, las actividades promocionales se limitaron para proteger los márgenes:
 - o 'Hiperahorro', promociones por correo y descuentos durante el trimestre.
 - o 'Ofertas Arrasadoras', durante enero y marzo.
 - o 'Todo X', actividad comercial centrada en las categorías de alimentos.
 - o Ofertas de temporada para el verano y la vuelta al cole en todas las marcas.
 - o Descuentos especiales en e-commerce enfocados en no alimentos.

III. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

Como recordatorio del desempeño económico en 2021, el país registró un crecimiento del PIB del 10,6%, el mayor incremento anual jamás reportado, que ubicó a Colombia como una de las economías de mejor desempeño en LatAm durante ese año. Adicionalmente, se aprobó una reforma tributaria que aumentó la tasa de impuesto a la renta para las empresas del 31% al 35%.

El entorno macroeconómico del país continuó con una tendencia positiva durante el primer trimestre del año. Los niveles de desempleo se redujeron al 12,1% a marzo, lo que se compara con el 14,7% registrado en el mismo periodo del año pasado y el 13,7% en 2021. El aumento del salario mínimo aprobado para 2022 fue del 10,07%, el más alto reportado hasta ahora, y el peso colombiano (COP) se fortaleció por el alza de los precios de las materias primas (principalmente petróleo y carbón) y se ubicó como la tercera moneda emergente más apreciada en lo que va del año.

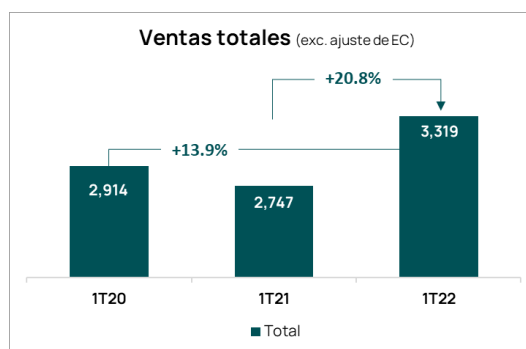
El Banco Central aumentó la tasa repo en 100 puntos básicos en la reunión celebrada el 31 de marzo (frente a los +150 pb esperados) hasta el 5%, la más alta desde noviembre de 2017; también se aprobaron 100 pb adicionales el pasado 29 de abril. El ajuste de la política se debió a que las expectativas de inflación seguían estando por encima del objetivo, mientras que la economía continuaba mejorando con dinamismo. La inflación de los últimos doce meses fue del 8,53% a marzo (+702 puntos básicos por encima del 1,51% a marzo/21), la más alta desde julio de 2016. La inflación de los alimentos impulsó los niveles del IPC y alcanzó el 25,37%, principalmente de productos como la papa, yuca, cereales y maíz; en menor medida, el componente no alimentario registró un crecimiento en los precios del 5,5%. En medio de la tendencia inflacionaria y la volatilidad de las elecciones presidenciales del 29 de mayo, el índice de confianza del consumidor se vio afectado con un nivel de -17,8 en marzo, que se compara con el nivel de -11,4 registrado en el mismo periodo del año pasado. Las ventas al por menor, excluyendo la gasolina y los vehículos, crecieron un 5,7% en febrero de 2022. Por último, el gobierno confirmó la celebración de tres jornadas sin IVA durante 2022: el 11 de marzo, el 17 de junio y el 2 de diciembre.

Ventas Netas y VMM en Colombia

	1Q22			
	grupo éxito	éxito	Carulla	Low-cost & Other ⁽²⁾
Variations				
SSS ⁽¹⁾	20.0%	20.4%	15.7%	22.9%
Total ⁽¹⁾	21.0%	20.5%	15.3%	29.2%
Total MCOP	3,319,165	2,336,997	466,217	515,951

(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,2% en el 1T22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, ventas institucionales y a terceros, y la venta de inmuebles por \$26.300 M en el 1T22.

- La operación en Colombia representó cerca del 76% de las ventas netas consolidadas en 1T22. Durante el trimestre, las ventas netas en Colombia totalizaron \$3,3 billones, un crecimiento del 21%⁽¹⁾ frente al mismo periodo del año anterior y el desempeño reflejó una sólida tendencia beneficiada por eventos promocionales y macro que impulsaron el consumo. Los niveles de ventas netas se beneficiaron de ganancias de volúmenes (unidades) del 7,4% considerando una inflación interna 12M de alimentos alrededor de doble dígito, frente al 25,4% reportado en el país. El evento "Aniversario Éxito" hizo crecer las ventas en un 24,5% y el primer día sin IVA del año en un 23% respecto al anterior e impulsó las ventas no alimentos principalmente. La innovación en formatos y marcas alcanzó una sólida contribución del 33,5% en las ventas de Colombia y la participación de la omnicanalidad fue del 11,8%. También se incluyeron en la base 12M 57 tiendas por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones. Hubo una venta de activos inmobiliarios por cerca de \$26.300 M incluida durante el trimestre dentro del segmento de bajo costo y otros.

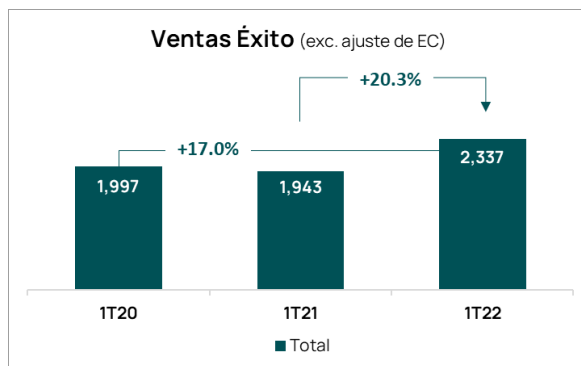


Las ventas mismos metros (VMM) en Colombia crecieron 20%⁽¹⁾ en el 1T22, un crecimiento liderado por el segmento de bajo costo y otros⁽²⁾ (22,9%⁽¹⁾) beneficiado principalmente por la recuperación de la marca Surtimayorista, ya que la base se vio afectada negativamente por los cierres de tiendas, principalmente durante enero de 2021, debido a la pandemia.

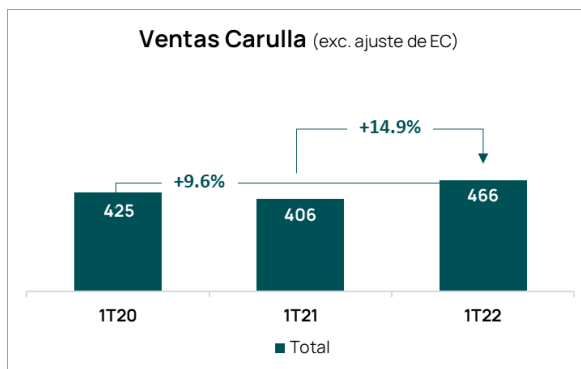
Ventas netas y VMM Colombia – Por segmento

- El **segmento Éxito** representó aproximadamente el 70% de la mezcla de ventas en Colombia en 1T22. Durante el trimestre, el segmento registró un fuerte crecimiento de las ventas netas del 20,5%⁽¹⁾ y del 20,4%⁽¹⁾ en términos de VMM, beneficiado por el crecimiento de las ventas del 24,5% de "Aniversario Éxito", el resultado positivo del día sin IVA, el crecimiento del 27% de la categoría de frescos y la contribución de las 19 tiendas Wow en la base (29,5% de participación en las ventas del segmento). Éxito creció las ventas a doble dígito en todas las regiones de Colombia. Las ventas durante el 1T22 crecieron un 17% comparadas con el 1T20 cuando comenzó la pandemia, por encima de la inflación acumulada del país en los últimos 24 meses (10,2%).

(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,2% en el 1T22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, los vendedores institucionales y los terceros, y la venta de inmuebles por \$26.000 M en el 1T22.

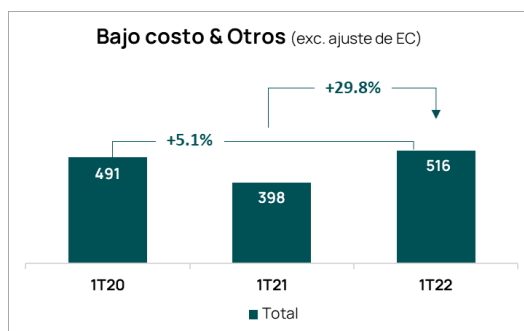


- El **segmento Carulla** representó aproximadamente el 14% de la mezcla de ventas en Colombia en el 1T22. Durante el trimestre, Carulla creció en ventas un 15,3%⁽¹⁾ y un 15,7%⁽¹⁾ en términos de VMM. La participación en las ventas del segmento proveniente del omnicanal se mantuvo alta, con un 16,9%, impulsada por el servicio 'Turbo-Fresh' con Rappi, de última milla, para entregas menores a 10 minutos. Las 22 tiendas FreshMarket también contribuyeron a los resultados del segmento y representaron 46,3% de las ventas. El segmento creció las ventas doble dígito en la Costa Atlántica y Medellín y la categoría de alimentos creció dígito doble medio. Se destaca el mejor desempeño de las conversiones al formato Carulla express y el resultado del evento "Feria Carulla".



- El **segmento de bajo costo y otros** relacionado con las marcas Super Inter, Surtimax, Surtimayorista, aliados, institucionales, terceros vendedores, venta de inmuebles y otros, representó aproximadamente el 16% de la mezcla de ventas en Colombia en el 1T22. Las ventas netas trimestrales crecieron un 29,2%⁽¹⁾ y un 22,9%⁽¹⁾ en términos de VMM, impulsadas por: (i) el fuerte crecimiento de la unidad B2B donde Surtimayorista tuvo un desempeño superior con un crecimiento en ventas netas de 41% y 36% en términos de VMM en el 1T22, (ii) la evolución de Surtimax y Super Inter (16,3% en ventas netas, 17,8% VMM) impulsada por formatos innovadores (25 Vecino y 12 Surtimax renovados) ambas marcas con enfoque en marcas regionales y marca propia y estrategia de optimización de tiendas, y (iii) la contribución de la venta de inmuebles de cerca de \$26.300 M en el 1T22. Las ventas durante el 1T22 crecieron un 5,1% comparadas con el período en que comenzó la pandemia en el 1T20.

1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,2% en el 1T22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, los vendedores institucionales y los terceros, y la venta de inmuebles por \$26.000 M en el 1T22.



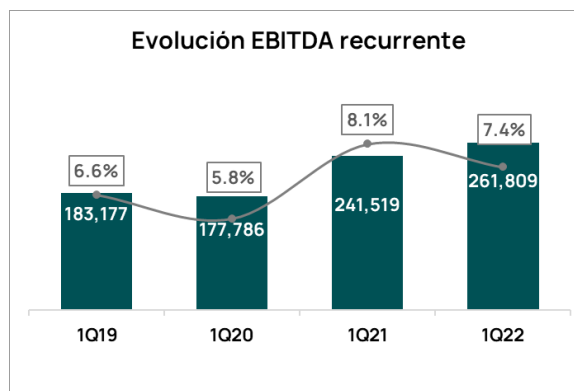
Desempeño operacional en Colombia

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	3,319,165	2,746,660	20.8%
Otros Ingresos Operacionales	207,846	219,366	(5.3%)
Total Ingresos Operacionales	3,527,011	2,966,026	18.9%
Utilidad Bruta	804,441	724,553	11.0%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.8%</i>	<i>24.4%</i>	<i>(162) bps</i>
Total Gastos	(664,832)	(597,693)	11.2%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.8%</i>	<i>20.2%</i>	<i>(130) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	139,609	126,860	10.0%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.0%</i>	<i>4.3%</i>	<i>(32) bps</i>
EBITDA Recurrente	261,809	241,519	8.4%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.4%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(72) bps</i>

Nota: El perímetro incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en Colombia.

- Los ingresos operacionales** en Colombia crecieron un 18,9% en 1T22 beneficiados por el crecimiento de las ventas netas (20,8%) y por encima de la inflación 12M (8,5%). El desempeño de las ventas reflejó: (i) la contribución de los formatos innovadores (33,5%) y la omnicanalidad (11,8%), (ii) las ganancias de volumen en unidades (7,4%), (iii) la venta de inmuebles por cerca de \$26.300 millones, y (iv) el dinamismo comercial. Los niveles de otros ingresos mostraron un mejor desempeño de todos los negocios complementarios incluyendo el inmobiliario con honorarios por desarrollo inmobiliario de \$33.000 millones por la finalización de VIVA Envigado compensado por la mayor base considerando los honorarios de desarrollo contabilizados en el 1T21 de \$75.000 millones por la finalización de los proyectos VIVA Envigado y Tunja.
- El **margen bruto** se redujo 162 pb a 22,8% en el 1T22 como porcentaje de los Ingresos operacionales en comparación con el mismo periodo del año anterior, principalmente por las presiones inflacionarias en los costos. En menor medida, se produjo un efecto negativo por la menor contribución del negocio inmobiliario debido a la mayor base en el 1T21 y a la inversión en precios para hacer frente a las tendencias inflacionarias del retail.

- Los **gastos de administración y ventas** se diluyeron 130 pb como porcentaje de los ingresos operacionales y crecieron por debajo del crecimiento de las ventas, lo que favoreció la dilución de los gastos a pesar de las presiones inflacionarias.
- El **EBITDA recurrente** creció 8,4% hasta alcanzar un margen del 7,4% y reflejó el crecimiento de los volúmenes, las eficiencias operativas y la fuerte contribución del retail⁽¹⁾.



(1) Retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de envíos de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones del negocio inmobiliario, el financiero (regalías TUYA), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de activos (nota 30 de los estados financieros consolidados).

El EBITDA recurrente creció un 31,7%⁽²⁾ (+57 pb en el margen) al ajustar los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en ambos periodos.

En millones de pesos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	3,292,905	2,746,460	19.9%
Otros ingresos operacionales	174,898	144,428	21.1%
Ingresos Operacionales	3,467,803	2,890,888	20.0%
Utilidad bruta	761,976	649,532	17.3%
<i>Margen bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>22.5%</i>	<i>(50) bps</i>
EBITDA recurrente	219,344	166,498	31.7%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>6.3%</i>	<i>5.8%</i>	<i>57 bps</i>

Nota: P&G ajustado excluyendo los ingresos percibidos por el Grupo Éxito por las actividades de desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

Uruguay

La economía uruguaya se recuperó durante 2021 y alcanzó un crecimiento del PIB del 4,4%, impulsado principalmente por los sectores del comercio y la construcción, que recuperaron su desempeño e incluso superaron los niveles anteriores a la pandemia. Para 2022, el gobierno prevé un crecimiento del PIB del 3,8%.

Al igual que en la región, Uruguay siguió una tendencia inflacionaria y el índice alcanzó el 9,4%, con un mayor componente de alimentos que llegó al 12,4% a marzo de 2022. El Banco Central aumentó la tasa de interés al 7,25% a marzo de 2022 para controlar las presiones de inflación, mientras que la tasa de desempleo mejoró hasta el 7,3% en febrero (frente al 11,1% en feb/21).

Ventas Netas y VMM en Uruguay

Ventas Netas MCOP	1Q22	
	%Var Total ⁽¹⁾	%Var VMM ⁽¹⁾
761,220	11.8%	11.8%

(1) En moneda local. (2) Incluye el ajuste por efecto calendario del -0,7% en el 1T22.

Uruguay contribuyó con el 17% de las ventas netas consolidadas del trimestre. **Las ventas netas y VMM** en el 1T22 crecieron un 11,8%⁽¹⁾ frente al mismo periodo del año anterior y reflejaron: (i) la apertura de fronteras y una mejor temporada turística, (ii) la evolución del omnicanal (ventas +10,5%, participación 2,6%), y (iii) la contribución de las tiendas Fresh Market que alcanzaron un 46,6% de las ventas.

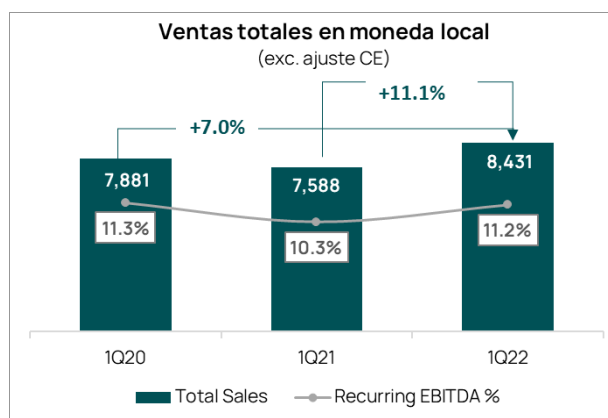
Desempeño operacional en Uruguay

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	761,220	625,262	21.7%
Otros Ingresos Operacionales	6,797	5,524	23.0%
Total Ingresos Operacionales	768,017	630,786	21.8%
Utilidad Bruta	265,870	218,430	21.7%
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.6%</i>	<i>34.6%</i>	<i>(1) bps</i>
Total Gastos	(195,282)	(165,877)	17.7%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.3%</i>	<i>(87) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	70,588	52,553	34.3%
<i>Margen ROI</i>	<i>9.2%</i>	<i>8.3%</i>	<i>86 bps</i>
EBITDA Recurrente	85,887	65,242	31.6%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>11.2%</i>	<i>10.3%</i>	<i>84 bps</i>

Nota: Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 9,6% en el 1T22.

- **Los ingresos operacionales** crecieron un 11,1% en 1T22 en moneda local (incluyendo el efecto de TC del 9,6%) y por encima de los niveles del IPC (9,38%). Los resultados reflejan la positiva temporada turística por la apertura de fronteras y un mejor desempeño del retail impulsado por el omnicanal y las tiendas Fresh Market.

- El **margen bruto** se mantuvo estable en 34,6%, beneficiado por el control de costos y los mayores volúmenes.
- Los **gastos de venta, administración y ventas** crecieron por debajo de la inflación en moneda local durante el trimestre gracias a un estricto control y a la eficiencia, principalmente en los costos laborales y operacionales.
- El **EBITDA recurrente** creció un 31,6% hasta alcanzar un margen del 11,2% como porcentaje de los ingresos operacionales en el 1T22 frente al mismo periodo del año anterior. Los 84 pb de aumento del margen reflejaron un sólido crecimiento de los ingresos, un estricto control de costos y eficiencias operacionales. La operación en Uruguay siguió siendo la unidad de negocio más rentable del Grupo en 1T22.



Nota: Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 9,6% en el 1T22.

Argentina

El crecimiento económico de Argentina en 2021 fue del 10,3% y el desempleo registrado fue del 7%. El IPC alcanzó el 54,1% en marzo de 2022 y el componente alimentario subió al 58%, según Ecolatina (una consultora argentina). La tasa de reposición aumentó a 44,5% a marzo, que se compara con el 38% reportado a finales de 2021. El índice de ventas minoristas reportado por CAME reveló un crecimiento del 20,4%, impulsado por el levantamiento de las restricciones a la movilidad, la temporada de regreso a clases y la recuperación del rubro de indumentaria. Aunque la economía parece más dinámica, el índice de confianza del consumidor disminuyó a 36,9 durante el 1T22.

Ventas netas y VMM en Argentina

Ventas Netas	1Q22	
	%Var Total ⁽¹⁾	%Var VMM ⁽¹⁾
MCOP	63.1%	63.1%

(1) En moneda local. (2) Incluye el ajuste por efecto calendario del -0,7% en el 1T22.

- La operación en Argentina aportó cerca del 7% de las ventas consolidadas en 1T22. Las ventas netas de Libertad y VMM crecieron 63,1%⁽¹⁾, por encima de la inflación y beneficiadas por un mejor dinamismo comercial y un mayor tráfico respecto a los niveles observados en el 1T21. La evolución de las ventas reflejó la resiliencia del retail y la fortaleza obtenida por iniciativas innovadoras como Fresh Market y el omnicanal. Argentina continuó con los controles de precios y en consecuencia, Libertad ajustó sus actividades comerciales para proteger los niveles de caja y margen.

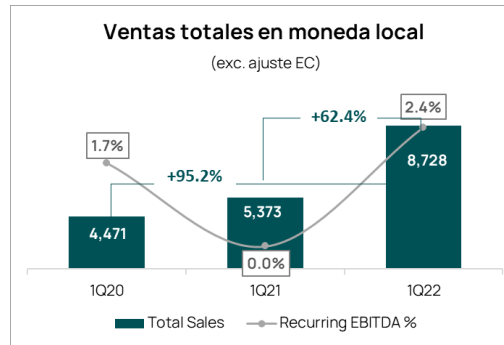
Desempeño operacional en Argentina

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	294,763	218,291	35.0%
Otros Ingresos Operacionales	12,243	4,182	192.8%
Total Ingresos Operacionales	307,006	222,473	38.0%
Utilidad Bruta	104,109	73,564	41.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.9%</i>	<i>33.1%</i>	<i>84 bps</i>
Total Gastos	(103,308)	(78,182)	32.1%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>33.7%</i>	<i>35.1%</i>	<i>(149) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	801	(4,618)	117.3%
<i>Margen ROI</i>	<i>0.3%</i>	<i>(2.1%)</i>	<i>234 bps</i>
EBITDA Recurrente	7,389	(67)	11128.4%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>2.4%</i>	<i>(0.0%)</i>	<i>244 bps</i>

Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -16,9% en el 1T22 calculado con el tipo de cambio de cierre.

- Los **ingresos operacionales** aumentaron 66,2% en 1T22 en moneda local, beneficiados por el dinamismo comercial y el aumento del tráfico que impulsó el retail. Las tiendas Fresh Market (+54,4%), las iniciativas omnicanal (+2x ventas; 2,3% de participación) y una mayor contribución del negocio inmobiliario por la reactivación comercial y las mayores ventas de los locatarios, contribuyeron al crecimiento de los ingresos. Las tasas de ocupación en los centros comerciales alcanzaron el 89,6% a marzo de 2022.
- El **margen bruto** aumentó 84 pb hasta el 33,9%, beneficiado por el aumento de los volúmenes, las estrategias comerciales con reducción de los eventos promocionales en un contexto de control de precios, y la mayor contribución del negocio inmobiliario.
- Los **gastos de administración y ventas** crecieron por debajo del crecimiento de las ventas en moneda local, a partir de planes de acción controlados a pesar del efecto de la inflación en la renegociación de los salarios y las tarifas de los servicios públicos.

- El margen **EBITDA recurrente** alcanzó el 2,4% en 1T22 como porcentaje de los ingresos operacionales, beneficiado por la sólida evolución de las ventas y eficiencias en gastos. Libertad continuó con una posición de caja estable.



Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -16,9% en el 1T22 calculado con el tipo de cambio de cierre.

IV. Negocio Inmobiliario en Colombia

A partir de este trimestre, hemos decidido incluir un nuevo capítulo sobre el negocio inmobiliario en Colombia, teniendo en cuenta su contribución a los resultados de la Compañía y la necesidad del mercado de obtener mayor visibilidad e información para facilitar el proceso de valoración de la Compañía.

Grupo Éxito es el mayor operador de centros comerciales en Colombia con su marca VIVA y opera 34 activos con un total de 763.000 metros cuadrados de área bruta arrendable. Durante 2021, el negocio fortaleció su estrategia omnicanal a través del desarrollo de la plataforma de marketplace Viva Online y el servicio de compra y recoge, que opera en 12 centros comerciales.

El desempeño del negocio inmobiliario en Colombia mostró clara mejora durante 2021: mayor nivel de tráfico (+27%) que benefició los índices de ocupación (93%, +110 pb vs dic/20) y favoreció un mayor índice de recaudo (110%). Desde el punto de vista operativo, hubo una clara tendencia de recuperación en términos de ventas para los locatarios (+44%), con un componente omnicanal que alcanzó más de \$12.000 M en ventas y cerca de 47.000 pedidos. Los centros comerciales VIVA también firmaron alianzas estratégicas con instituciones de salud y gubernamentales para adaptar su mezcla de arrendatarios a las nuevas necesidades derivadas de la pandemia.

Durante el primer trimestre de 2022, el negocio inmobiliario registró un crecimiento de los ingresos del 2% (considerando alquileres, comisiones administrativas y venta de inmuebles) frente al mismo periodo del año anterior, lo que reflejó la flexibilización de las restricciones de movilidad y la recuperación económica que favoreció el desempeño comercial y financiero trimestral de la siguiente manera:

- ✓ La venta de propiedades inmobiliarias contabilizada fue de cerca de \$26.300 M.
- ✓ Los honorarios de desarrollo contabilizados fueron de \$ 33.000 millones por la finalización de VIVA Envigado, que se compara con la base más alta del 1T21 cuando se contabilizaron \$75.000 millones por la finalización de los proyectos VIVA Envigado y Tunja.
- ✓ Los alquileres y los cargos administrativos crecieron un 34%.
- ✓ El tráfico mejoró en un 30% y la tasa de ocupación total alcanzó el 93,1% a marzo, acercándose a los niveles pre-pandemia.
- ✓ Las ventas de los arrendatarios aumentaron 38% (+32% frente a 2019).

Los resultados operacionales consolidados de la Compañía, incluyendo el resultado del negocio inmobiliario, reflejaron un crecimiento del EBITDA Recurrente del 15,8% y un margen del 7,7% como porcentaje de los ingresos operacionales en 1T22. Sin embargo, al ajustar los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en ambos periodos, el EBITDA recurrente creció un 35%⁽¹⁾ y agregó 70 pb al nivel de margen.

En millones de pesos	1T22	1T21	% Var
Ventas Netas	4,348,888	3,590,013	21.1%
Otros ingresos operacionales	193,871	154,021	25.9%
Ingresos Operacionales	4,542,759	3,744,034	21.3%
Utilidad bruta	1,132,033	941,514	20.2%
<i>Margen bruto</i>	<i>24.9%</i>	<i>25.1%</i>	<i>(23) bps</i>
EBITDA recurrente	312,698	231,673	35.0%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>6.9%</i>	<i>6.2%</i>	<i>70 bps</i>

Nota: P&G consolidado ajustado, excluyendo el ingreso percibido por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de activos (nota 30 de los estados financieros consolidados).

Al considerar los resultados operacionales de Colombia, incluyendo el resultado del negocio inmobiliario, el EBITDA recurrente creció 8,4% para un margen del 7,4% como porcentaje de los ingresos operacionales en 1T22. Sin embargo, al ajustar los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en ambos periodos, el EBITDA recurrente creció un 31,7%⁽¹⁾ y agregó 57 pb al nivel de margen.

En millones de pesos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	3,292,905	2,746,460	19.9%
Otros ingresos operacionales	174,898	144,428	21.1%
Ingresos Operacionales	3,467,803	2,890,888	20.0%
Utilidad bruta	761,976	649,532	17.3%
<i>Margen bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>22.5%</i>	<i>(50) bps</i>
EBITDA recurrente	219,344	166,498	31.7%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>6.3%</i>	<i>5.8%</i>	<i>57 bps</i>

Nota: P&G consolidado ajustado, excluyendo el ingreso percibido por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de activos (nota 30 de los estados financieros consolidados).

La contribución de Viva Malls, nuestro vehículo de inversión en alianza con FIC conformado por 18 activos y 568.000m² de área bruta arrendable, también registró un sólido desempeño. Considerando los datos ajustados para representar de forma independiente el estado de resultados de Viva Malls, hay que tener en cuenta lo siguiente dentro del análisis:

in millones de pesos col	1T21	1T22	% Var	FY 2021
Ingreso Operacional	68,461	83,062	21.3%	288,858
EBITDA recurrente	19,702	29,793	51.2%	182,980
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>28.8%</i>	<i>35.9%</i>	<i>709 bps</i>	<i>63.3%</i>

- El menor margen EBITDA recurrente en el 1T22 comparado con el nivel anual en 2021, reflejó el efecto negativo del pago anual del impuesto predial contabilizado en enero.
- El resultado de Viva Malls representó el 35,4% de otros ingresos y el 11,9% del EBITDA recurrente a nivel consolidado en 2021.

- El margen EBITDA recurrente del 63,3%⁽¹⁾ a nivel consolidado en 2021 se ha calculado de acuerdo con las normas NIIF 15 y parece inferior si se compara con el cálculo de otros agentes inmobiliarios puros, ya que los ingresos netos incluyen el ajuste de costos y gastos según la NIIF 15 (un nivel de margen del 78,8% cuando se ajusta).

Los proyectos que quedaron en suspenso debido a la pandemia se reactivaron; se espera que éstos creen en los próximos 3 años cerca de 115.000 m² adicionales de área bruta arrendable, gracias a los siguientes desarrollos:

- IKEA: Una tienda de bricolaje y muebles de cerca de 17.000 m² se integrará en el actual centro comercial VIVA Envigado. Su construcción se inició en enero de 2022 y su apertura está prevista para noviembre de 2024. Con este desarrollo, se espera añadir 700 parqueaderos y cerca de 3.000 m² de nueva área bruta arrendable al centro comercial existente para complementar su funcionamiento.
- Puerta del Norte: Este proyecto se refiere a la renovación y ampliación del centro comercial existente para crear 30.000 m² adicionales de área bruta arrendable. El desarrollo incluirá la apertura de 100 nuevas tiendas, 410 nuevos parqueaderos, el lanzamiento de conceptos VIVA como Calle Bistró, VIVA Park y VIVA Motors, así como 7 nuevas salas de cine modernas y la conversión de la actual tienda Éxito en un formato WOW.
- Otros proyectos pendientes se darán a conocer cuando sea posible.

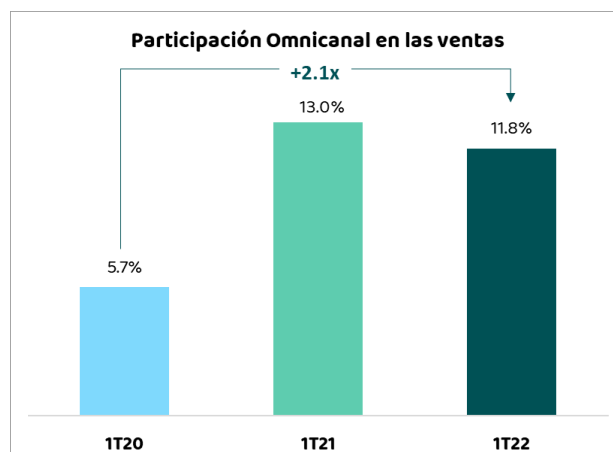
V. Estrategias Omnicanal, de Innovación y Transformación digital en 2021

Colombia

Omnicanal⁽¹⁾

Las ventas del omnicanal alcanzaron cerca de \$396.000 millones durante 1T22, un crecimiento del 8,5% frente al mismo periodo del año anterior. La participación en las ventas totales se mantuvo sólida en 11,8% y los pedidos superaron los 2,6 millones durante el trimestre (+24,8% frente al 1T21). Lo siguiente a destacar durante el primer trimestre de 2022:

- El crecimiento del 31% de las ventas omnicanal durante la primera jornada sin IVA celebrada en marzo.
- Los canales digitales siguieron creciendo en ventas a pesar del levantamiento de las restricciones de movilidad.
- La cuota omnicanal en las ventas, continuó en un nivel bajo doble dígito.
- La empresa fue capaz de reforzar su portafolio y combinar las experiencias físicas y digitales durante y después de la pandemia.



(1) Incluye: .com, marketplace, domicilios, Shop&Go, compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) GMV: Gross Merchandise Value - Valor bruto de la mercancía.

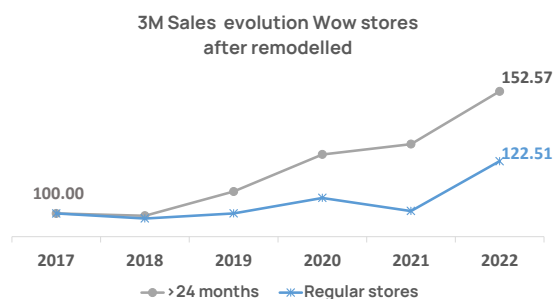
- **E-commerce:** exito.com y carulla.com alcanzaron \$117.000 millones en ventas, 40 millones de visitas (+7,2% versus 1T21) y registraron más de 219.000 pedidos.
- **Marketplace:** Representó una participación del 22% en el valor bruto de la mercancía ⁽²⁾ omnicanal de no alimentos en el 1T22, con más de 23.000 unidades vendidas (+21,2% frente al 1T21) a través de 1.284 vendedores (+37%).
- **Última milla y domicilios:** El servicio está disponible para los clientes de Carulla, Éxito, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista. La Compañía alcanzó los 2,6 millones de pedidos, un crecimiento del 24,8% frente al 1T21 y

el servicio se prestó principalmente a través de la alianza con la empresa de última milla Rappi (24% de los pedidos se ejecutan a través de la plataforma logística de Grupo Éxito). El servicio Turbo, recientemente implementado, representó el 30% de las ventas de Rappi en el 1T22 y el 8,1% del GMV omnicanal⁽²⁾.

- **Catálogos digitales:** 219 dispositivos estuvieron disponibles en las tiendas de Colombia. Las ventas a través de catálogos digitales crecieron un 25% y los pedidos alcanzaron más de 31.500 en el 1T22, beneficiados por el mayor tráfico y volumen en las tiendas.
- **Compra y recoge:** las ventas alcanzaron cerca de \$96.000 millones, los pedidos fueron más de 288.000 y representaron una participación del 24% en el Valor Bruto de la Mercancía omnicanal. El servicio estuvo disponible en 369 tiendas y 12 centros comerciales VIVA, a través de telefonía fija. Los pedidos a través de las páginas web crecieron un 20,4%.

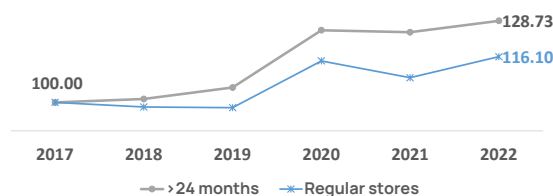
Innovación

- **Éxito WOW:** 19 tiendas bajo el formato representaron el 29,5% de las ventas del Éxito en el 1T22. Las tiendas Wow aumentaron sus ventas en 30 puntos porcentuales después de 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares, durante los tres primeros meses del año. El modelo tiene un potencial de agregar 32 tiendas Wow completas adicional a 99 tiendas bajo el modelo Wow Econo, incluyendo 6 adquiridas a La 14, en los próximos 3 años.



- **Carulla FreshMarket:** 22 tiendas del formato representaron el 46,3% de las ventas totales de la marca en el trimestre. Las tiendas FreshMarket aumentaron sus ventas en 12,6 p.p. después de 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares, durante 1T22. El modelo tiene un potencial de agregar 16 tiendas completas de FM más 42 tiendas bajo el modelo FM midi en los próximos 3 años.

3M Sales evolution FreshMarket stores
after remodelled



- Bajo costo:** La innovación continuó durante el trimestre con 25 tiendas 'Super Inter Vecino', que alcanzaron una participación del 47% en las ventas de Super Inter y crecieron 12,9 p.p. por encima de las ventas de las tiendas no convertidas durante el 1T22. Super Inter Vecino tiene un potencial de 30 tiendas adicionales en los próximos 3 años. Surtimax renovó 6 tiendas adicionales durante el trimestre, para ofrecer nuevo surtido, secciones y descuentos especiales; 13 tiendas en la base 12M crecieron las ventas un 35,5% frente al 1T21 y representaron el 18,7% de las ventas de la marca en 1T22. Surtimayorista creció sus ventas en un 41% y las VMM un 36% durante el trimestre impulsado por el desempeño de la categoría de frescos y alcanzó una participación de 4,7% sobre las ventas de Colombia; la marca tiene un potencial de 45 tiendas adicionales en los próximos 3 años.

Transformación digital

- Apps:** Tanto las apps de Éxito como de Carulla alcanzaron más de 1,7 millones de descargas (+30,6% frente al 1T21) impulsadas por las alianzas con TUYA y Puntos Colombia. "Mi Descuento" alcanzó más de 1,3M de cupones redimidos con un incremento del 17% en las transacciones. La app 'Misurtii' registró ventas cercanas a los \$7.000 millones en el 1T22 (una participación del 16,7% en las ventas de la marca) y contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente en tiendas de barrio.
- La Compañía continuó implementando desarrollos en reducción de la fricción, servicio al cliente, analítica de datos, logística, cadena de suministro y gestión de recursos humanos, de acuerdo con la estrategia 2022 - 2024 establecida. Otros pilotos relativos a la realidad virtual o ampliada para la categoría de hogar y el servicio de entrega mediante drones.

Proyectos adicionales:

- Clickam**, un modelo de marketing de referidos que permite a las personas generar ingresos recomendando productos/servicios a través del ecosistema de la Compañía. Más de 46.000 usuarios registrados, representó el 8,2% de las ventas omnicanal en el 1T22 y las ventas crecieron un 39% frente al 1T21.
- VIVA Online**, la primera plataforma colombiana para el negocio inmobiliario, ayudó a impulsar las ventas de nuestros aliados en los Centros Comerciales VIVA al ofrecer a los clientes una plataforma de compras de comercio electrónico. Durante el trimestre se realizó un evento comercial masivo con 10 millones de usuarios a través de 75 marcas aliadas.

Monetización de activos y de tráfico y mejores prácticas

- **Coalición de fidelización:** Puntos Colombia sumó 5,7 millones de clientes activos con habeas data (+17,9% frente al 1T21), con 133 marcas aliadas. Durante el trimestre, los clientes redimieron más de 8.100 millones de puntos (+62% frente al 1T22) de los cuales Éxito tuvo una participación del 72%. La Compañía centró sus esfuerzos en seguir consolidando su Marketplace, integrado con el ecosistema de Grupo Éxito (Apps, locatarios de VIVA, negocios financiero, viajes, seguros, móviles, etc).
- **Negocios complementarios:**
 - **TUYA:** el negocio financiero alcanzó cerca de 209.000 nuevas tarjetas emitidas en el 1T22 para un stock total de 2,8 millones de tarjetas. TUYA alcanzó una cartera de créditos de \$4,1 billones (+36% frente al 1T21). TUYA Pay obtuvo más de 960.000 (+174%) usuarios de los cuales el 38% fueron nuevos clientes del negocio financiero.
 - **Móvil:** la unidad de negocio reportó más de 500.000 líneas activas (+8% frente al 1T21) y continuó su crecimiento apalancado en los canales en línea y en la integración con el ecosistema de la Compañía, principalmente a través de la nueva funcionalidad de pago como Tuya Pay 'Dinero y Puntos' con Puntos Colombia.
 - **Viajes:** la unidad de negocio se benefició de la estrategia de enfoque digital con el sitio TUYA y abrió un nuevo punto de venta en la ciudad de Envigado. Los clientes crecieron 1,2x frente a los reportados en el 1T21 y las ventas crecieron 2,1x; las ventas en línea se recuperaron y crecieron 2,2x y el canal digital creció 1,6x frente al 1T22.

Los negocios adicionales lanzados el año pasado para complementar el ecosistema de la Compañía y monetizar el tráfico y los datos, continuaron creciendo durante el primer trimestre de 2022:

o'Autos Éxito',

Additional businesses launched last year to complement the Company's ecosystem and monetize traffic and data, continued to grow during the first quarter of 2022:

- **"Autos Éxito"** el negocio de alquiler de vehículos fue creado en alianza 50% con Renting Colombia, filial del Grupo Bancolombia, para ofrecer alternativas de movilidad sostenible. El servicio estuvo disponible en 10 tiendas del Grupo Éxito en el país y a través de éxito.com, la app y el sitio autosexito.co. Este negocio tiene potenciales sinergias con TUYA, Puntos Colombia, las estaciones de gasolina, los viajes y los negocios de seguros.
- **"Kiire"**, la alianza que espera beneficiarse del tráfico de Éxito y del know-how de Redeban para convertirse en una de las mayores empresas de plataformas de pago en Colombia. La plataforma de

pagos Kiire ejecutó más de 23 M de transacciones durante el 1T22 gracias a las alianzas bancarias para fortalecer el negocio.

- “**Éxito Media**”, focalización con medios digitales para monetizar el tráfico mediante el uso de inteligencia de negocios, incluyendo la comercialización de espacios y audiencias, ejecutando campañas on-line, off-site (Google y Facebook), in-store y CRM.

Uruguay

Omnicanal

Durante el primer trimestre de 2022 la operación continuó fortaleciendo su estrategia omnicanal junto con otras iniciativas para impulsar las ventas. Las ventas omnicanal en el país crecieron un 10,5% frente al 1T21 y una participación del 2,6% sobre las ventas totales.

- **E-commerce:** las ventas trimestrales aumentaron un 18,3% y representaron el 1,6% de las ventas totales (+10 pb vs 1T21).
- **Domicilios:** las ventas aumentaron un 0,8% a pesar de la disminución de los pedidos debido al mayor tráfico en las tiendas. El servicio de última milla 'Devoto Ya' se ofrece a través de las tiendas Devoto, entregando con una promesa de menos de 1 hora en pedidos de hasta 20 productos.
- **Compra y recoge:** El servicio se amplió a 1 tienda en el trimestre hasta un total de 45 tiendas; se despacharon más de 9.000 pedidos durante el primer trimestre de 2022(+35% vs 1T21).

Innovación

- **Fresh Market:** 23 tiendas del formato representaron el 46,6% de las ventas totales en el 1T22 y crecieron 230 puntos básicos por encima de otras tiendas.

Transformación digital

- **Apps:** las ventas a través de las apps crecieron un 49% con más de 9.000 pedidos durante el trimestre.
- **Start-ups:** La Compañía continuó asesorando a 7 start-ups y trabajó en iniciativas centradas en la sostenibilidad, la última milla, la logística y la innovación.

Argentina

Las ventas omnicanal en Argentina alcanzaron el 2,3% de las ventas totales en el 1T22 (+45 puntos básicos frente al 1T21).

Omnicanal

- **Comercio electrónico:** Las ventas en línea alcanzaron más de ARS \$128 M en el 1T22 y aumentaron 2,1x frente al mismo período de 2021.
- **Compra y recoge / Click and Car:** el servicio estuvo disponible en 15 tiendas y 1 tienda oscura y sumó más de 18.000 pedidos.
- **Última milla y Domicilios:** en asociación con “Rappi” y “Pedidos Ya”, el servicio de última milla estuvo disponible en 23 tiendas. Las ventas crecieron 1,7 veces durante el trimestre en comparación con el mismo período de 2021, y se vendieron más de 449.000 unidades (+10,3%).

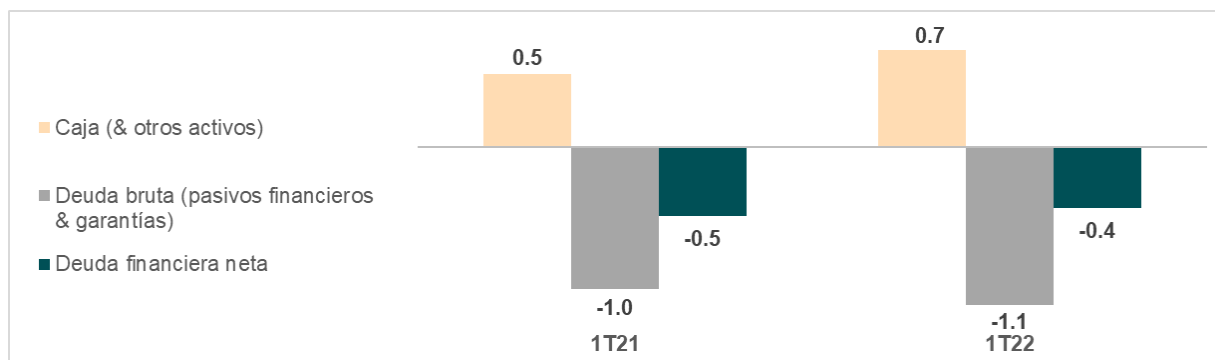
Innovación

- **Fresh Market:** las 4 tiendas Fresh Market aumentaron las ventas trimestrales un 54,4% frente al 1T21 y registraron una contribución del 28,9% de las ventas del hipermercado.

Transformación digital

- **Apps:** La compañía continuó fortaleciendo la App a través de iniciativas de marketing

VI. Caja y deuda a nivel de la holding



Nota: Números expresados en escala larga, billones de pesos representan 1.000.000.000. (1) Holding: Resultados de Almacenes Éxito S.A sin filiales en Colombia ni internacionales. (2) Variación de la deuda financiera neta excluyendo los dividendos pagados a los accionistas. (3) Incluye el aumento de la tasa repo del Banco Central en Colombia desde enero de 100 pb hasta el 4,0% en el 1T22 (frente al 1,75% del 1T21) para controlar la inflación.

Caja y deuda a nivel de la holding

- El sólido desempeño operacional favoreció el aumento de la caja y el desapalancamiento
- La deuda financiera neta mejoró en \$57.000 M (22,9%) respecto al 1T21⁽¹⁾.
- La posición de caja aumentó en \$169.000 M y la deuda bruta en 11,2% (\$112.000 M)
- La generación de flujo de caja 12M para los accionistas aumentó 10x.
- El Banco Central aumentó el tipo de interés repo en Colombia en 100 pb, hasta el 4,0% (frente al 1,75% del 1T21), para controlar la inflación.

VII. Conclusiones

Consolidado

- Crecimiento rentable de las ventas totales (+21,9%) y VMM (+20,6%⁽¹⁾) por encima de los niveles de inflación en todos los países.
- Contribución consistente de la innovación, el omnicanal (9,4% de participación) y la monetización del tráfico, a las ventas.
- Sólido crecimiento del EBITDA recurrente (15,8%) por eficiencias operacionales, el sólido crecimiento de las ventas y el negocio inmobiliario (+35%⁽²⁾) al ajustar los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en ambos periodos).
- El resultado neto mostró una fuerte contribución del retail ajustado por el efecto de las tasas de impuestos y mayores provisiones de TUYA por la mejora comercial.
- Viva Malls, un pilar clave para los resultados de la Compañía (11,9% y 8,4% de participación en el EBITDA recurrente en 2021 y 1T22 respectivamente).
- Claros logros en los 6 pilares estratégicos ASG.

Colombia

- Ventas impulsadas por la participación de la innovación (33,5%), el omnicanal (11,8%) y el aumento de volúmenes (+7,4%) demostraron la fortaleza del retail.
- El fortalecimiento de los formatos innovadores y las actividades de monetización siguieron contribuyendo a los resultados a largo plazo.
- EBITDA (+8,4%) reflejó un sólido desempeño del retail y eficiencias internas (+31,7%⁽²⁾) si se ajustan los honorarios de desarrollo inmobiliario y la venta de inmuebles en ambos periodos).

Uruguay

- La operación más rentable (11,2% margen EBITDA) gracias al estricto control de los gastos y mejora en el consumo.

Argentina

- Las eficiencias operacionales e inmobiliarias hicieron que el margen EBITDA alcanzara el 2,4% (+244 pb) y que se mantuviera una posición de caja estable

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina y las eliminaciones. (1) Excluyendo efectos de cambio y calendario. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

VIII. Perspectivas 2022

- Crecimiento de los ingresos operacionales producto de la innovación, la estrategia omnicanal y los negocios complementarios.
- Mantener los niveles de EBITDA recurrente a nivel consolidado considerando las presiones inflacionarias sobre el gasto.
- El omnicanal tendrá una participación de un dígito alto sobre las ventas consolidadas.
- Expansión ⁽¹⁾ en Colombia de 60 a 70 tiendas principalmente en formatos innovadores, con un área de ventas adicional de aproximadamente 35.000 m² (incluyendo el acuerdo de adquisición de mobiliario y derechos sobre 5 espacios comerciales en 2021 y 1 en 2022 de la 14).
- Generación sostenible de flujo de caja para los accionistas.
- Esfuerzos en criterios de Sostenibilidad (ASG) centrados en la nutrición infantil y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena de suministro.

(1) Expansión incluye aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.

IX. Información adicional

Detalles de la Teleconferencia de resultados del primer trimestre de 2022

Fecha: miércoles 4 de mayo de 2022

Hora: 10:00 a.m. hora New York

9:00 a.m. hora Colombia

Para participar, por favor, marque:

Estados Unidos gratuito: 8663745140

Estados Unidos: (+1) 4044000571

Colombia gratuito: 018005190788

Colombia: (+57) 6014850348

Lista de números internacionales: <https://1drv.ms/b/s!AppisLgkpP8lzmUV-ekYg0rNK9JN?e=3prv6r>

Número de identificación de la teleconferencia: 64919258#

Los resultados del 1T21 estarán acompañados de un audio webcast con presentación disponible en la página web de la compañía www.grupoexito.com.co o en:

<https://onlinexperiences.com/Launch/QReg/ShowUUID=37A2EA3B-CC53-481D-A836-42B2D03992D8>

Próximas publicaciones

Resultados financieros del segundo trimestre de 2022 – Julio 27 de 2022, después del cierre de mercado

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas

+ (57) 601 312 796 2298

mmorenor@grupo-exito.com

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

Claudia Moreno B.

RP y directora de Comunicaciones

+ (57) 604 604 96 96 ext. 305174

claudia.moreno@grupo-exito.com

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

Descripción de la Compañía

Grupo Éxito es la plataforma líder en venta de alimentos en Colombia y en Uruguay y tiene una presencia relevante en el noreste de Argentina. La gran capacidad de innovación de la Compañía le ha permitido transformarse y adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias de consumo e incrementar sus ventajas competitivas apoyadas en la calidad de su talento humano.

Grupo Éxito es el líder inigualable de la omnicanalidad en la región y ha desarrollado un ecosistema integral enfocado en el omni-cliente, al que ofrece la fortaleza de sus marcas, múltiples formatos y una amplia gama de canales y servicios para facilitar su experiencia de compra.

La diversificación de sus ingresos retail a través de estrategias de tráfico y monetización de activos, ha permitido al Grupo Éxito ser pionero en ofrecer un portafolio rentable de negocios complementarios. Se destacan sus activos inmobiliarios con centros comerciales en Colombia y Argentina y servicios financieros como tarjeta de crédito, billetera virtual y red de pagos. La Compañía también ofrece otros negocios en Colombia, como viajes, seguros, telefonía móvil y transferencias de dinero.

En 2019, el Grupo Éxito lanzó públicamente su estrategia de Transformación Digital y ha consolidado una potente plataforma con sitios web muy reconocidos exito.com y carulla.com en Colombia, devoto.com y geant.com en Uruguay e hiperlibertad.com en Argentina. Además, la Compañía ofrece servicios de compra y recoge, catálogos digitales, entrega a domicilio y canales en crecimiento como Apps y Marketplace, a través de los cuales Grupo Éxito ha logrado una impresionante cobertura digital en los países donde opera.

En 2021, los Ingresos operacionales consolidados alcanzaron COP\$16,9 billones impulsados por la sólida ejecución del retail, la exitosa estrategia omnicanal en la región y la innovación en los modelos del retail. La Compañía operó 620 tiendas a través de multiformatos y multimarcas: hipermercados con las marcas Éxito, Geant y Libertad; supermercados premium con Carulla, Disco y Devoto; proximidad con Carulla y las marcas Éxito, Devoto y Libertad Express. En formatos de bajo costo, la Compañía opera en Colombia las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista.

X. Anexos

Notes:

- Cifras expresadas en escala larga, billones de COP representan 1.000.000.000.000.
- Crecimiento y variaciones expresadas versus el mismo período del año anterior, excepto cuando se indique de otra forma.
- Sumas y porcentajes podría reflejar discrepancias debido al redondeo de las cifras.
- Todos los márgenes están calculados como porcentaje de los ingresos operacionales.

Glosario

- **Resultados de Colombia:** Incluye la consolidación de Almacenes Éxito y sus subsidiarias en el país.
- **Resultados consolidados:** Incluye los resultados de Almacenes Éxito y las subsidiarias colombianas e internacionales.
- **EBIT:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado por los otros ingresos/gastos no recurrentes.
- **EBITDA recurrente:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado por las D&A.
- **EBITDA:** Medida de la rentabilidad que incluye el EBIT ajustado por D&A.
- **Utilidad por Acción:** Calculada sobre una base diluida.
- **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.
- **GLA:** Área bruta arrendable.
- **GMV:** Valor bruto de mercancía.
- **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.
- **Utilidad Operacional Recurrente (ROI):** Incluye la utilidad bruta ajustada por los gastos de administración y ventas y las depreciaciones y amortizaciones.
- **Ventas Netas:** Ventas relacionadas con el negocio retail.
- **VMM:** Ventas mismos metros incluyendo el efecto de tiendas convertidas.

1. Estado de Resultados Consolidado

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	4,375,148	3,590,213	21.9%
Otros Ingresos Operacionales	226,819	228,959	(0.9%)
Total Ingresos Operacionales	4,601,967	3,819,172	20.5%
Costo de Ventas	(3,403,740)	(2,785,351)	22.2%
Costo Depreciación y Amortización	(23,729)	(17,286)	37.3%
Utilidad Bruta	1,174,498	1,016,535	15.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>26.6%</i>	<i>(109) bps</i>
Gastos O&AV	(843,064)	(727,127)	15.9%
Gasto Depreciación y Amortización	(120,358)	(114,613)	5.0%
Total Gastos	(963,422)	(841,740)	14.5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.9%</i>	<i>22.0%</i>	<i>(110) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	211,076	174,795	20.8%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.6%</i>	<i>1 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(2,993)	(9,666)	(69.0%)
Utilidad Operacional (EBIT)	208,083	165,129	26.0%
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.5%</i>	<i>4.3%</i>	<i>20 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(49,799)	(46,331)	7.5%
Resultado de Asociadas y Negocios Conjunto	(17,819)	12,918	(237.9%)
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	140,465	131,716	6.6%
Impuesto Renta	(54,840)	(31,291)	75.3%
Resultado Neto Operaciones Continuas	85,625	100,425	(14.7%)
Participación de no Controlantes	(21,086)	(15,463)	36.4%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	-	(5)	100.0%
Resultado Neto Grupo Éxito	64,539	84,957	(24.0%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.4%</i>	<i>2.2%</i>	<i>(82) bps</i>
EBITDA Recurrente	355,163	306,694	15.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>8.0%</i>	<i>(31) bps</i>
EBITDA	352,170	297,028	18.6%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.7%</i>	<i>7.8%</i>	<i>(12) bps</i>
Acciones	447.604	447.604	0.0%
Utilidad por Acción	144.2	189.8	(24.0%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina y las eliminaciones. (1) Excluyendo efectos de tipo de cambio y calendario (0,6% en ventas y 2,0% en el EBITDA recurrente en 1T22).

2. Estado de resultados e inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q22	1Q22	1Q22
Ventas netas	3,319,165	761,220	294,763	4,375,148
Otros Ingresos Operacionales	207,846	6,797	12,243	226,819
Total Ingresos Operacionales	3,527,011	768,017	307,006	4,601,967
Costo de Ventas	(2,700,671)	(500,755)	(202,459)	(3,403,740)
Costo Depreciación y Amortización	(21,899)	(1,392)	(438)	(23,729)
Utilidad Bruta	804,441	265,870	104,109	1,174,498
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.8%</i>	<i>34.6%</i>	<i>33.9%</i>	<i>25.5%</i>
Gastos O&AV	(564,531)	(181,375)	(97,158)	(843,064)
Gasto Depreciación y Amortización	(100,301)	(13,907)	(6,150)	(120,358)
Total Gastos	(664,832)	(195,282)	(103,308)	(963,422)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.8%</i>	<i>25.4%</i>	<i>33.7%</i>	<i>20.9%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	139,609	70,588	801	211,076
<i>Margen ROI</i>	<i>4.0%</i>	<i>9.2%</i>	<i>0.3%</i>	<i>4.6%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(2,396)	(354)	(243)	(2,993)
Utilidad Operacional (EBIT)	137,213	70,234	558	208,083
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.9%</i>	<i>9.1%</i>	<i>0.2%</i>	<i>4.5%</i>
Resultado Financiero Neto	(36,913)	(7,072)	(5,736)	(49,799)
EBITDA Recurrente	261,809	85,887	7,389	355,163
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.4%</i>	<i>11.2%</i>	<i>2.4%</i>	<i>7.7%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	35,923	12,226	352	48,501
<i>en moneda local</i>	35,923	135	10	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (0,6% en ventas y 2,0% en EBITDA recurrente en el 1T22). El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

3. Balance general consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Mar 2022	Var %
ACTIVOS	16,901,179	15,695,074	(7.1%)
Activo corriente	5,833,360	4,580,403	(21.5%)
Caja y equivalentes de caja	2,541,579	1,139,911	(55.1%)
Inventarios	2,104,303	2,219,800	5.5%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	625,931	618,792	(1.1%)
Activos por impuestos	429,625	469,151	9.2%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	24,601	24,753	0.6%
Otros	107,321	107,996	0.6%
Activos No Corrientes	11,067,819	11,114,671	0.4%
Plusvalía	3,024,983	3,053,337	0.9%
Otros activos intangibles	363,987	363,581	(0.1%)
Propiedades, planta y equipo	4,024,697	3,996,857	(0.7%)
Propiedades de Inversión	1,656,245	1,668,852	0.8%
Derechos de uso	1,370,512	1,441,077	5.1%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	289,391	296,072	2.3%
Activo por impuesto diferido	205,161	176,207	(14.1%)
Activos por impuestos	-	-	0.0%
Otros	132,843	118,688	(10.7%)
PASIVOS	8,872,702	7,780,695	(12.3%)
Pasivo corriente	6,518,400	5,398,832	(17.2%)
Cuentas por pagar	5,136,626	3,848,574	(25.1%)
Pasivos por arrendamiento	234,178	249,417	6.5%
Obligaciones financieras	674,927	931,545	38.0%
Otros pasivos financieros	81,544	89,396	9.6%
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	0.0%
Pasivos por impuestos	81,519	48,770	(40.2%)
Otros	309,606	231,130	(25.3%)
Pasivos no corrientes	2,354,302	2,381,863	1.2%
Cuentas por pagar	49,929	52,172	4.5%
Pasivos por arrendamiento	1,360,465	1,406,581	3.4%
Obligaciones financieras	742,084	716,904	(3.4%)
Otras provisiones	11,086	11,841	6.8%
Pasivo por impuesto diferido	166,751	170,898	2.5%
Pasivos por impuestos	3,924	3,419	(12.9%)
Otros	20,063	20,048	(0.1%)
PATRIMONIO	8,028,477	7,914,379	(1.4%)

Nota: Cifras consolidadas incluyen Colombia, Uruguay y Argentina.

4. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Mar 2022	Mar 2021	Var %
Ganancia	85,625	100,420	(14.7%)
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	316,693	276,101	14.7%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(1,319,924)	(1,240,492)	6.4%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(57,416)	(232,437)	(75.3%)
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(19,496)	(43,219)	(54.9%)
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio	(1,396,836)	(1,516,148)	(7.9%)
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	(4,832)	10,162	N/A
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(1,401,668)	(1,505,986)	(6.9%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2,541,579	2,409,391	5.5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	1,139,911	903,405	26.2%

Nota: Cifras consolidadas incluyen Colombia, Uruguay y Argentina.

5. Indicadores financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Marzo de 2022	Diciembre de 2021	Marzo de 2022	Diciembre de 2021
Activos / Pasivos	2.02	1.90	2.04	1.91
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	0.85	0.89	0.84	0.91

6. Estado de resultados de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	1Q22	1Q21	% Var
Ventas Netas	3,322,890	2,748,799	20.9%
Otros Ingresos Operacionales	129,075	160,715	(19.7%)
Total Ingresos Operacionales	3,451,965	2,909,514	18.6%
Costo de Ventas	(2,696,278)	(2,222,299)	21.3%
Costo Depreciación y Amortización	(20,590)	(14,446)	42.5%
Utilidad Bruta	735,097	672,769	9.3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>21.3%</i>	<i>23.1%</i>	<i>(183) bps</i>
Gastos O&AV	(521,130)	(457,075)	14.0%
Gasto Depreciación y Amortización	(95,894)	(93,015)	3.1%
Total Gastos	(617,024)	(550,090)	12.2%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(17.9%)</i>	<i>(18.9%)</i>	<i>103 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	118,073	122,679	(3.8%)
<i>Margen ROI</i>	<i>3.4%</i>	<i>4.2%</i>	<i>(80) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(1,801)	(5,535)	(67.5%)
Utilidad Operacional (EBIT)	116,272	117,144	(0.7%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.4%</i>	<i>4.0%</i>	<i>(66) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(44,708)	(48,693)	(8.2%)
Resultado Neto Grupo Éxito	64,539	84,957	(24.0%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.9%</i>	<i>2.9%</i>	<i>(105) bps</i>
EBITDA Recurrente	234,557	230,140	1.9%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.8%</i>	<i>7.9%</i>	<i>(112) bps</i>

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias en Colombia.

7. Balance General de Almacenes Éxito⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Mar 2022	Var %
ACTIVOS	14,422,470	13,275,382	(8.0%)
Activo corriente	4,686,474	3,436,818	(26.7%)
Caja y equivalentes de caja	2,063,528	682,748	(66.9%)
Inventarios	1,680,108	1,800,124	7.1%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	434,945	414,601	(4.7%)
Activos por impuestos	386,997	431,382	11.5%
Otros	120,896	107,963	(10.7%)
Activos No Corrientes	9,735,996	9,838,564	1.1%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	191,559	188,281	(1.7%)
Propiedades, planta y equipo	1,984,771	1,953,892	(1.6%)
Propiedades de Inversión	78,586	78,405	(0.2%)
Derechos de uso	1,609,599	1,698,242	5.5%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios	4,085,625	4,233,810	3.6%
Otros	332,779	232,857	(30.0%)
PASIVOS	7,541,065	6,522,796	(13.5%)
Pasivo corriente	5,137,135	4,075,080	(20.7%)
Cuentas por pagar	4,249,804	3,034,540	(28.6%)
Pasivos por arrendamiento	239,831	258,843	7.9%
Obligaciones financieras	136,184	383,081	N/A
Otros pasivos financieros	66,817	75,607	13.2%
Pasivos por impuestos	76,238	33,833	(55.6%)
Otros	368,261	289,176	(21.5%)
Pasivos no corrientes	2,403,930	2,447,716	1.8%
Pasivos por arrendamiento	1,580,954	1,646,922	4.2%
Obligaciones financieras	742,084	716,904	(3.4%)
Otras provisiones	10,991	11,757	7.0%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	69,901	72,133	3.2%
PATRIMONIO	6,881,405	6,752,586	(1.9%)

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias en Colombia.

8. Deuda por país y vencimiento

31 Mar de 2022 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	458,688	490,894	530,047	-	1,020,941
Deuda de largo plazo	716,904	716,904	-	-	716,904
Total deuda bruta ⁽¹⁾	1,175,592	1,207,798	530,047	-	1,737,845
Efectivo y equivalentes de efectivo	682,748	797,881	286,146	55,884	1,139,911
Deuda Neta	(492,844)	(409,916)	(243,901)	55,884	(597,934)

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Mar de 2022 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-mar-22
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2023	
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Abril 2024	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	400,000	Variable	Febrero 2025	230,000
Largo Plazo - Bilateral	200,000	Variable	Marzo 2025	200,000
Crédito rotativo - Bilateral	200,000	Variable	Abril 2025	
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	193,333
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	190,000
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	141,675
Total deuda bruta (3)	1,665,000			1,090,008

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. 1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda bruta emitida al 100% en pesos colombianos con un tipo de interés inferior al IBR3M + 2,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 6,12%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda al nominal.

9. Número de tiendas y área de ventas

<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m2)</u>
Colombia		
Exito	219	612,692
Carulla	101	87,284
Surtimax	70	29,684
Super Inter	60	58,601
Surtimayorista	37	35,870
Total Colombia	487	824,131
Uruguay		
Devoto	59	40,116
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	91	91,779
Argentina		
Libertad	15	101,807
Mini Libertad	10	1,796
Total Argentina	25	103,603
TOTAL	603	1,019,513

Nota: El total de tiendas no incluye "aliados" en Colombia.

Declaración

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 Grupo Éxito 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, un potencial impacto, o el grado en que la ocurrencia de un riesgo o de una combinación de riesgos, puedan 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, Grupo Éxito 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 expresadas.

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'.
