

Almacenes Éxito S.A.

Estados Financieros Consolidados

4T/2021

Envigado, Colombia, febrero 21 de 2022 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció hoy sus resultados para el cuarto trimestre de 2021, período terminado el 31 de diciembre de 2021 (4T/2021). Todas las cifras están expresadas en millones (M) o billones (B) de pesos colombianos, a menos que se indique lo contrario. Número en escala larga, billones de pesos representan 1.000.000.000.000. Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay, Argentina y eliminaciones.

Sólido crecimiento de la Utilidad Neta (2,1 veces) y del margen EBITDA recurrente (+99 pb a 9,1%) impulsados por una estrategia consistente centrada en el cliente

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- Los ingresos operacionales crecieron 20,7% en el 4T21 y 7,5% en 2021 para un total de \$5,2 billones y \$16,9 billones, respectivamente. Los resultados se beneficiaron de la innovación, la omnicanalidad y la recuperación de los negocios complementarios.
- El EBITDA recurrente alcanzó \$568.638 millones en 4T21 y \$1,5 billones en 2021; el margen aumentó a 10,8% (+25 pb) y 9,1% (+99 pb), respectivamente, beneficiado por la mayor contribución de los negocios inmobiliario y TUYA y una eficiente estructura de costos y gastos.
- El Resultado Neto del Grupo creció 2,1 veces para una utilidad de \$474.681 millones en 2021, impulsado por un sólido desempeño operacional y una estructura más eficiente.
- La utilidad por acción de \$1.060,5 por acción ordinaria en 2021 frente a los \$515,8 reportados en 2020.
- El CAPEX consolidado fue de \$550.209 millones, 66,7% para actividades de expansión (retail e inmobiliario), innovación, omnicanalidad y transformación digital.

Operacionales

- La omnicanalidad se mantuvo sólida, la participación sobre las ventas consolidadas alcanzó el 9,9% (Col 11,9%, Uru 3,6%, Arg 2,6%).
- La recuperación económica favoreció los niveles de ocupación inmobiliaria y fortaleció el negocio financiero.
- Los formatos innovadores alcanzaron un 33,3% de las ventas de Colombia.
- Una eficiente estructura de costos y gastos a pesar de las presiones inflacionarias, permitió que todas las unidades de negocio crecieran en gastos por debajo del IPC.
- Acuerdo con La 14 para operar 5 establecimientos comerciales (+18,5k m²) bajo el formato Éxito Wow en 1S22.

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.
- Omnicanal 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 (ASG) centrados en la nutrición infantil y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena de suministro.

(1) Expansión entre 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.

"2021 estuvo marcado por la esperanza en medio de varios desafíos. En Colombia, el inicio del año fue complejo, afectado por el cierre de tiendas y las protestas sociales en todo el país; Uruguay vivió la peor temporada turística y Argentina enfrentó dificultades macroeconómicas. Sin embargo, el Grupo Éxito se adaptó rápidamente y logró aprovechar importantes oportunidades que nos llevaron a obtener mejoras en ingresos y rentabilidad, gracias al fortalecimiento de la estrategia omnicanal, la consolidación de formatos innovadores y la recuperación de negocios tan importantes como el inmobiliario y el financiero.

Colombia logró un importante crecimiento de 136 pb y alcanzó un margen EBITDA del 9,4%, a partir de una operación más eficiente y una mayor dinámica comercial; Uruguay continuó siendo la operación más rentable de la región con un margen del 10,2%; y Argentina, creció casi el doble su margen hasta el 3,4%, apalancado por la recuperación del negocio inmobiliario en medio de un entorno económico desafiante.

Durante 2021, trabajamos en el propósito superior de nutrir con oportunidades a los países en los que opera la Compañía, a través de actividades consistentes de apoyo a la nutrición infantil, comerciando directamente con los productores locales, y apoyando plenamente a nuestros proveedores, especialmente a las pequeñas y medianas empresas. Creemos que actuar con integridad genera confianza y nos ayuda a dar lo mejor de nosotros para lograr un crecimiento económico y social equilibrado y proteger nuestro planeta", afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito.

I. Seguimiento a la estrategia de sostenibilidad (ASG) en 2021

1T21

- La Asamblea General de Accionistas se celebró virtualmente el 25 de marzo de 2021, con el fin de garantizar las condiciones de salud y seguras para los accionistas y el equipo directivo, a la vez que se propendió por un diálogo abierto. Se aprobaron todas las propuestas, incluyendo la reforma de la Política de Elección y Sucesión de la Junta Directiva, para favorecer la diversidad de sus miembros en cuanto a aspectos profesionales, académicos y personales, tales como: género, nacionalidad, edad, y raza, entre otros.
- Carulla y la Fundación Éxito lanzaron la campaña #HagámosloMásFresco diseñada por la Agencia Interna, la primera agencia de publicidad que inició su operación desde el interior de una cárcel y que hace parte de la Fundación Acción Interna, con el objetivo de entregar 600 paquetes de alimentos a los hijos de las mujeres privadas de la libertad, que fueron separados desde el inicio de la pandemia.
- La iniciativa "Mi Descuento-Nutre Vidas" fue lanzada entre febrero y marzo, para erradicar la desnutrición infantil en Colombia, y recaudó \$2.000 millones para entregar paquetes alimenticios a 26.000 familias en todo el país.
- VIVA lanzó el movimiento social "Re-Colección" con la plataforma social "Limpia tu Armario", para motivar a los colombianos a la donación de ropa en buen estado, que posteriormente se entregó a 10 fundaciones ubicadas en las ciudades donde los centros comerciales VIVA tienen presencia.

2T21

- El centro comercial VIVA Barranquilla fue seleccionado por la Alcaldía de la ciudad, la Clínica Oftalmológica del Caribe y la EPS Sura, como centro de vacunación. VIVA Envigado también operó el mayor centro de vacunación de la región de Antioquia, a través de la alianza entre la Gobernación de Antioquia, la Alcaldía de la ciudad de Envigado, Seguros SURA Colombia y el Grupo Éxito.
- Se promovió el comercio sostenible a través de la compra directa a los agricultores y campesinos de Colombia. En alianza con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Sostenible y la Agencia de Desarrollo Rural, la Compañía implementó acciones para facilitar las relaciones comerciales con los pequeños productores, evitando intermediarios y favoreciendo a los consumidores finales. En el marco de esta alianza, el 7 de abril se realizó en Medellín el programa "Consuma lo Nuestro, Sabor de Colombia", para resaltar el compromiso de la industria con el país y exaltar el trabajo de los agricultores locales.
- Se compraron más de 6.000 kilos de ñame a los agricultores de la Fundación "Constructores de Paz", víctimas del conflicto armado en la región de "Los Montes de María". El producto fue distribuido en los almacenes Éxito y Carulla ubicados en la Costa Atlántica.
- El negocio "Autos Éxito" fue lanzado en alianza 50%-50% con Renting Colombia, filial del Grupo Bancolombia, para democratizar el alquiler y la compra de autos certificados a precios accesibles. Autos Éxito se sumó a la solución del pacto ambiental de ambas compañías con el uso de 20 autos eléctricos para el alquiler a largo plazo y 40 unidades más para el alquiler diario. El servicio estuvo disponible en 11 tiendas del Grupo Éxito en el país y a través de éxito.com, la app y el sitio autoséxito.co. Este negocio tiene potenciales sinergias con TUYA, Puntos Colombia, las gasolineras, y los negocios de viajes y seguros.

- El Grupo Éxito se unió a la Cámara de Comerciantes LGBT de Colombia, una institución sin ánimo de lucro que acompaña, orienta y avala la responsabilidad de las empresas para convertirse en espacios seguros y libres de discriminación. La empresa ha trabajado desde 2019 como colideres en la Iniciativa de Paridad de Género en Colombia y en 2020 fue certificada con el Sello de Plata 'Implementación de acciones para la Igualdad' - Equipares.

3T21

- Jean Christophe Tijeras fue nombrado Presidente del Grupo Disco Uruguay y Guillermo Destefanis como gerente de la marca Carulla en Colombia.
- El Grupo Éxito firmó un convenio de adhesión al programa "Empresas por la vacunación" de la ANDI-UNGRD para la compra de vacunas por parte de privados, con el fin de fortalecer el plan nacional de vacunación y contribuir a la salud pública del país, de sus empleados y sus familias, y a la reactivación económica.
- La Fundación AlmaRosa y la Fundación Éxito se unen para declarar a favor de la vida, el amor y la salud en la lucha contra el cáncer de mama. El acuerdo busca aumentar el conocimiento sobre acciones naturales, efectivas y preventivas como la lactancia materna, la alimentación balanceada y el autoexamen oportuno, para disminuir los índices de mortalidad por la enfermedad.
- Se presentó una nueva imagen corporativa con actualización de elementos gráficos y códigos. Buscando una identidad de marca muy fresca, novedosa, llamativa y en línea con las tendencias actuales. Esta renovación surgió del deseo de la Compañía de estar cerca de sus grupos de interés y de expresar los sentimientos de felicidad, diversidad, modernidad, multicolor y vanguardia del equipo, unidos por un solo corazón.

4T21

- El Grupo Éxito fue ratificado como uno de los 10 retailers de alimentos más sostenibles del mundo y reconocido por sus estándares por el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. La empresa se ubicó en el percentil 89 de la industria, aumentando su desempeño en comparación con años anteriores y ocupó el noveno lugar. La empresa mejoró en temas como salud y nutrición, protección de la privacidad y prácticas sostenibles en la agricultura. Este reconocimiento mantuvo al Grupo Éxito como un referente a nivel regional y global entre los grandes retailers de alimentos y reafirmó su compromiso de operar bajo altos estándares ASG.
- A través de la Fundación Éxito, 70.376 niños se beneficiaron de programas de nutrición y complementarios y se entregaron 217.341 paquetes de alimentos a niños y sus familias. La empresa también se sumó a la formulación del Plan Nacional de Lactancia Materna a 10 años.
- La compañía fue la mayor empresa de reciclaje de cartón en Colombia, se recolectaron 20.975 toneladas de material en la operación y se recuperaron 788 toneladas de material reciclable de posconsumo (+13 millones de envases).
- El 90% de las frutas y verduras comercializadas por el Grupo Éxito durante 2021 fueron compradas local y directamente a las comunidades y a los productores, ratificando el compromiso de la Compañía con el desarrollo del campo a través del trabajo colaborativo. Además, se monitorearon 176 fincas para asegurar cero niveles de deforestación.
- El 90% de las prendas comercializadas se compraron a 80 talleres locales con más de 9.600 empleados (70% mujeres).

- Se ofreció un portafolio completo de 7.297 productos saludables a nuestros clientes y se lanzó la feria "Vida sana" con 790 productos en línea y también disponibles en 100 tiendas.
- Se entregaron más de 797.000 beneficios a los empleados y se trabajó en un plan para evaluar mejores condiciones de vida para los colaboradores. Se adquirieron 16.000 dosis de vacunas para COVID-19 para usar en los empleados de la operación en Colombia.
- 10 centros comerciales VIVA en Colombia se adhirieron al Plan Nacional de Vacunación, en el que se aplicaron cerca de 476.000 dosis de COVID-19 durante 2021.

Premios & Reconocimientos

1T21

- El Grupo Éxito fue incluido por segundo año consecutivo, en el Anuario de Sostenibilidad creado por Standard & Poor's (S&P Global) en colaboración con la firma de inversiones RobecoSam, por las buenas prácticas en proyectos relacionados con la sostenibilidad ambiental, social y económica. La compañía fue reconocida como la de mejor desempeño en el índice dentro de la industria de alimentos en América Latina.
- El Grupo Éxito se destacó en el ranking del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), como una de las tres organizaciones más responsables durante la pandemia. La Compañía también fue considerada como una de las diez empresas en Colombia con mejores prácticas en responsabilidad social y gobierno corporativo y subió dos posiciones con respecto al año anterior.
- Éxito fue reconocida como "Marca del Año" en los premios Effie LATAM 2020-2021, que destaca las campañas de publicidad, marketing y comunicación más efectivas de América Latina.

2T21

- El Instituto Británico de Distribución de Comestibles (IGD) reconoció a Carulla FreshMarket 140 en Bogotá, como la 'Tienda del mes' por ser el primer supermercado carbono neutro en Sudamérica. La tienda fue reconocida por su compromiso sostenible con la sustitución de gases refrigerantes, el uso de 362 paneles solares y de materiales compostables en el Carulla FoodMarket, y la implementación de graneles para alimentos y detergentes, entre otros. También se destacaron los ajustes de infraestructura realizados en la tienda para crear una experiencia de compra más accesible y empática, como la ampliación de los pasillos, la integración del braille y un servicio de compra guiada.

3T21

- América Retail y la Universidad de Medellín reconocieron al Grupo Éxito en los Premios Salón de la Fama 2021 como el "Mejor retailer y omnicanal de Colombia".
- El Grupo Éxito fue reconocido como la primera empresa del sector retail y la tercera en Colombia por su relación con el ecosistema de innovación (sinergias con start-ups, gobierno, academia, aceleradoras, entre otros). El premio fue otorgado por la alianza realizada entre la plataforma brasileña 100 Open Start-ups y Connect Bogotá, a través de su primer Ranking 100 Open Start-ups, en el que se destacan las empresas líderes en innovación y emprendimientos de base tecnológica en el país.

- El vicepresidente de Recursos Humanos del Grupo Éxito, Felipe Montoya, fue reconocido por la Organización Internacional de Directivos de Capital Humano (DCH) como el "Máximo líder de RRHH en Latinoamérica". DCH, es la mayor Asociación de Directivos de Recursos Humanos de Europa y América Latina, con presencia en España, Portugal, Argentina, México, Colombia, Perú, Uruguay, Chile, Paraguay, Estados Unidos, Brasil y África. 100 Líderes Top en América Latina fueron reconocidos en Gestión de Personas por su uso de la innovación, la tecnología, la creatividad y la cultura, para transformar las áreas de Recursos Humanos.
- El vicepresidente de Mercadeo del Grupo Éxito, Camilo Reina, también fue reconocido como el "Marketer más innovador del 2021 en Latinoamérica" por el Gran Foro Mundial de Arte, Cultura, Creatividad y Tecnología (GFACCT), que reúne a más de 350 expertos líderes en el desarrollo de la Economía Naranja. Así mismo, las marcas Adlatina y Scopen se refirieron a nuestro vicepresidente como el segundo Marketer más efectivo de Colombia y el cuarto de Latinoamérica

4T21

- El Grupo Éxito fue reconocido en Colombia como "Empresa Comprometida con la Integridad 100", por el Instituto Anticorrupción. La Compañía obtuvo una calificación sobresaliente en la evaluación basada en la norma ISO 37001, que refleja el impacto y el valor de su programa de transparencia, en la construcción de relaciones de valor y confianza con sus grupos de interés, que sitúan a la empresa como un referente de buenas prácticas de gobierno corporativo.
- El trabajo colaborativo entre el Grupo Éxito y Pomario a favor del desarrollo rural fue reconocido como una historia de éxito en el informe "Manual de Compras Sociales 2021" elaborado por Yunus Social Business, organización que destaca a las empresas por su aporte social e inversión en comunidades vulnerables. Pomario es una empresa social colombiana que abastece de frutas y verduras a 60 de nuestros almacenes y emplea a pequeños agricultores para el cultivo de verduras orgánicas y flores comestibles.
- La consultora líder en el mundo, Advantage Report Retailer, reconoció al Grupo Éxito como el 'Retailer más colaborativo del 2021' destacando sus prácticas en logística, procesos y relaciones comerciales, luego de evaluar y entrevistar a 67 proveedores de bienes de consumo del Grupo Éxito; 13 empresas de retail participaron en el estudio.
- El Grupo Éxito y su empresa de logística LTSA fueron premiados por la Federación Colombiana de Transportadores de Carga por Carretera (COLFECAR) en la categoría de Sostenibilidad, Tecnología e Innovación por su gestión responsable con el medio ambiente y por ser pioneros en el desarrollo de servicios a la vanguardia de las necesidades actuales del mercado en Colombia.
- En el marco del primer Encuentro de Empresas Inclusivas organizado por la Alcaldía de Barranquilla, el Centro Comercial VIVA Barranquilla y Éxito Metropolitano, recibieron el reconocimiento 'Sello de Primera', por su compromiso con la inclusión laboral de las personas con discapacidad y recibieron una mención de honor por parte de la Consejería Presidencial para la Participación de las Personas con Discapacidad y el apoyo y compromiso en el desarrollo de acciones a favor de la protección de los derechos humanos. Entre las acciones que se han implementado, están la inclusión de personal con discapacidad; más de 20 empleados fueron capacitados y certificados en lenguaje de señas, y espacios y estacionamientos adaptados con mobiliario, rampas y señalización en braille.

- El modelo de Carulla FreshMarket fue certificado como carbono neutral por el ICONTEC y consolidó la marca como el primer minorista de alimentos carbono neutro en Colombia y América Latina. En el marco de la estrategia climática del Grupo Éxito, Carulla ha trabajado en la reducción y mitigación de su impacto en el medio ambiente, así como en la compensación a través de BanCO2, un sistema de pago por servicios ecosistémicos que reúne a empresas, gobiernos y comunidades en torno a la conservación de los ecosistemas naturales en Colombia.

II. Desempeño financiero y operacional consolidado

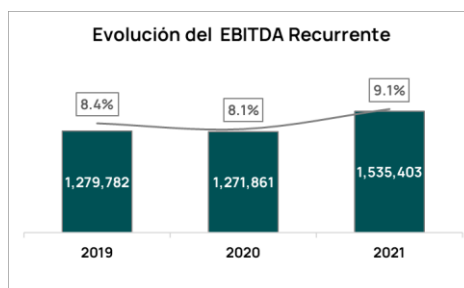
en millones de pesos colombianos	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	4,996,844	4,173,671	19.7%	16,105,756	15,141,244	6.4%
Otros Ingresos Operacionales	245,825	171,342	43.5%	816,629	594,595	37.3%
Total Ingresos Operacionales	5,242,669	4,345,013	20.7%	16,922,385	15,735,839	7.5%
Utilidad Bruta	1,395,683	1,142,061	22.2%	4,433,529	3,956,929	12.0%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.6%</i>	<i>26.3%</i>	<i>34 bps</i>	<i>26.2%</i>	<i>25.1%</i>	<i>105 bps</i>
Total Gastos	(969,506)	(814,191)	19.1%	(3,445,510)	(3,203,101)	7.6%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.5%</i>	<i>18.7%</i>	<i>(25) bps</i>	<i>20.4%</i>	<i>20.4%</i>	<i>1 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	426,177	327,870	30.0%	988,019	753,828	31.1%
<i>Margen ROI</i>	<i>8.1%</i>	<i>7.5%</i>	<i>58 bps</i>	<i>5.8%</i>	<i>4.8%</i>	<i>105 bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	212,665	144,284	47.4%	474,681	230,872	105.6%
<i>Margen Neto</i>	<i>4.1%</i>	<i>3.3%</i>	<i>74 bps</i>	<i>2.8%</i>	<i>1.5%</i>	<i>134 bps</i>
EBITDA Recurrente	568,638	460,429	23.5%	1,535,403	1,271,861	20.7%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.8%</i>	<i>10.6%</i>	<i>25 bps</i>	<i>9.1%</i>	<i>8.1%</i>	<i>99 bps</i>

Utilidad por Acción	475.1	322.3	47.4%	1,060.5	515.8	N/A
----------------------------	--------------	--------------	--------------	----------------	--------------	------------

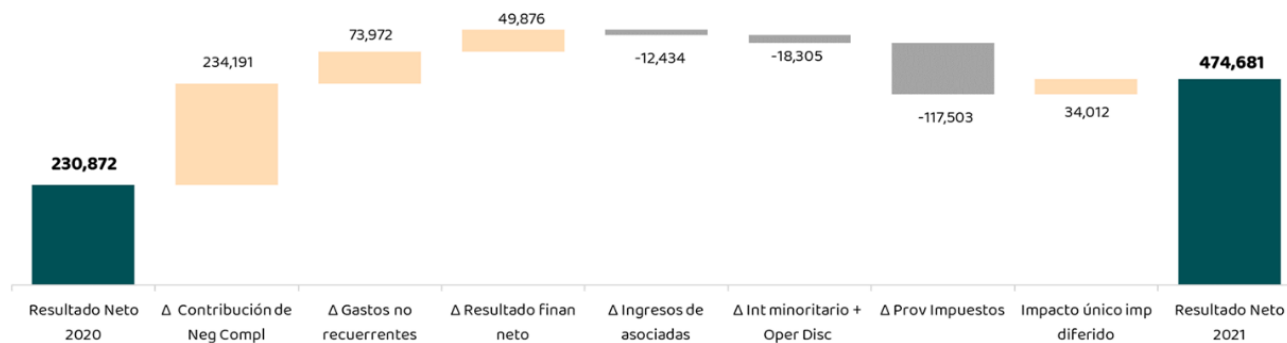
Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (3,2% en ventas y 3,3% en EBITDA recurrente en el 4T21 y de -0,7% y -0,5% en 2021).

- **Los Ingresos operacionales consolidados** en el 4T21 crecieron un 20,7% (16,9% si se excluye el efecto de tipo de cambio del 3,2%) a \$5.2 billones y un 7,5% en 2021 (+8,3% a TC constante) a \$16.9 billones.
- **Las ventas netas trimestrales** registraron un crecimiento del 19,7% y totalizaron \$5.0 billones (+15,9% al excluir el efecto TC) impulsadas por el fuerte desempeño comercial en todos los países, por los 3 días sin IVA realizados en Colombia, la reactivación de la temporada turística en Uruguay y la mayor movilidad que impulsó las ventas en Argentina. Las ventas anuales crecieron un 6,4% (7,1% si se excluye el efecto de TC) hasta los \$16.1 billones impulsadas por la consolidación y expansión de los formatos innovadores en Colombia (representaron el 33,3% de las ventas; +51 tiendas en la base 2021), la contribución de la omnicanalidad (9,9%) y la clara recuperación de la dinámica comercial en toda la región.
- **Los otros ingresos** crecieron fuertemente durante el 4T21 y 2021 beneficiados de la flexibilización de las restricciones a lo largo del año que favorecieron los royalties de TUYA (inexistentes en la base) y de la recuperación gradual del tráfico en los centros comerciales. Se registró un ingreso adicional por única vez por la finalización de los proyectos VIVA Envigado y Tunja.

- **El Margen Bruto** mejoró 34 puntos básicos a 26,6% en el 4T21 y aumentó 105 pb a 26,2% durante el 2021 originado por las eficiencias de costos del retail en todos los países y la mayor contribución de los negocios complementarios.
- **Los gastos de administración y venta** reflejaron las presiones inflacionarias en todos los países, compensadas por las eficiencias de las tiendas a través del Programa de Excelencia Operativa de la Compañía, que llevó a todas las operaciones a crecer los gastos en moneda local por debajo de los niveles del IPC.
- **El margen operacional recurrente (ROI)** creció 30,0% (+58 pb) a 8,1% en el 4T21 y +31,1% (+105 pb) a 5,8% en 2021.
- **El margen EBITDA recurrente** aumentó 25 pb a 10,8% en el 4T21, beneficiado por la dilución de los gastos por el crecimiento de las ventas, un sólido desempeño de la temporada navideña en toda la región, la fuerte contribución del negocio inmobiliario en Colombia y Argentina y las regalías de TUYA. El margen durante 2021 aumentó 99 pb a 9,1% como porcentaje de los ingresos operacionales frente al mismo periodo del año anterior, beneficiado por una mayor contribución de los negocios complementarios, principalmente por la recuperación del inmobiliario y el financiero, y por las eficiencias operacionales en todas las operaciones. Los niveles de margen de rentabilidad mostraron una importante progresión respecto al año pasado e incluso a los niveles pre-pandemia.



- **El Resultado Neto atribuible a Grupo Éxito** a nivel consolidado creció 2.1 veces para una utilidad de \$474.681 millones, que se compara con la utilidad de \$230.872 millones del año anterior. La utilidad neta se incrementó fuertemente durante el 2021 por: (i) la recuperación de los negocios complementarios, (ii) el menor costo de la deuda, (iii) menores gastos no recurrentes a partir de una base afectada por el costo de reestructuración y otros gastos debido a la pandemia, y (iv) un beneficio no recurrente por la revaluación de los pasivos tributarios diferidos después de la reforma tributaria en Colombia. Los efectos negativos surgieron principalmente de la utilización de una tasa impositiva cercana a la legal.



Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (-0,7% en las ventas y -0,5% en el EBITDA recurrente en 2021).

Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida fue de \$1.060,5 por acción ordinaria, que se compara con los \$515,8 reportados en el mismo periodo del año anterior.

CAPEX

- Las inversiones consolidadas** en el año fueron de \$550.209 millones, de los cuales \$495.592 millones se invirtieron en Colombia, \$49.086 millones en Uruguay y \$5.531 millones en Argentina. Cerca del 66,7% del CapEx consolidado se destinó a actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital durante el periodo, y el resto, a mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualización de sistemas informáticos y logística.
- Durante el 2021, la Compañía reubicó un centro de distribución de 28.240 metros cuadrados de área en Tabio (ciudad cercana a Bogotá). El centro de distribución abastece a 499 tiendas ubicadas en las regiones de Antioquia, Bogotá, la Costa Atlántica y el Eje Cafetero y opera dentro del complejo logístico Parque Siberia, junto con la planta de transformación de alimentos de la Compañía, conocida como Industria de Alimentos. Parque Siberia es un "showroom" de innovación, sostenibilidad, competitividad y tecnología en el sector retail.

Expansión Retail

- En los últimos doce meses, el Grupo Éxito sumó 57 tiendas entre aperturas, reformas y conversiones (51 en Colombia y 6 en Uruguay). La Compañía alcanzó 620 tiendas, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 503 tiendas en Colombia, 92 en Uruguay y 25 en Argentina, y la superficie de venta consolidada alcanzó 1,03 millones de metros cuadrados. El total de tiendas no incluye los 1.560 aliados en Colombia.
- Durante el cuarto trimestre de 2021, la compañía anunció el cierre de un acuerdo con Almacenes La 14 para operar 5 establecimientos comerciales, 4 ubicados en la región del Valle del Cauca y 1 en Cundinamarca, que operarán bajo los hipermercados Éxito Wow a partir del 1S22.

Actividades comerciales

Colombia

- Los principales eventos comerciales celebrados durante el año por marca fueron:
 - **Éxito:** "Aniversario Éxito" tuvo lugar del 24 de febrero al 15 de marzo con descuentos especiales disponibles tanto a través de nuestra web como de las tiendas físicas. El evento "Megapromo" se realizó del 29 de junio al 15 de julio, con descuentos especiales en las tiendas (el año anterior se celebró exclusivamente on-line debido a la pandemia). "Días de precios especiales" se celebró del 29 de septiembre al 18 de octubre, con días temáticos a través de los canales digitales: "Promo Madrugadora" con tiendas abiertas a las 6:00 am y "Promo Trasnochadora" con tiendas cerradas a última hora de la noche, el Día de la App el 16 de octubre, con varios productos y descuentos a través de la aplicación.
 - **Carulla:** El "Festival Carulla" se realizó del 17 de febrero al 7 de marzo con más de 130 descuentos en diferentes categorías, incluyendo productos rebajados con Puntos Colombia, y más de 50 productos activados a través de "Mi Descuento". "Carulla es Café" se realizó el 18 de septiembre en las tiendas, donde los amantes disfrutaron de descuentos y múltiples eventos para conocer y degustar diferentes tipos de café, enriquecidos con sabores y experiencias. "Cosechemos País" fue una actividad comercial lanzada por la marca, en la que se ofreció hasta un 30% de descuento en productos de productores locales.
 - **Surtimayorista:** lanzó 2 nuevas campañas "Festival del Aseo" y "Carrazo", basadas en el análisis de datos, para mejorar los niveles de venta de la categoría de limpieza.
 - **Super Inter:** se enfocó en 3 actividades comerciales: "Desplome de Precios", "Súper Madrugón" y Súper Cuaresma", para ofrecer precios competitivos en productos de primera necesidad, especialmente en productos del mar durante la Semana Santa. La marca continuó con sus tradicionales actividades comerciales semanales: "Miércoles de mi Tierra" con 15% de descuento en frutas, "Jueves de mil" con varios productos a sólo 1.000 COP, "Viernes de Compartir" con hasta 50% de descuento en productos seleccionados, y "Sábado de Mascotas" con 30% de descuento en productos para mascotas.
 - **Surtimax:** lanzó la "Feria de Nuestras Marcas" para ofrecer descuentos especiales en productos de marca propia con la opción de entregarlos a través de compra y recoge o Rappi.
 - **"Mi Descuento":** se ofrecieron cupones a través de la app y descuentos para apoyar la nutrición de los niños. En Surtimax se lanzó "Mi Descuento-Nutre Vidas" como una actividad comercial en la que los clientes pueden canjear cupones a través de la app, mientras ayudan a los niños con desnutrición. Las marcas Éxito y Carulla ofrecieron múltiples descuentos canjeando cupones a través de la App y posibilidades de ganar más de 30.000 premios.
 - **"Promo Online"** se llevó a cabo del 12 al 22 de agosto, con múltiples descuentos principalmente en las categorías de electrónica y hogar en los almacenes Éxito y en productos de gran consumo en Carulla.

- **3 Días sin IVA**, tuvieron lugar durante el cuarto trimestre de 2021 (28 de octubre, 19 de noviembre y 3 de diciembre) en una modalidad híbrida y registraron máximos históricos de ventas. En 2020, dos días del evento se realizaron exclusivamente en línea debido a la pandemia.
- Otros eventos celebrados durante el 4T21 fueron el Black Friday, "Explora India" con categorías de comida, textil y hogar inspiradas en esa cultura, el "Festival Inicio de Navidad Carulla" y las "Cenas Navideñas".

Uruguay

- Los principales eventos comerciales celebrados durante el año fueron:
 - "Todo a 21" en las tiendas Disco, Devoto y Geant durante el año.
 - Actividad promocional Disco "Precios sin vueltas" enfocada en la venta de 105 referencias principales (1T21).
 - Cyber lunes en Disco y otras actividades promocionales on-line en Devoto y Geant, principalmente en la categoría de no alimentos (2T21).
 - Activación comercial del Día del Niño en todas las marcas (3T21).
 - Aniversario Geant (4T21).
 - "Día Hipermás" con descuentos especiales para los tenedores de la tarjeta Hipermás (en alianza con Banco Santander) (4T21).

Argentina

- Las actividades promocionales fueron muy limitadas durante el primer semestre para proteger los márgenes en medio de un entorno competitivo agresivo y de las políticas gubernamentales de control de precios; algunas de ellas fueron:
 - "Hipermartes" con descuentos especiales en alianza con el banco "Hipotecario", "Ahora 12" y "Ahora 18" con cero intereses financiados hasta en 18 cuotas con Visa, Mastercard, Cabal y American Express.
 - La "Feria de Frescos" y "Ofertas Arrasadoras" realizadas en los hipermercados y liquidación de prendas de vestir durante enero y febrero (1T21).
 - Actividades comerciales clave de la marca tales como "Hiperahorro" durante mayo y junio, "Ofertas ponderosas" y "Ofertas Arrasadoras" en abril y mayo (2T21).
 - "Marcas Campeonas" y "Aniversario" (3T21).
 - "Ofertas Arrasadoras", "Día de la Madre" y "Todo X" (4T21).

III. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

El país mostró signos de recuperación económica durante el primer trimestre de 2021, sin embargo, las protestas sociales, el paro nacional y el aumento de los contagios de COVID-19, afectaron negativamente la tendencia a lo largo del segundo trimestre del año. Con los avances del programa de vacunación, la flexibilización de las restricciones a la movilidad y la disminución de la protesta social, el segundo semestre del año mostró una rápida y sólida mejora económica que situó a Colombia como una de las economías de mejor desempeño en Latinoamérica en 2021. El desempleo se redujo al 13,9% (frente al 15,7% de 2020), el PIB creció 10,6% al cierre del año y el Índice de Confianza del Consumidor creció 3,4 p.p. frente a 2020 (aunque permaneció en terreno negativo en -7 p.p.). Sin embargo, los niveles de inflación se mantuvieron elevados en el 5,6% (vs 1,61% en 2020), impulsados principalmente por los precios de los alimentos (17,2%) y para controlar la tendencia inflacionaria, el Banco Central aumentó la tasa repo en 125 p.p. hasta el 3,0% a finales de año (1,75% a partir de 2020) y continuó con un aumento hasta el 4% en lo que va del año 2022.

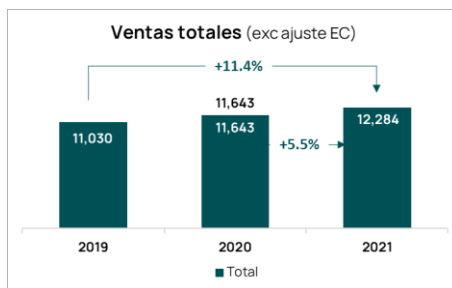
Ventas Netas y VMM en Colombia

	4T21				12M21			
	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros (2)	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros (2)
Variaciones								
VMM ex EC⁽¹⁾	15.0%	15.0%	9.2%	21.8%	6.4%	7.4%	1.0%	11.4%
Total ex EC⁽¹⁾	14.9%	15.2%	9.1%	20.3%	5.5%	7.2%	0.9%	6.1%
Total MCOP	3,827,521	2,743,426	524,185	559,910	12,284,397	8,581,274	1,782,355	1,920,768

(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del 0% en el 4T21 y del -0,4% en el 2021. (2) El segmento incluye las ventas de Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, institucionales y terceros y la venta de proyectos inmobiliarios por cerca de \$67.300 millones en 2020 y \$56.800 millones en 2021.

La operación en Colombia representó cerca del 77% de las ventas netas del trimestre y el 76% de las anuales consolidadas. En el 4T21 las ventas netas totalizaron \$3.8 billones, un crecimiento de 14,9%⁽¹⁾ frente al mismo periodo del año anterior impulsado principalmente por los 3 días sin IVA realizados durante el trimestre (vs. un día en la base) que alcanzaron máximos históricos en ventas. Las ventas en 2021 crecieron doble dígito bajo frente a los niveles prepandemia y un 5,5%⁽¹⁾ a \$12,3 billones frente a 2020, con una recuperación durante el segundo semestre que compensó la lenta tendencia observada durante la primera mitad del año.

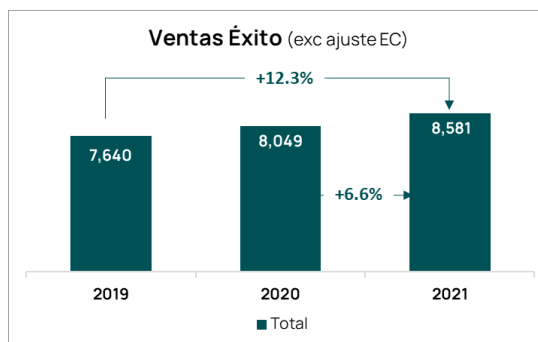
Las ventas anuales reflejaron: (i) la recuperación económica y el aumento de los niveles de consumo, (ii) el resultado de una estrategia consistente centrada en el cliente y enfocada en los formatos innovadores Wow, FreshMarket, Vecino y Surtimayorista (la participación en las ventas alcanzó el 33,3%), (iii) una sólida participación en las ventas Ominicanal (11,9%), y (iv) la contribución de las 51 tiendas abiertas, convertidas y remodeladas durante 2021.



Las **ventas mismos metros (VMM)** en Colombia aumentaron 15,0%⁽¹⁾ en el 4T21 impulsado por el crecimiento doble dígito de la marca Éxito y del segmento de bajo costo beneficiado principalmente por la marca Surtimayorista. Las VMM crecieron 6,8%⁽¹⁾ en 2021 impulsadas por el mayor tráfico y volumen en las tiendas debido a la recuperación económica principalmente durante el segundo semestre de 2021, que compensó el efecto de las restricciones de movilidad, los cierres, las huelgas y las protestas observadas en el país durante la primera parte del año.

Ventas netas y VMM Colombia – Por segmento

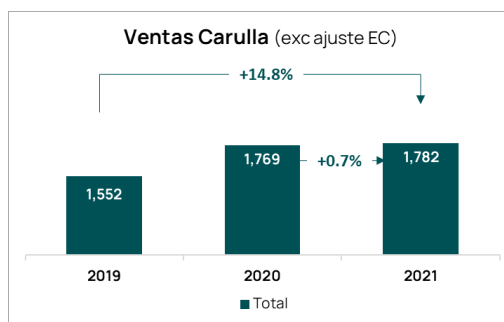
- El **segmento Éxito** representó aproximadamente el 72% de las ventas en Colombia en el 4T21 y el 70% en el 2021. El segmento registró un sólido crecimiento en ventas netas de 15,2%⁽¹⁾ y 15,0%⁽¹⁾ en términos de VMM en el 4T21 impulsado por los 3 días sin IVA realizados durante el trimestre (vs. uno durante el 4T20) que impulsaron el crecimiento de la categoría de no alimentos en 17,0%. Las ventas en 2021 crecieron doble dígito bajo frente a los niveles prepandemia y aumentaron un 7,0%⁽¹⁾ y las VMM un 7,2%⁽¹⁾ frente a 2020, impulsadas por el crecimiento doble dígito de la categoría de no alimentos y la mayor contribución (29,6%) de las ventas de las tiendas del innovador formato Wow sobre las de la marca. Se remodelaron 6 tiendas Wow, se reconvirtió 1 tienda y se abrieron 2 de forma orgánica en el año; el modelo alcanzó 19 tiendas en 2021.



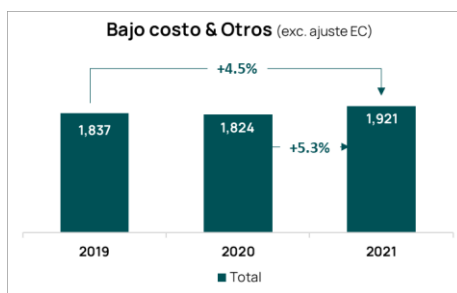
(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del 0% en el 4T21 y del -0,4% en el 2021.

- El **segmento Carulla** representó aproximadamente el 14,0% de las ventas en Colombia en el 4T21 y el 15,0% en el 2021. El segmento registró un sólido crecimiento en ventas netas de 9,1%⁽¹⁾ y de 9,7%⁽¹⁾ en VMM en el 4T21 y de

0,9% ⁽¹⁾ y 1,1% ⁽¹⁾, respectivamente en 2021. Las ventas en 2021 aumentaron doble dígito versus los niveles prepandemia, y frente a 2020 reflejaron la base alta cuando Carulla fue el segmento con el mejor desempeño en términos de crecimiento de ventas y VMM (+13,6%). Durante 2021, el segmento continuó con una alta participación en las ventas omnicanal (15,8%) y con la expansión de su modelo FreshMarket con la apertura de 8 tiendas, que totalizaron 22 al final del año. Se abrieron 2 tiendas Carulla adicionales de forma orgánica y se añadieron 5 conversiones a la base de tiendas de los últimos 12 meses. Cabe destacar que durante 2021, Carulla lanzó el servicio "Turbo-Fresh" con el operador de última milla, Rappi, para entregas en menos de 10 minutos y su modelo FreshMarket fue reconocido como el primer retailer de alimentos con certificación Carbono Neutro en LatAm por el ICONTEC.



- El **segmento de bajo costo & otros** relacionado con las marcas Super Inter, Surtimax, Surtimayorista, aliados, ventas institucionales y a terceros, venta de proyectos inmobiliarios y otros, representó aproximadamente el 14% de las ventas en Colombia en el 4T21 y el 15% en el 2021. Las ventas netas del trimestre crecieron un 20,3% y un 21,8% en términos de VMM y un 6,1% y un 11,4%, respectivamente, en 2021. La evolución de las ventas con respecto a 2020 reflejó: (i) el fuerte crecimiento del cash and carry Surtimayorista, que creció sus ventas un 25,2% (+41,2% en el 3T21, +42,9% en el 4T21) y VMM un 24,4% en 2021 a partir del levantamiento de las restricciones de movilidad y la reapertura de los negocios de HORECA; la marca completó su quinto año de operaciones en el país; (ii) la contribución de los 18 Super Inter Vecino sumados a un total de 25 en la base de tiendas 12 meses (representaron el 47,7% de las ventas de la marca y creció 14,3 p.p. por encima de las tiendas no convertidas en 2021), (iii) la contribución del omnicanal principalmente por el uso de la app "Mi surtii" que representó el 13,8% de las ventas totales de Aliados (que crecieron 14,1% en 2021), y (iv) la contribución de la venta de proyectos inmobiliarios por cerca de \$67.300 millones en 2020 y \$56.8000 millones en 2021.



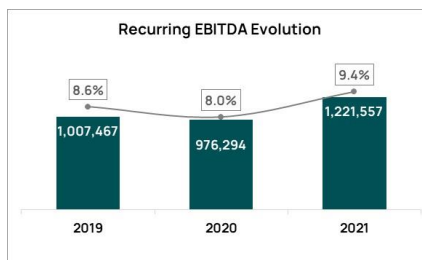
(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del 0% en el 4T21 y del -0,4% en el 2021.

Desempeño operacional en Colombia

en millones de pesos colombianos	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	3,827,521	3,330,661	14.9%	12,284,397	11,642,685	5.5%
Otros Ingresos Operacionales	219,648	158,410	38.7%	748,426	539,587	38.7%
Total Ingresos Operacionales	4,047,169	3,489,071	16.0%	13,032,823	12,182,272	7.0%
Utilidad Bruta	979,964	833,575	17.6%	3,099,453	2,758,438	12.4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>24.2%</i>	<i>23.9%</i>	<i>32 bps</i>	<i>23.8%</i>	<i>22.6%</i>	<i>114 bps</i>
Total Gastos	(645,486)	(580,345)	11.2%	(2,344,855)	(2,229,763)	5.2%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>15.9%</i>	<i>16.6%</i>	<i>(68) bps</i>	<i>18.0%</i>	<i>18.3%</i>	<i>(31) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	334,478	253,230	32.1%	754,598	528,675	42.7%
<i>Margen ROI</i>	<i>8.3%</i>	<i>7.3%</i>	<i>101 bps</i>	<i>5.8%</i>	<i>4.3%</i>	<i>145 bps</i>
EBITDA Recurrente	454,228	368,713	23.2%	1,221,557	976,294	25.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>11.2%</i>	<i>10.6%</i>	<i>66 bps</i>	<i>9.4%</i>	<i>8.0%</i>	<i>136 bps</i>

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

- **Los ingresos operacionales** en Colombia aumentaron 16,0% en el 4T21 y 7,0% en el 2021, por encima de la inflación acumulada a 12 meses (5,6%) por tercer año consecutivo, impulsados por un desempeño retail beneficiado por la innovación y la contribución omnicanal y un sólido crecimiento de otros ingresos (por la recuperación del negocio inmobiliario con niveles de ocupación del 93,1% y las regalías de TUYA).
- **El margen bruto** aumentó 32 pb a 24,2% in 4T21 y 114 pb a 23,8% durante 2021 como porcentaje de los ingresos operacionales comparado con los mismos periodos del año anterior. Las sólidas ganancias de margen se originaron en la eficiencia de los costos y en la mayor contribución de los negocios complementarios.
- **Los gastos de administración y venta** se diluyeron 68 pb en el 4T21 a pesar de las fuertes presiones inflacionarias del trimestre y se redujeron 31 pb como porcentaje de los ingresos operacionales durante 2021. Los gastos crecieron por debajo del crecimiento de las ventas y de la inflación acumulada a 12 meses, beneficiados por las eficiencias obtenidas en las tiendas y los claros planes de acción implementados a través de la operación desde el comienzo del año que compensaron las presiones inflacionarias.
- El **margen EBITDA recurrente** aumentó 66 puntos básicos a 11,2% en 4T21 y 136 pb a 9,4% en 2021 como porcentaje de los ingresos operacionales frente a los mismos periodos del año anterior. El margen anual superó fuertemente los niveles de 2020 y 2019, impulsado por la recuperación de los negocios complementarios y la ejecución operacional sobre los gastos.



Uruguay

El débil contexto macroeconómico y de consumo en Uruguay mejoró gradualmente hacia el último trimestre de 2021, beneficiado por el inicio de una temporada de verano más dinámica, dada su importante contribución al resultado del país. Se espera que el PIB crezca un 4,5% en 2021 con una clara recuperación durante la segunda mitad del año, y la tasa de desempleo se redujo al 7,0% frente al 10,5% registrado en diciembre de 2020. La inflación bajó a 8,0% desde el 9,4% de 2020 y su componente alimentario se redujo al 6,5% frente al 9,5% del año anterior.

Ventas Netas y VMM en Uruguay

	4Q21		12M21		
	%Var	%Var	%Var	%Var	
Ventas Netas	<i>Total</i> ⁽¹⁾	<i>VMM</i> ⁽¹⁾	<i>Total</i> ⁽¹⁾	<i>VMM</i> ⁽¹⁾	
MCOP					
	744,900	6.7%	5.8%	2.3%	0.7%

(1) En moneda local. Incluye el ajuste por efecto calendario del -0,5% en el 4T21 y en 2021.

Uruguay aportó cerca del 15% de las ventas trimestrales y el 16% de las anuales consolidadas. **Las ventas netas y VMM** en el 4T21 crecieron 6,7%⁽¹⁾ y 5,8%⁽¹⁾ respectivamente, y 2,3%⁽¹⁾ y 0,7%⁽¹⁾ en el 2021, frente a los mismos periodos del año anterior. Las ventas anuales crecieron a un ritmo de doble dígito en comparación con los niveles prepandemia y los resultados reflejaron: (i) la contribución de las tiendas Fresh Market que representaron el 45,2% sobre el total de las ventas y aumentaron 7,5 p.p. por encima del resto de tiendas, (ii) el crecimiento de la omnicanalidad del 9,8% y el aumento de la participación sobre las ventas en 25 p.b. hasta el 3,6%, y (iii) la resiliencia de la operación a pesar de verse afectada por la peor temporada turística del 1T21. A lo largo del año se observó una lenta pero gradual recuperación de los índices de consumo y de la macroeconomía, y a finales de 2021 se inició una temporada turística más dinámica.

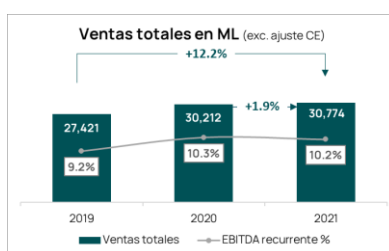
Desempeño operacional en Uruguay

en millones de pesos colombianos	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	744,900	686,492	8.5%	2,643,858	2,654,336	(0.4%)
Otros Ingresos Operacionales	10,153	9,679	4.9%	28,535	28,325	0.7%
Total Ingresos Operacionales	755,053	696,171	8.5%	2,672,393	2,682,661	(0.4%)
Utilidad Bruta	262,185	249,060	5.3%	921,140	913,563	0.8%
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.7%</i>	<i>35.8%</i>	<i>(105) bps</i>	<i>34.5%</i>	<i>34.1%</i>	<i>41 bps</i>
Total Gastos	(196,725)	(189,389)	3.9%	(704,635)	(688,320)	2.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>26.1%</i>	<i>27.2%</i>	<i>(115) bps</i>	<i>26.4%</i>	<i>25.7%</i>	<i>71 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	65,460	59,671	9.7%	216,505	225,243	(3.9%)
<i>Margen ROI</i>	<i>8.7%</i>	<i>8.6%</i>	<i>10 bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>8.4%</i>	<i>(29) bps</i>
EBITDA Recurrente	80,227	72,944	10.0%	272,057	277,618	(2.0%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.6%</i>	<i>10.5%</i>	<i>15 bps</i>	<i>10.2%</i>	<i>10.3%</i>	<i>(17) bps</i>

Nota: Los datos en pesos colombianos incluyen un efecto de TC del 2,2% en el 4T21 y del -2,2% en 2021

- Los **ingresos operacionales** crecieron 6,1% en el 4T21 y 1,9% en 2021 en moneda local (incluyendo un efecto del tipo de cambio del 2,2% y -2,2% respectivamente). El desempeño anual reflejó el crecimiento y la mayor contribución de las tiendas Fresh Market y el omnicanal en medio de una lenta tendencia de recuperación económica y del consumo.
- El **margen bruto** alcanzó el 34,7% en el 4T21 y aumentó 41 pb a 34,5% en 2021, beneficiado por el mayor volumen y las eficiencias, principalmente en los costos logísticos.
- Los **gastos de administración y venta** crecieron por debajo de la inflación en moneda local durante 2021 gracias al aumento de la productividad en las tiendas y a las eficiencias laborales y el estricto control de los costos operativos.

El **margen EBITDA recurrente** fue del 10,6% y del 10,2% en el 4T21 y 2021, como porcentaje de los ingresos operacionales, respectivamente. El resultado se apalancó en eficiencias operacionales provenientes de un estricto control en los gastos a pesar de un contexto de bajos niveles de consumo durante el 1S21 y una tendencia de recuperación lenta y gradual para el 2S21. La operación de Uruguay se mantuvo como la más rentable del grupo en 2021.



Nota: Los datos en pesos colombianos incluyen un efecto de TC del 2,2% en el 4T21 y del -2,2% en 2021

Argentina

El contexto en Argentina mostró signos de una gradual reactivación económica. El PIB creció 11,9% en el 3T21 y el país continuó con altos niveles de inflación con un IPC que alcanzó el 49,5% durante 2021 y el componente de alimentos creció hasta el 54,1%. Hubo un efecto positivo en el tráfico de tiendas y galerías comerciales, a partir del levantamiento de las restricciones a la movilidad y las ventas minoristas aumentaron un 14,8% en 2021, según CAME.

Ventas netas y VMM en Argentina

Ventas Netas MCOP	4Q21		12M21	
	%Var	%Var	%Var	%Var
	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾
424,655	52.7%	52.7%	46.9%	46.9%

(1) En moneda local. (2) Incluye el ajuste por efecto calendario de +0,02% en el 4T21 y -0,4% en 2021

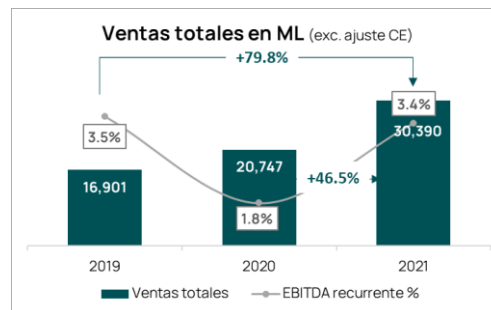
- La operación en Argentina aportó cerca del 8,0% tanto en el 4T21 como en el 2021 sobre las ventas consolidadas. Las ventas netas de Libertad y VMM crecieron 52,7% ⁽¹⁾ y 46,9% ⁽¹⁾ durante el 4T21 y 2021 respectivamente, beneficiadas por la flexibilización de las restricciones a la movilidad durante el año. Las ventas anuales crecieron 79,8% frente a los niveles prepandemia y reflejaron un mejor desempeño del negocio retail impulsado por la categoría de alimentos principalmente por la categoría de frescos, con el fortalecimiento de las tiendas Fresh Market (ventas +53,8%) y una mayor participación de la omnicanalidad sobre las ventas totales (2,6% vs. 1,0% en 2020). Libertad ajustó sus actividades comerciales durante el año y limitó las promociones para proteger los niveles de caja y margen.

Desempeño operacional en Argentina

en millones de pesos colombianos	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	424,655	157,045	170.4%	1,178,166	847,060	39.1%
Otros Ingresos Operacionales	16,257	3,369	382.5%	40,303	27,153	48.4%
Total Ingresos Operacionales	440,912	160,414	174.9%	1,218,469	874,213	39.4%
Utilidad Bruta	153,178	57,977	164.2%	412,465	282,994	45.8%
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.7%</i>	<i>36.1%</i>	<i>(140) bps</i>	<i>33.9%</i>	<i>32.4%</i>	<i>148 bps</i>
Total Gastos	(127,297)	(44,456)	186.3%	(396,022)	(285,007)	39.0%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>28.9%</i>	<i>27.7%</i>	<i>116 bps</i>	<i>32.5%</i>	<i>32.6%</i>	<i>(10) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	25,881	13,521	91.4%	16,443	(2,013)	916.8%
<i>Margen ROI</i>	<i>5.9%</i>	<i>8.4%</i>	<i>(256) bps</i>	<i>1.3%</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>158 bps</i>
EBITDA Recurrente	33,825	17,324	95.2%	41,316	16,026	157.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>10.8%</i>	<i>(313) bps</i>	<i>3.4%</i>	<i>1.8%</i>	<i>156 bps</i>

Nota: Los datos incluyen el efecto TC del 77,1% en el 4T21 y del -5,0% en 2021 calculado con el tipo de cambio de cierre.

- **Los ingresos operacionales** aumentaron 55,2% y 46,8% en el 4T21 y en 2021 en moneda local, beneficiados por una mejor tendencia del retail impulsado por las tiendas FreshMarket y las iniciativas de omnicanalidad y una mayor contribución del negocio inmobiliario por la flexibilización de las restricciones de movilidad, el aumento del tráfico y la reactivación comercial (las tasas de ocupación de los centros comerciales alcanzaron el 90,4% a diciembre de 2021).
- **El margen Bruto** fue del 34,7% en el 4T21 y en 2021 alcanzó el 33,9% (+148 pb) y creció por encima del crecimiento de las ventas beneficiado por el mayor volumen, la menor participación de los eventos promocionales y el aumento de los ingresos del negocio inmobiliario.
- **Los gastos de administración & venta** crecieron por debajo de la inflación en moneda local, gracias al control de los costos variables y de los gastos laborales y a pesar de una base baja debido a la pandemia.
- **El margen EBITDA recurrente** alcanzó un notable 7,7% en el 4T21 y un 3,4% en 2021 (+156 pb) como porcentaje de los ingresos operacionales, beneficiado por el control de costos y las eficiencias operativas. Libertad cerró 2021 con una posición de caja estable.



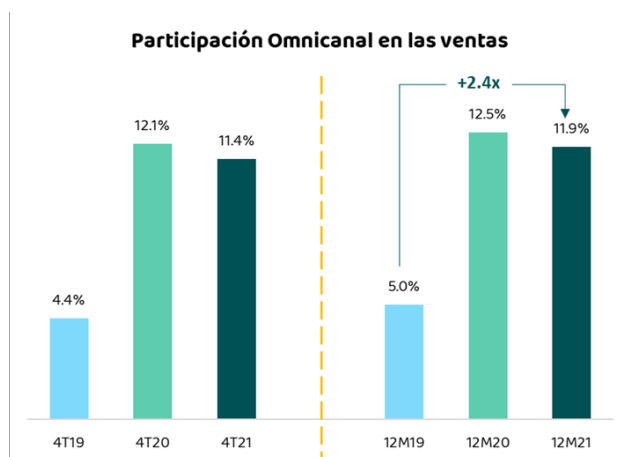
Nota: Los datos incluyen el efecto TC del 77,1% en el 4T21 y del -5,0% en 2021 calculado con el tipo de cambio de cierre.

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

Colombia

Omnicanal ⁽¹⁾

Las ventas omnicanal alcanzaron los \$1.5 billones (USD374 M ⁽²⁾), una participación del 11,9% sobre las ventas totales, y los pedidos superaron los 7,8 millones durante 2021. La participación anual en las ventas se mantuvo en doble dígito a pesar de la reapertura de las tiendas físicas.



(1) Incluye .com, marketplace, entrega a domicilio, Shop&Go, Click&Collect, catálogos digitales y B2B virtual. (2) Datos ajustados frente a las cifras reportadas en 2020 debido a la inclusión de B2B virtual en la base. (3) Tasa de mercado representativa a 31/12/2021 de \$ 3.981,16

- **Comercio electrónico:** Éxito.com and carulla.com alcanzaron ventas por \$517.000 millones, 155 millones de visitas y registró más de 1 millón de pedidos.
- **Marketplace:** Representó un 25,3% sobre el valor bruto de la mercancía (Gross Merchandise Value) omnicanal de no alimentos, con más de 46.000 unidades vendidas (+25% vs 2020) a través de 1.144 vendedores activos.
- **Última milla & Domicilios:** El servicio estuvo disponible para los clientes de Carulla, Éxito, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista. La Compañía alcanzó 7,8 millones de pedidos atendidos en alianza con el servicio de última milla Rappi de los cuales el 36% se ejecutaron a través de la plataforma logística del Grupo Éxito. Durante el 2021, Grupo Éxito lanzó "Turbo Fresh" en alianza con Rappi para implementar el "servicio de entrega en 10 minutos en Colombia" despachando productos de la marca Carulla desde las tiendas cerradas al público (dark stores) de Rappi (64 disponibles a diciembre); las ventas de Turbo alcanzaron los USD 16 M en el 2021 y el tiempo promedio de entrega fue de 8,7 minutos.
- **Catálogos digitales:** Se dispusieron 180 quioscos en las tiendas de Colombia. Las ventas a través de catálogos digitales crecieron un 19% y los pedidos un 11,3%, beneficiados por un mayor tráfico debido a la reapertura de tiendas.

- Compra y recoge:** las ventas y los pedidos crecieron por encima del 20% y representaron el 28% del valor bruto de la mercancía de omnicanal. El servicio estaba disponible en 320 tiendas y 12 centros comerciales VIVA, a través de teléfono fijo, WhatsApp (las ventas alcanzaron los USD70 millones en 2021), la App y los sitios web. El servicio de WhatsApp multiplicó por 1,6 las ventas respecto a 2020 y representó el 18,8% de las ventas omnicanal y el 77% de los pedidos del servicio de compra y recoge.

Innovación

- Éxito WOW:** 3 tiendas abrieron durante el 4T21 (de las cuales 2 fueron remodeladas y 1 abrió orgánicamente); 19 tiendas en total representaron el 29,6% de las ventas de la marca. Las tiendas Wow crecieron sus ventas un 42,2% tras 24 meses de ser remodeladas y 8 tiendas reportaron un ROI del 31% luego de 13 meses de operación después de ser remodeladas en 2018 y 2019.



- Carulla FreshMarket:** Se abrieron 6 tiendas bajo el innovador modelo durante el trimestre para llegar a 22 tiendas en total en 2021 en las ciudades de Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali, Cartagena y Santa Marta. Las tiendas FreshMarket de Carulla continuaron contribuyendo fuertemente y representaron el 45,1% en las ventas totales de la marca en 2021. Las tiendas FreshMarket aumentaron sus ventas un 30,6% después de 24 meses de ser remodeladas y 8 tiendas reportaron un ROI del 10% luego de 13 meses de operación después de ser remodeladas en 2018 y 2019. Las tiendas FreshMarket de Carulla fueron certificadas Carbono neutro por el ICONTEC y consolidaron la marca como el primer retailer de alimentos Carbono Neutral en Colombia y Latinoamérica.



- Bajo costo:** la innovación continuó durante el trimestre con la apertura de 4 tiendas "Super Inter Vecino" en el Eje Cafetero; la marca alcanzó 25 tiendas en total en el Eje Cafetero y el Valle del Cauca. Las tiendas Vecino alcanzaron una participación del 47,7% en las ventas de Super Inter y crecieron 14,3 p.p. por encima de las ventas de las tiendas no convertidas. Surtimax renovó 6 tiendas, para ofrecer nuevo surtido, secciones y

descuentos especiales. Surtimayorista creció un 25,2% en ventas y VMM un 24,4% durante 2021 y alcanzó una participación del 4,6% en las ventas de Colombia.

Transformación digital

- **Apps:** Tanto la app Éxito como Carulla alcanzaron más de 1,6 millones de descargas (+22% respecto a 2020) impulsadas por las alianzas con TUYA y Puntos Colombia. "Mi Descuento" tuvo más de 2,6M de cupones redimidos (ticket promedio +6,9%). "Misurtii" app incluyó más de 900 SKU's, registró ventas por más de \$21.800 millones (una participación del 13,8% en las ventas de la marca), y contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente en tiendas de barrio.
- La compañía continuó implementando desarrollos para eliminar la fricción, en servicio al cliente, análisis de datos, logística y cadena de suministro y gestión de recursos humanos, de acuerdo con la estrategia establecida de 2021 a 2023. Otros proyectos piloto tuvieron que ver con realidad virtual o ampliada para la categoría de hogar y el servicio de entrega mediante drones. Otros proyectos lanzados fueron:
 - **Clickam**, un modelo de marketing de referidos que permite a las personas generar ingresos recomendando la venta de productos y servicios a través del ecosistema de la Compañía. El negocio registró más de 46.000 usuarios, representó el 5% de las ventas omnicanal en el 4T21 y las ventas (USD24 M) crecieron 2,6 veces respecto a 2020.
 - **VIVA Online**, la primera plataforma inmobiliaria en Colombiana, 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.

Monetización de activos y de tráfico y mejores prácticas

- **Coalición de fidelización:** Puntos Colombia sumó 5,5 millones de clientes activos con habeas data (+17,3% frente a 2020), con 134 marcas aliadas. Durante 2021, los clientes redimieron más de 28.500 millones de puntos (+13% frente a 2020) de los cuales Éxito tuvo una participación del 74%. La Compañía centró sus esfuerzos en continuar con la consolidación de su Marketplace, integrado con el ecosistema del Grupo Éxito (Apps, locatarios de VIVA, financiero, viajes, seguros, telefonía móvil, etc).
- **Negocios complementarios:**
 - **Inmobiliario:** Una estrategia de retención de arrendatarios permitió que la tasa de ocupación del negocio inmobiliario se situara en el 93,1% en diciembre de 2021 (+143 pb vs dic/20), estando muy cerca de los niveles prepandemia. Con un total de 761.000 metros cuadrados de superficie bruta arrendable y 34 activos, los ingresos crecieron un 54% en 2021 frente al mismo periodo del año anterior, por la venta de inmuebles de cerca de 67.300 millones en 2020 y 56.800 millones en 2021, la flexibilización de las restricciones de movilidad, la recuperación económica y una mejora de la tasa de recaudo, de los alquileres y de las tasas administrativas, que volvieron a niveles

prepandemia. Durante 2021, se reactivó un plan de proyectos con nuevas marcas e inquilinos y también se designaron 10 centros comerciales VIVA como centros de vacunación en los que se administraron cerca de 476.000 dosis. La integración de la plataforma VIVA Online permitió que la Compañía se convirtiera en la primera plataforma colombiana para arrendatarios de inmuebles en centros comerciales VIVA y el negocio logró una mayor integración con el Ecosistema Éxito (TUYA, Puntos Colombia y la estrategia de sostenibilidad). Las ventas omnicanal, incluyendo las de VIVA Online, entregas a domicilio y compra y recoge, representaron el 2,4% sobre otras ventas en 2021.

- **TUYA:** el negocio financiero alcanzó cerca de 431.000 nuevas tarjetas emitidas en 2021 para un total de más de 2,8 millones de tarjetas en circulación con una cartera de créditos de \$ 3,6 billones (+19% frente a 2020). Los usuarios del canal digital TUYA Pay alcanzaron más de 800.000 de los cuales el 38% fueron nuevos clientes del negocio financiero. Los servicios bancarios fueron importantes palancas de crecimiento durante 2021 a través de 7 alianzas: Éxito, Carulla, Surtimayorista, Puntos Colombia, Alkosto, VIVA Air y Transmilenio.
- **Telefonía Móvil:** la unidad de negocio reportó más de 507.000 líneas activas (+6,7% frente a diciembre de 2020) y continuó su crecimiento apalancado en los canales online y en la integración con el ecosistema de la Compañía, principalmente a través de la alianza con TUYA Pay
- **Viajes:** el sector turístico mostró una recuperación gradual y se benefició de una base baja; los clientes crecieron 1,8 veces por encima de 2020 y las ventas 2,4 veces impulsadas por el servicio on-line (+2,7x vs. 2020).

Durante 2021, la empresa lanzó nuevos negocios para complementar su ecosistema y monetizar el tráfico y los datos, como:

- **"Autos Éxito"**, el negocio de alquiler de vehículos creado en alianza 50% con Renting Colombia, filial del Grupo Bancolombia, para ofrecer alternativas de movilidad sostenible. El servicio estuvo disponible en 11 tiendas del Grupo Éxito en el país y a través de exito.com, la app y el sitio autosexito.co. Este negocio tiene potenciales sinergias con TUYA, Puntos Colombia, las estaciones de gasolina, viajes y el negocio de seguros.
- **"Kiire"**, la alianza que espera beneficiarse del tráfico de Éxito y del conocimiento de Redeban, podría convertirse en una de las mayores empresas de plataformas de pago en Colombia. La plataforma Kiire ejecutó cerca de 80 M de transacciones durante 2021.
- **Éxito Media**, orientado a los medios digitales para monetizar el tráfico mediante el uso de inteligencia de negocios, incluyendo la comercialización de espacios y audiencias, ejecutando campañas en línea, off-site (Google y Facebook), en tiendas y mediante administración de la relación con los clientes (CRM).

Uruguay

Omnicanal

Grupo Disco de Uruguay continuó fortaleciendo las iniciativas de omnicanalidad durante 2021; las ventas crecieron 1,1 veces versus 2020 y alcanzaron una participación del 3,6% (+25 bps vs N-1) sobre las ventas en el país.

- **Comercio electrónico:** las ventas anuales aumentaron 19% y representaron el 1,6% sobre las ventas totales (+22 pb).
- **Entregas a domicilio:** Aumentaron 13,8% y para un total de cerca de 237.000 en 2021 (1,3 veces vs 2020). Durante el año, Devoto lanzó su propio servicio de Última Milla llamado "Devoto Ya", para ofrecer una promesa de entrega de menos de 1 hora en pedidos de hasta 20 productos.
- **Compra y recoge:** El servicio estuvo disponible en 44 tiendas y se enviaron cerca de 38.000 pedidos hasta diciembre (+33% frente a 2020).

Innovación

- **FreshMarket:** Durante el 4T21, se renovaron 4 tiendas al modelo FreshMarket; la operación alcanzó 23 tiendas en 2021 en Uruguay, que representaron una participación del 45,2% sobre las ventas totales y crecieron 7,5 p.p. por encima de otras tiendas.

Transformación digital

- **Apps:** alcanzaron más de 118.000 descargas activas durante 2021.
- **Start-ups:** La empresa eligió 7 start-ups para su tutoría y trabajaron en iniciativas centradas en la sostenibilidad, la última milla, la logística y la innovación durante 2021.

Argentina

Las ventas omnicanal en Argentina alcanzaron una participación del 2,6% en las ventas en 2021 (frente al 1,0% en 2020) y se beneficiaron del fortalecimiento de la plataforma de e-commerce y del servicio de última milla.

Omnicanal

- **Comercio electrónico:** Las ventas en línea alcanzaron cerca de \$461 millones de pesos argentinos en 2021 y aumentaron 4,5 veces frente a 2020.
- **Compra y recoge / Click and Car:** el servicio estuvo disponible en 15 tiendas y 1 tienda no abierta al público (dark store) y sumó cerca de 73.000 pedidos durante el año.

- **Última milla y domicilios:** en asociación con "Rappi" y "Pedidos Ya", el servicio de última milla estuvo disponible en 23 tiendas. Las ventas aumentaron 2,6 veces en 2021 frente al mismo periodo de 2020, y se vendieron más de 2 millones de unidades.

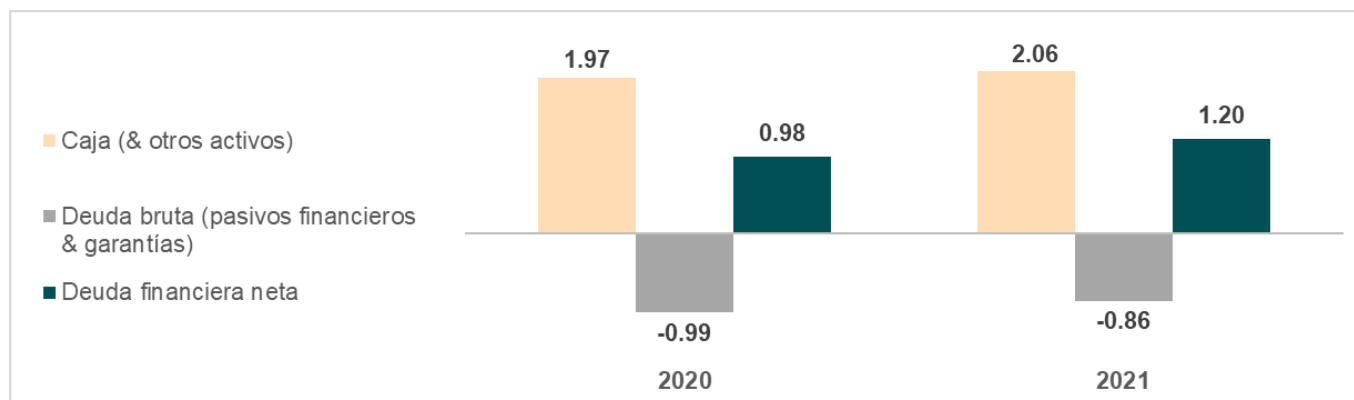
Innovación

- **FreshMarket:** las 4 tiendas FreshMarket aumentaron las ventas anuales en un 53,8% versus 2020, por encima de la inflación, y registraron un 8,5% de participación sobre las ventas totales en Libertad.

Transformación digital

- **Apps:** La empresa lanzó su app según lo previsto y se espera que gane tracción a partir de 2022.

V. Desempeño Financiero de la Holding ⁽¹⁾



Nota: Números expresados en escala larga, mil millones de pesos representan 1.000.000.000. (1) Holding: Resultados de Almacenes Éxito S.A sin filiales en Colombia ni internacionales.

En miles de millones de pesos	2021	2020	Variación
Ebitda IFRS 16	1,034	837	23.5%
Resultado operacional antes de cambios en el cap de trabajo	878	637	37.9%
Amortización de pasivo por arrendamiento	(340)	(331)	2.6%
Movimientos por impuestos	(69)	(79)	-12.2%
Movimientos por capital de trabajo	180	27	569.5%
Inversión en capital	(413)	(177)	133.7%
Flujo de caja libre antes de rendimientos de inversiones	236	77	206.3%
Dividendos recibidos	169	73	131.5%
Flujo de caja libre	405	150	169.8%
Generación de Flujo de caja para los accionistas	397	100	298.3%

(2) Variación de la deuda financiera neta sin incluir los dividendos pagados a los accionistas.

Caja y deuda a nivel de la holding

- Sólidos resultados operacionales favorecieron la mejora de la caja y el desapalancamiento.
- La deuda financiera neta mejoró en \$224.000 millones (22,9%) respecto a 2020⁽³⁾.
- La posición de caja aumentó en \$94.000 millones y la deuda bruta mejoró 13,1% (\$130.000 millones).
- La generación de flujo de caja a los accionistas creció 4 veces.
- El Banco de la Republica aumentó la tasa repo en Colombia en 125 pb al 3,0% (1,75% al 4T20) para controlar la inflación.

VI. Avances en temas de pandemia durante 2021

Grupo Éxito continuó con la implementación de medidas de protección de clientes y colaboradores en todas sus operaciones para evitar la propagación del COVID-19 durante 2021.

- En Colombia, el gobierno avaló restricciones y toques de queda estrictos en todo el país durante el primer semestre de 2021. La empresa implementó acciones de acuerdo con las medidas adoptadas por las autoridades locales y regionales, como la restricción del número de cédula, la prohibición de vender alcohol y el aumento de los toques de queda, para contener el aumento de los casos de contagio. Se solicitó a las tiendas ubicadas principalmente en Bogotá, Medellín, Santa Marta y Barranquilla que redujeran su horario de atención y limitaran su capacidad durante el primer semestre del año. Se activó el servicio de "Teléfono Blanco" para entregas de domicilios exclusivamente al personal médico y de enfermería. Los almacenes Éxito y Carulla cumplieron con los más altos estándares en "Operaciones de Bioseguridad" avalados por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas ICONTEC, y fueron certificados por garantizar la reducción de riesgos para la seguridad de clientes, proveedores y empleados. Durante el segundo semestre, se redujeron fuertemente las restricciones de movilidad en Colombia y los cierres, y se autorizó la plena activación comercial a medida que avanzaba el proceso de vacunación, favoreciendo el tráfico a tiendas y centros comerciales, y una tendencia de recuperación del turismo. El proceso de vacunación se inició en Colombia el 17 de febrero y cerca del 75%⁽¹⁾ de los ciudadanos se inscribieron en el proceso, de los cuales el 55% estaban totalmente vacunados y el 20% parcialmente al 2021.
- En Uruguay, la pandemia provocó el cierre de las fronteras internacionales durante la mayor parte del año para controlar los contagios. El gobierno también apeló al cuidado preventivo y voluntario de sus habitantes acompañado de restricciones, cierre de oficinas públicas y clausura de comercios excluyendo tiendas de todo tipo, almacenes, bares y restaurantes. Desde el 24 de agosto, se permitieron los eventos privados y sociales siguiendo los protocolos sanitarios y con un aforo reducido. A partir del 1 de septiembre, se permitió una reapertura gradual de las fronteras del país a los extranjeros, siguiendo los protocolos sanitarios. A partir de noviembre, se autorizó la apertura total de las fronteras para impulsar la activación económica durante la temporada de verano. El Plan Nacional de Vacunación se inició el 1 de marzo y cerca del 80%⁽¹⁾ de los ciudadanos se registraron en el proceso, de los cuales el 77% estaban totalmente vacunados y el 3% parcialmente vacunados a finales de 2021.
- Argentina sufrió el aumento de los contagios durante el primer semestre de 2021 y, en consecuencia, el gobierno sectorizó las restricciones para limitar la movilidad afectando al transporte público y estableciendo restricciones al tráfico nocturno. Otras acciones implementadas fueron el cierre y la reducción de capacidad en los comercios y la prohibición de vender artículos no esenciales. En consonancia con la región, el gobierno redujo las restricciones durante el segundo semestre, lo que permitió la recuperación del tráfico en tiendas y galerías comerciales. El plan de vacunación comenzó a finales de diciembre de 2020 y cerca del 84%⁽¹⁾ de los ciudadanos se registraron en el proceso, de los cuales el 72% estaban totalmente vacunados y el 12% parcialmente vacunados a finales de 2021.

(1) Cifras suministradas por www.ourworldindata.org/covid.vaccinations.

VII. Conclusiones 4T y 2021

Consolidado

- Sólida tendencia de recuperación en todos los países, principalmente durante el 2S21, el cual impulsó los resultados anuales y se ha mantenido a lo largo del 1T22.
- Los ingresos fueron impulsados por la omnicanalidad, la innovación y la monetización del tráfico.
- Sólido aumento del margen de EBITDA recurrente (+99 pb) y crecimiento de 2.1 veces de la utilidad neta.
- Generación de flujo de caja para los accionistas ⁽¹⁾ creció 4 veces a \$397.000 millones de pesos.
- La inversión alcanzó los USD 138 millones ⁽²⁾ y se centró en la expansión y la innovación.
- Claros logros en los 6 pilares estratégicos de ASG.

Colombia

- Ingresos impulsados por la participación de la innovación (33,3%) y omnicanalidad (11,9%), y el crecimiento del negocio inmobiliario (+54%).
- Fortalecimiento de los formatos innovadores C&C, WOW y FM y de las actividades de monetización TUYA pay y Puntos Colombia.
- Fuerte aumento del margen EBITDA recurrente (+136 puntos básicos), principalmente por la contribución del negocio inmobiliario y eficiencias internas.

Uruguay

- Fue la operación más rentable (10.2% margen EBITDA) producto de un estricto control del gasto y una mejor tendencia de consumo durante el 4T21 que parcialmente compensó la peor temporada turística en 1T21.

Argentina

- El negocio inmobiliario y eficiencias operacionales llevaron a un margen EBITDA del 3.4% (+156pb) y a mantener una posición de caja estable.

(1) Variación de la deuda financiera neta sin incluir los dividendos pagados a los accionistas. (2) Tasa de mercado representativa a 31/12/2021 de \$3.981,16 pesos.

VIII. Cumplimiento de las metas versus el plan de 2021

Las perspectivas del año divulgadas al mercado fueron plenamente alcanzadas en 2021, a pesar de la volatilidad económica y la continuación de la pandemia en la región. Los logros alcanzados fueron los siguientes:

	Metas 2021	Logros 2021	
Colombia	Crecimiento de los ingresos por el dinamismo de la omnicanalidad y la recuperación gradual de los negocios complementarios.	Los ingresos crecieron 7,0% (ventas retail +5,5% y negocios complementarios +38,7%).	●
	Mejora del margen EBITDA recurrente.	Margen EBITDA recurrente aumentó 25,1% a 9,4% (+136 pb), con mejora tanto por la mejora del desempeño operacional del retail y la recuperación de los negocios complementarios.	●
	Expansión retail con alrededor de 30 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones).	51 tiendas: 9 Éxito (8 WOW), 15 Carulla (8 Freshmarket), 7 Surtimax, 18 Super Inter Vecino y 2 Surtimayorista.	●
	Inversiones entre USD90 y USD110 millones, centrado en la optimización de tiendas, innovación y transformación digital.	Inversiones por \$495.592 millones (USD 124 M (1), 68% en expansión.	●
Uruguay	Crecimiento de los ingresos por el dinamismo del omnicanal y la expansión de FreshMarket (a representar cerca del 4% y el 47% de las ventas totales frente al 3,3% y el 42,4% en 2020, respectivamente).	Ingresos anuales crecieron 1,9% en moneda local, las ventas omnicanal +9,8% y representaron un 3,6% de las ventas; tiendas FreshMarket representaron 45,2% de las ventas totales.	●
	Un alto nivel de margen EBITDA recurrente, sin embargo, presionado por una débil temporada turística.	Uruguay reportó el más alto nivel de margen EBITDA recurrente del grupo en 10,2% a pesar de la débil temporada turística en 1T21.	●
Argentina	Ventas reflejarán una mejor tendencia del retail, el desarrollo del e-commerce y la recuperación gradual del negocio inmobiliario.	Las ventas anuales crecieron 46,5% en moneda local impulsadas por estrategias comerciales acertadas y los otros ingresos 56,3% impulsados por la recuperación del negocio inmobiliario. Ventas omnicanal participaron con el 2,6% de las ventas.	●
	Mejora del margen de EBITDA recurrente.	Margen EBITDA recurrente aumentó de 1,8% a 3,4% (+156 pb) por el control de costos y la recuperación del negocio inmobiliario a pesar de las presiones inflacionarias.	●
Latam	Mejora del resultado neto reflejando el mejor desempeño operacional y la estabilidad de las líneas no operativas.	Utilidad Neta aumentó 2,1 veces impulsada por la mejora en la contribución operacional y la recuperación de los negocios complementarios y un mejor tendencia de retail.	●
	Inversiones consolidadas entre USD110 y USD130 millones (priorizando las conversiones de las tiendas Wow y FreshMarket y el fortalecimiento de las plataformas de TI y logística para omnicanal).	Inversiones por \$550.209 millones (USD138 M (1), 66,7% en conversiones principalmente de Wow, FreshMarket y formatos de bajo costo, y el restante para fortalecer las plataformas Logísticas y de TI.	●
	Los ingresos reflejarán una mejor contribución de los negocios complementarios y las ventas beneficiadas por la innovación y la omnicanalidad.	Las ventas aumentaron 7,5% impulsadas por la innovación, el omnicanal y una mayor contribución de los negocios complementarios.	●

(1) Tasa Representativa del Mercado de 31/12/2021 de \$3.981,16 pesos.

IX. 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.

X. Ecosistema del Grupo Éxito y pilares estratégicos 2022 - 2024

La estrategia de Grupo Éxito para los años 2022 a 2024, se compone de cinco pilares, con los que la Compañía busca adaptarse a los cambios en las tendencias de consumo y garantizar su crecimiento sostenible en el largo plazo. El objetivo es implementar y mejorar actividades clave, como el servicio al cliente, el marketing relacional y las relaciones con los proveedores, todo ello apoyado en desarrollos tecnológicos. Estas actividades se desarrollarán en todos los países donde opera la empresa, y las iniciativas serán implementadas desde lineamientos establecidos por los niveles gerenciales de la administración.



1. Innovación

Actividades para innovar constantemente en las tiendas, marcas y productos de acuerdo con la evolución de los requerimientos de los clientes.

- **Modelos y formatos:** Mejorar los estándares del retail e innovar en los mercados premium, medio y de bajo costo, optimizando el portafolio de tiendas mediante conversiones y renovaciones para hacerlas más rentables.
 - **Mercado premium y medio:**
 - ✓ El modelo "**FreshMarket**" se lanzó en Colombia en 2017 a partir de la experiencia adquirida de dicho modelo en Uruguay. El modelo tiene como objetivo innovar la categoría de alimentos frescos e incluye desarrollos digitales tales como aplicaciones,

- **Domicilios y última milla:** para mejorar la conveniencia para los clientes a través del desarrollo de startups y compañías de última milla como Rappi y Turbo 10 minutos.
- **Compra y recoge:** disponible para compras de alimentos y no alimentos en línea para ser recogidos en las tiendas.
- **Servicio de WhatsApp:** un canal lanzado para complementar el negocio en línea.
- **Clickam:** un modelo de mercadeo de referidos para generar ingresos mediante la venta de productos y servicios a través del ecosistema de la compañía.

3. Transformación digital

Este pilar incluyó la creación del Departamento de Transformación Digital, el cual está ubicado en Colombia.

- **Apps:** para mejorar el servicio al cliente, reforzando lealtad y aumentando su canasta de gasto.
 - **Colombia:** aplicaciones Éxito y Carulla que complementan las iniciativas en línea. Las nuevas versiones mejoraron las tendencias históricas y se integraron con el ecosistema comercial de la Compañía con nuevas funcionalidades como Tuya Pay, SmileID en la app de Carulla, venta de seguros, listas de compras inteligentes y línea virtual para clientes en tienda, además de personalizar descuentos e integrarse con el programa de fidelización Puntos Colombia.
 - **Uruguay:** Disco, Geant y Devoto tienen la Web y la App integradas, refuerzan sus relaciones con las start-ups y desarrollan un surtido web de acuerdo con sus necesidades.
 - **Argentina:** la aplicación Hiperlibertad fue lanzada en 2021 según el plan, para fortalecer la oferta digital en el país.
- **Otros**
 - **Éxito Media:** para monetizar los activos físicos y digitales ofreciendo servicios de publicidad, centralizando la monetización de los medios y la información del ecosistema. Servicios on-site, off-site y en tiendas. Se refiere a la utilización de medios digitales para monetizar el tráfico mediante el uso de la inteligencia de negocios, incluyendo la comercialización de espacios y audiencias, realizando campañas en línea, off-site (Google y Facebook), en tiendas y CRM.
 - **Autos Éxito:** Lanzado en alianza con Renting Colombia, filial del Grupo Bancolombia, para democratizar el alquiler y la compra de autos certificados a precios asequibles. Autos Éxito se sumó a la iniciativa del pacto ambiental de ambas compañías con el uso de 20 autos eléctricos para el alquiler a largo plazo y 40 unidades más para el alquiler diario.
 - **Start-ups:** investigar y analizar la viabilidad de compañías desarrolladoras con las que la Compañía puede mejorar el servicio, las actividades operativas y el back office. Otros análisis en curso incluyen la inteligencia artificial y el reconocimiento de imágenes.

▪ Desarrollos

- **Sin fricciones:** para mejorar la experiencia del servicio al cliente en las tiendas, especialmente al comprar y pagar los alimentos o servicios, para reducir la percepción del tiempo de espera, mediante la implementación de:
 - ✓ Auto caja: auto escaneado del cliente, pago y empaque.
 - ✓ POS móvil: cajero de a pie.
 - ✓ Escanea y paga: auto escaneado del cliente y recibo en línea listo para ser procesado en la caja.
 - ✓ Shop & Go: compra con auto escaneado del cliente y pago en línea a través de la app.
- **Servicio al cliente:** actividades para mejorar la relación con los clientes y mejorar la percepción del tiempo de espera mediante el uso de canales de tendencia como:
 - ✓ Chatbot: asistente virtual 24 horas para responder a las preguntas/requerimientos de los clientes.
 - ✓ Marketing social: atención activa al comportamiento de los clientes en las redes sociales y uso de los datos recogidos para mejorar el servicio y los procesos.
 - ✓ Social Wi-Fi: conexión gratuita a Internet de alta calidad a disposición de los clientes.
 - ✓ Quioscos: dispositivos interactivos que permiten a nuestros clientes autogestionar sus compras.
- **Análisis de datos:** utilización de todos los datos recogidos a través de todos los canales y desarrollos informáticos para mejorar el conocimiento de los clientes y la gestión interna de los datos.
 - ✓ Modelos predictivos: análisis de tendencias comunes para mejorar el conocimiento del cliente, la demanda, la logística y la cadena de suministro.
 - ✓ CRM: Gestión de la relación con el cliente.
 - ✓ Modelos de descuentos relacionales, como el "Club del Comerciante" lanzado recientemente por Surtimayorista para ofrecer descuentos a los clientes de hostelería en función de sus compras, con el objetivo de aumentar el tiquete promedio mejorando la venta cruzada.
- **Logística y cadena de suministro**
 - ✓ Gestión de inventarios: mejora y optimización mediante el uso de datos y tendencias.
 - ✓ Gestión de la productividad: transformación de los procesos centrándose en la agilidad, la flexibilidad, la eficiencia y la precisión de la cadena de suministro.
- **Gestión de RRHH**
 - ✓ Transformación de la gestión de los recursos humanos mediante la creación de plataformas en línea para los procesos de selección y contratación de empleados, la formación y gestión datos de RRHH.

4. Monetización de Activos / Tráfico y mejores prácticas

Impulsar el crecimiento potenciando las actividades mediante el desarrollo de:

- **Coalición de Lealtad:** Puntos Colombia fue creado para proporcionar un alto potencial de monetización de datos - información transaccional, datos de los consumidores y mercadeo con campañas dirigidas. Más del 10% (5,5 millones) de ciudadanos colombianos obtuvieron y redimieron cerca de 29 millones de puntos de fidelidad a través de 134 marcas aliadas (cerca del 75% de cuota en redenciones en el Grupo Éxito).

- **Negocios complementarios:** para mejorar la rentabilidad de la compañía fortaleciendo los siguientes negocios:
 - **Inmobiliario:** El Grupo Éxito opera un negocio inmobiliario de 761.000 m2 de área bruta arrendable en 34 activos compuestos por VIVA y su propia operación. A través de su marca VIVA lanzada en 2015 en alianza con el Fondo Inmobiliario Colombia (FIC), la Compañía consolida el negocio con una participación del 51% y opera 568.000 m2 de áreas brutas arrendables con 18 activos, lo que convierte al Grupo Éxito, en el mayor operador de centros comerciales en Colombia. En Argentina, con los centros comerciales Paseo, la compañía opera un modelo de negocio dual retail/inmobiliario con cerca de 170.000 m2 de área bruta arrendable y es el tercer actor más importante del país. En Uruguay, la operación inmobiliaria es pequeña, con más de 5.000 m2 de área bruta arrendable.

 - **Financiero:** el negocio de tarjetas de crédito se lanzó en 2017 con TUYA y actualmente incluye transferencias de dinero y una red de pagos para un conjunto completo de servicios financieros y digitales en alianzas para centralizar y monetizar las transacciones electrónicas. Adicionalmente se lanzó "Kiire", un JV con Redeban firmado en 2021, para desarrollar los pagos electrónicos en el ecosistema del Grupo Éxito y el cual tiene como objetivo convertirse en una de las plataformas de pago más grandes en Colombia; la plataforma ejecutó cerca de 80 M de transacciones durante 2021.

 - **Viajes:** Grupo Éxito es la agencia de viajes #6 en Colombia.

 - **Seguros:** la Compañía ofrece un amplio portafolio de pólizas de micro seguros a través de su alianza con Suramericana de Seguros en Colombia.

 - **Operador móvil virtual:** a través de la alianza con Tigo, el Grupo Éxito es el único retailer que ofrece un servicio móvil virtual a los clientes, quienes ganan minutos por artículos comprados en las tiendas

- **Excelencia operacional:** ejecución del programa en todos los países para mantener el crecimiento de los gastos de administración y venta por debajo de los niveles de inflación, centrándose en:
 - **Logística y cadena de suministro:** mejorar el desempeño mediante la creación de tiendas abiertas y no abiertas al público (dark stores) para apoyar las actividades omnicanal y el despliegue de actividades de gestión de inventarios.

 - **Esquemas de productividad:** revisión de los procesos y estructuras en las diversas unidades de negocio.

- **Compras conjuntas:** actividades de compra de materias primas, incluidos los bienes indirectos, los servicios y la tecnología en toda la región para conseguir un ahorro en costos.
- **Back Office:** oportunidades para seguir optimizando y centralizando diversos procesos en toda la región.

5. Estrategia de Sostenibilidad (ASG)



La estrategia global de ASG de Grupo Éxito tiene seis pilares con claros propósitos, enfoque estratégico y contribución. Todos los pilares están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), así:

1. **Cero Desnutrición:** Grupo Éxito trabaja estrechamente con la Fundación Éxito para centrarse en la nutrición infantil. El enfoque es comunicar y sensibilizar, generar recursos y alianzas, e influir en las políticas públicas para lograr la meta de erradicar la desnutrición crónica infantil en Colombia para el 2030. Este pilar hace referencia al ODS #2 sobre cero hambre.
2. **Mi Planeta:** la Compañía centra sus esfuerzos en la protección del medio ambiente definiendo acciones claras en materia de biodiversidad, cambio climático, economía circular para envases y plásticos y promueve iniciativas de movilidad e inmobiliarias sostenibles. Este pilar hace referencia al ODS #13 sobre acción climática.

- Comercio sostenible:** El Grupo Éxito promueve cadenas de suministro sostenibles, desarrolla aliados y proveedores y prioriza la compra local y directa. Este pilar hace referencia al ODS #8 sobre trabajo decente y crecimiento económico y al #12 sobre consumo y producción responsable.
- Integridad y gobierno:** este pilar se refiere a la realización de todos los esfuerzos posibles para generar confianza con las partes interesadas. Se trata de promover las mejores prácticas de gobierno corporativo, respetar los derechos humanos, establecer normas de ética y transparencia, facilitar entornos diversos e inclusivos y promover la comunicación en esta materia. Este pilar hace referencia al ODS #16 sobre paz, justicia e instituciones sólidas.
- Bienestar laboral:** el activo más importante de la empresa son sus colaboradores; en Grupo Éxito nos esforzamos por desarrollarlos en el ser y el hacer y promover la diversidad, la inclusión y la igualdad de género, en un diálogo social abierto. Este pilar hace referencia al ODS #5 sobre igualdad de género y trabajo decente y al #8 sobre crecimiento económico.
- Vida saludable:** En Grupo Éxito creemos en la importancia de los hábitos de vida más saludables y equilibrados. Por ello, nos esforzamos en educar en la vida saludable y priorizamos el comercio de bienes y servicios que promuevan estilos de vida saludables. Este pilar hace referencia al ODS #3 sobre buena salud y bienestar.

Los cinco pilares estratégicos del Grupo Éxito anteriormente descritos se integran en un ecosistema sinérgico en el que todas las unidades de negocio interactúan de forma eficiente para ofrecer la mejor calidad de servicio a un cliente considerado internamente como "omnicliente". A través de este ecosistema, la Compañía opera negocios, marcas, formatos, servicios, productos, entre otros, de forma sinérgica y sostenible.



XI. Información adicional

Detalle de la teleconferencia de resultados - Almacenes Éxito S.A. (BVC: ÉXITO) lo invita a participar en su teleconferencia del cuarto trimestre y año 2021

Fecha: martes 22 de febrero de 2022

Hora: 9:00 a.m. hora New York

9:00 a.m. hora Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente

Ruy Souza, Vicepresidente Financiero

María Fernanda Moreno, Directora de Relación con Inversionistas

Para participar, por favor, marque:

U.S. gratuito: 1 (888) 771 4371

Colombia: 60 1 380 8041 - Bogotá Local

60 4 204 2207 - Medellín Local

Internacional (marcación fuera de Estados Unidos): +1 (847) 585-4405

Número de identificación de la teleconferencia: 50279813

Los resultados del 4T21 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=7B3B0AC9-C5B3-49B6-AB80-C43281B90598>

Próximas publicaciones

Resultados financieros del Primer trimestre de 2022 – May 3 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.

XII. 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	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	4,996,844	4,173,671	19.7%	16,105,756	15,141,244	6.4%
Otros Ingresos Operacionales	245,825	171,342	43.5%	816,629	594,595	37.3%
Total Ingresos Operacionales	5,242,669	4,345,013	20.7%	16,922,385	15,735,839	7.5%
Costo de Ventas	(3,824,641)	(3,186,064)	20.0%	(12,406,545)	(11,704,185)	6.0%
Costo Depreciación y Amortización	(22,345)	(16,888)	32.3%	(82,311)	(74,725)	10.2%
Utilidad Bruta	1,395,683	1,142,061	22.2%	4,433,529	3,956,929	12.0%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.6%</i>	<i>26.3%</i>	<i>34 bps</i>	<i>26.2%</i>	<i>25.1%</i>	<i>105 bps</i>
Gastos O&AV	(849,390)	(698,520)	21.6%	(2,980,437)	(2,759,793)	8.0%
Gasto Depreciación y Amortización	(120,116)	(115,671)	3.8%	(465,073)	(443,308)	4.9%
Total Gastos	(969,506)	(814,191)	19.1%	(3,445,510)	(3,203,101)	7.6%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.5%</i>	<i>18.7%</i>	<i>(25) bps</i>	<i>20.4%</i>	<i>20.4%</i>	<i>1 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	426,177	327,870	30.0%	988,019	753,828	31.1%
<i>Margen ROI</i>	<i>8.1%</i>	<i>7.5%</i>	<i>58 bps</i>	<i>5.8%</i>	<i>4.8%</i>	<i>105 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(28,021)	(54,087)	(48.2%)	(68,611)	(142,583)	(51.9%)
Utilidad Operacional (EBIT)	398,156	273,783	45.4%	919,408	611,245	50.4%
<i>Margen EBIT</i>	<i>7.6%</i>	<i>6.3%</i>	<i>129 bps</i>	<i>5.4%</i>	<i>3.9%</i>	<i>155 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(60,890)	(55,726)	9.3%	(195,755)	(245,631)	(20.3%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conjunto	(8,338)	6,769	(223.2%)	7,234	19,668	(63.2%)
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	328,928	224,826	46.3%	730,887	385,282	89.7%
Impuesto Renta	(74,652)	(55,378)	34.8%	(137,670)	(54,179)	154.1%
Resultado Neto Operaciones Continuas	254,276	169,448	50.1%	593,217	331,103	79.2%
Participación de no Controlantes	(41,611)	(24,984)	66.6%	(118,256)	(99,030)	19.4%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	-	(180)	100.0%	(280)	(1,201)	(76.7%)
Resultado Neto Grupo Éxito	212,665	144,284	47.4%	474,681	230,872	105.6%
<i>Margen Neto</i>	<i>4.1%</i>	<i>3.3%</i>	<i>74 bps</i>	<i>2.8%</i>	<i>1.5%</i>	<i>134 bps</i>
EBITDA Recurrente	568,638	460,429	23.5%	1,535,403	1,271,861	20.7%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.8%</i>	<i>10.6%</i>	<i>25 bps</i>	<i>9.1%</i>	<i>8.1%</i>	<i>99 bps</i>
EBITDA	540,617	406,342	33.0%	1,466,792	1,129,278	29.9%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>10.3%</i>	<i>9.4%</i>	<i>96 bps</i>	<i>8.7%</i>	<i>7.2%</i>	<i>149 bps</i>
Acciones	447.604	447.604	0.0%	447.604	447.604	0.0%
Utilidad por Acción	475.1	322.3	47.4%	1,060.5	515.8	N/A

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (3,2% en las ventas y 3,3% en el EBITDA recurrente en el 4T21 y de -0,7% y -0,5% en 2021)

2. Estado de resultados e inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	FY21	FY21	FY21	FY21
Ventas netas	12,284,397	2,643,858	1,178,166	16,105,756
Otros Ingresos Operacionales	748,426	28,535	40,303	816,629
Total Ingresos Operacionales	13,032,823	2,672,393	1,218,469	16,922,385
Costo de Ventas	(9,856,679)	(1,746,123)	(805,514)	(12,406,545)
Costo Depreciación y Amortización	(76,691)	(5,130)	(490)	(82,311)
Utilidad Bruta	3,099,453	921,140	412,465	4,433,529
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.8%</i>	<i>34.5%</i>	<i>33.9%</i>	<i>26.2%</i>
Gastos O&AV	(1,954,587)	(654,213)	(371,639)	(2,980,437)
Gasto Depreciación y Amortización	(390,268)	(50,422)	(24,383)	(465,073)
Total Gastos	(2,344,855)	(704,635)	(396,022)	(3,445,510)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.0%</i>	<i>26.4%</i>	<i>32.5%</i>	<i>20.4%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	754,598	216,505	16,443	988,019
<i>Margen ROI</i>	<i>5.8%</i>	<i>8.1%</i>	<i>1.3%</i>	<i>5.8%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(52,624)	(15,696)	(291)	(68,611)
Utilidad Operacional (EBIT)	701,974	200,809	16,152	919,408
<i>Margen EBIT</i>	<i>5.4%</i>	<i>7.5%</i>	<i>1.3%</i>	<i>5.4%</i>
Resultado Financiero Neto	(161,533)	(13,670)	(20,079)	(195,755)
EBITDA Recurrente	1,221,557	272,057	41,316	1,535,403
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9.4%</i>	<i>10.2%</i>	<i>3.4%</i>	<i>9.1%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	495,592	49,086	5,531	550,209
<i>en moneda local</i>	495,592	571	143	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (3,2% en las ventas y 3,3% en el EBITDA recurrente en el 4T21 y de -0,7% y -0,5% en 2021. 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 2020	Dec 2021	Var %
ACTIVOS	15,649,974	16,901,179	8.0%
Activo corriente	5,265,996	5,833,360	10.8%
Caja y equivalentes de caja	2,409,391	2,541,579	5.5%
Inventarios	1,922,617	2,104,303	9.4%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	471,202	625,931	32.8%
Activos por impuestos	362,383	429,625	18.6%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	19,942	24,601	23.4%
Otros	80,461	107,321	33.4%
Activos No Corrientes	10,383,978	11,067,819	6.6%
Plusvalía	2,853,535	3,024,983	6.0%
Otros activos intangibles	307,797	363,987	18.3%
Propiedades, planta y equipo	3,707,602	4,024,697	8.6%
Propiedades de Inversión	1,578,746	1,656,245	4.9%
Derechos de uso	1,317,545	1,370,512	4.0%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	267,657	289,391	8.1%
Activo por impuesto diferido	234,712	205,161	(12.6%)
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	116,384	132,843	14.1%
PASIVOS	8,245,701	8,872,702	7.6%
Pasivo corriente	6,422,947	6,518,400	1.5%
Cuentas por pagar	4,678,078	5,136,626	9.8%
Pasivos por arrendamiento	223,803	234,178	4.6%
Obligaciones financieras	1,110,883	674,927	(39.2%)
Otros pasivos financieros	87,289	81,544	(6.6%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	76,111	81,519	7.1%
Otros	246,783	309,606	25.5%
Pasivos no corrientes	1,822,754	2,354,302	29.2%
Cuentas por pagar	68	49,929	N/A
Pasivos por arrendamiento	1,319,092	1,360,465	3.1%
Obligaciones financieras	344,779	742,084	N/A
Otras provisiones	14,542	11,086	(23.8%)
Pasivo por impuesto diferido	118,722	166,751	40.5%
Pasivos por impuestos	4,463	3,924	(12.1%)
Otros	21,088	20,063	(4.9%)
PATRIMONIO	7,404,273	8,028,477	8.4%

Nota: Cifras consolidadas incluyen Colombia, Uruguay y Argentina

4. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Dec 2020	Var %
Ganancia	592,937	329,902	79.7%
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	1,342,374	1,046,604	28.3%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	1,138,587	630,301	80.6%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(571,021)	(273,926)	N/A
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(457,199)	(469,470)	(2.6%)
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio	110,367	(113,095)	N/A
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	21,821	(40,188)	N/A
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	132,188	(153,283)	N/A
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2,409,391	2,562,674	(6.0%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	2,541,579	2,409,391	5.5%

Nota: Cifras consolidadas incluyen Colombia, Uruguay y Argentina

5. Indicadores financieros

	Indicadores a nivel consolidado		Indicadores a nivel holding	
	Diciembre de 2021	Diciembre de 2020	Diciembre de 2021	Diciembre de 2020
Activos / Pasivos	1.90	1.90	1.91	1.85
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	0.89	0.82	0.91	0.81

6. Estado de resultados de Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	4Q21	4Q20	% Var	FY21	FY20	% Var
Ventas Netas	3,828,277	3,329,904	15.0%	12,290,994	11,649,896	5.5%
Otros Ingresos Operacionales	138,383	97,579	41.8%	478,388	312,444	53.1%
Total Ingresos Operacionales	3,966,660	3,427,483	15.7%	12,769,382	11,962,340	6.7%
Costo de Ventas	(3,040,326)	(2,636,146)	15.3%	(9,844,165)	(9,345,057)	5.3%
Costo Depreciación y Amortización	(19,253)	(13,287)	44.9%	(69,659)	(62,513)	11.4%
Utilidad Bruta	907,081	778,050	16.6%	2,855,558	2,554,770	11.8%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.9%</i>	<i>22.7%</i>	<i>17 bps</i>	<i>22.4%</i>	<i>21.4%</i>	<i>101 bps</i>
Gastos O&AV	(540,758)	(470,256)	15.0%	(1,891,438)	(1,779,944)	6.3%
Gasto Depreciación y Amortización	(93,949)	(96,986)	(3.1%)	(370,151)	(352,303)	5.1%
Total Gastos	(634,707)	(567,242)	11.9%	(2,261,589)	(2,132,247)	6.1%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(16.0%)</i>	<i>(16.5%)</i>	<i>55 bps</i>	<i>(17.7%)</i>	<i>(17.8%)</i>	<i>11 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	272,374	210,808	29.2%	593,969	422,523	40.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>6.9%</i>	<i>6.2%</i>	<i>72 bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>3.5%</i>	<i>112 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(14,563)	(31,851)	(54.3%)	(51,990)	(96,847)	(46.3%)
Utilidad Operacional (EBIT)	257,811	178,957	44.1%	541,979	325,676	66.4%
<i>Margen EBIT</i>	<i>6.5%</i>	<i>5.2%</i>	<i>128 bps</i>	<i>4.2%</i>	<i>2.7%</i>	<i>152 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(54,312)	(63,509)	(14.5%)	(193,368)	(260,317)	(25.7%)
Resultado Neto Grupo Éxito	212,665	144,284	47.4%	474,681	230,872	105.6%
<i>Margen Neto</i>	<i>5.4%</i>	<i>4.2%</i>	<i>115 bps</i>	<i>3.7%</i>	<i>1.9%</i>	<i>179 bps</i>
EBITDA Recurrente	385,576	321,081	20.1%	1,033,779	837,339	23.5%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9.7%</i>	<i>9.4%</i>	<i>35 bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>7.0%</i>	<i>110 bps</i>

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

7. Balance General de Almacenes Éxito⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Dec 2021	Var %
ACTIVOS	13,468,080	14,422,470	7.1%
Activo corriente	4,309,539	4,686,474	8.7%
Caja y equivalentes de caja	1,969,470	2,063,528	4.8%
Inventarios	1,583,972	1,680,108	6.1%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	292,941	434,945	48.5%
Activos por impuestos	339,539	386,997	14.0%
Otros	123,617	120,896	(2.2%)
Activos No Corrientes	9,158,541	9,735,996	6.3%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	166,511	191,559	15.0%
Propiedades, planta y equipo	1,909,426	1,984,771	3.9%
Propiedades de Inversión	89,246	78,586	(11.9%)
Derechos de uso	1,570,161	1,609,599	2.5%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	3,618,703	4,085,625	12.9%
Otros	351,417	332,779	(5.3%)
PASIVOS	7,264,217	7,541,065	3.8%
Pasivo corriente	5,310,807	5,137,135	(3.3%)
Cuentas por pagar	3,931,085	4,249,804	8.1%
Pasivos por arrendamiento	230,240	239,831	4.2%
Obligaciones financieras	647,934	136,184	(79.0%)
Otros pasivos financieros	81,366	66,817	(17.9%)
Pasivos por impuestos	68,274	76,238	11.7%
Otros	351,908	368,261	4.6%
Pasivos no corrientes	1,953,410	2,403,930	23.1%
Pasivos por arrendamiento	1,554,725	1,580,954	1.7%
Obligaciones financieras	325,770	742,084	N/A
Otras provisiones	51,846	10,991	(78.8%)
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	21,069	69,901	N/A
PATRIMONIO	6,203,863	6,881,405	10.9%

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

8. Deuda por país y vencimiento

Deuda neta por país

31 Dic de 2021 (millones de pesos)	Holding ⁽²⁾	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	203,001	235,528	520,924	19	756,471
Deuda de largo plazo	742,084	742,084	-	-	742,084
Total deuda bruta ⁽¹⁾	945,085	977,612	520,924	19	1,498,555
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,063,528	2,183,253	267,111	91,215	2,541,579
Deuda Neta	1,118,443	1,205,641	(253,813)	91,196	1,043,024

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Dic de 2021 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-dic-21
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Abril 2024	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2022	
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2022	
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2023	
Largo Plazo - Bilateral	200,000	Variable	Marzo 2025	200,000
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	205,416
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			872,091

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 a nivel Holding emitida al 100% en pesos colombianos con un tipo de interés inferior al IBR3M + 4,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 3,42%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda al valor nominal.

9. Número de tiendas y área de ventas

Marca por país	Número de tiendas	Área de ventas (m2)
Colombia		
Éxito	233	620,465
Carulla	101	87,285
Surtimax	72	30,989
Super Inter	61	58,680
Surtimayorista	36	34,870
Total Colombia	503	832,289
Uruguay		
Devoto	60	40,231
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	92	91,894
Argentina		
Libertad	15	101,807
Mini Libertad	10	1,796
Total Argentina	25	103,603
TOTAL	620	1,027,786

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".
