

# Resultados Financieros Grupo Éxito 1T21

Mayo 5 de 2021



**Compostpack** Bolsas para la basura compostables de bagazo de maíz | **Eco Le Pont** Productos de limpieza para el hogar ecológicos | **Jugos Masai** Bebidas con sabores de frutas exóticas de la zona del Pacífico | **Lifepack,** Platos germinables



**Esnatos** Snacks de origen vegetal | **Planeta Rica** Derivados lácteos de búfala | **Oleo Hass** Aceite de aguacate | **Soul Seed** Cuidado oral vegano

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".

*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, el potencial impacto en su negocio, o el grado en que la ocurrencia de un riesgo o de una combinación de riesgos, que podrían ocasionar resultados significativamente diferentes a los señalados en cualquier declaración sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro contenidas en este documento son establecidas únicamente a la fecha aquí señalada.*

*Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, 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 contenidas.*

- Hechos financieros y operacionales destacados del 1T20
- Desempeño por país del 1T20
- Resultados financieros consolidados del 1T20
- Sesión de preguntas y respuestas



# Hechos financieros y operacionales destacados consolidados <sup>(1)</sup> en 1T21



La diversificación de la estrategia favoreció el crecimiento del EBITDA recurrente (154 pb) y la Utilidad Neta (168 pb)

Hechos destacados  
en 1T21

Margen EBITDA recurrente  
8,0% (+154 pb)

Utilidad Neta  
+3,9 veces

Ventas Omnicanal  
+2,1 veces (consol excl TC)

## Hechos financieros

- Ventas netas beneficiadas por la omnicanalidad y los modelos innovadores.
- VMM <sup>(2)</sup> de -2,5% afectadas por una mayor base en 1T20 y el aumento de las medidas para controlar los casos de COVID-19 en la región.
- Otros ingresos impulsados por un ingreso inmobiliario no recurrente.
- Márgenes mostraron resiliencia del retail, resurgimiento de regalías de TUYA y un resultado inmobiliario más fuerte.
- Utilidad Neta impulsada por la estrategia de diversificación y la eficiencia de costos y gastos.

## Hechos operacionales

- El grupo mantuvo una alta participación del omnicanal en las ventas (13% Col, 3,3% Uru y 1,9% Arg).
- La contribución neta del negocio inmobiliario fue de \$61.000 M en EBITDA Recurrente.
- Las regalías de TUYA resurgieron por la mejora de los indicadores financieros clave.

## Inversión y Expansión

- Las inversiones fueron de \$231.872 M.
- ✓ 49% enfocado en actividades de innovación, omnicanalidad y transformación digital
- Expansión de tiendas
- ✓ 18 tiendas en 12M entre aperturas, conversiones y remodelaciones (Col 16 y Uru 2).
- Total 614 tiendas, 1,03 M m2.

## Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

- GE fue considerada como la empresa con mejor desempeño dentro de la industria de alimentos en LatAm, por S&P Global - Sustainability Yearbook, por segundo año consecutivo.
- GE fue considerada como una de las tres organizaciones más responsables durante la pandemia, según el Ranking de Merco <sup>(3)</sup>

(1) Incluye resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado Neto de Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrada como operación discontinua, eliminaciones y el efecto de tasa de cambio (TC) de -3.9% en ventas y de -3.0% en EBITDA recurrente. (2) Ventas Mismos Metros excluyen el efecto de TC e incluyen el ajuste del efecto calendario de -0.3% en 1T21. (3) En Colombia.

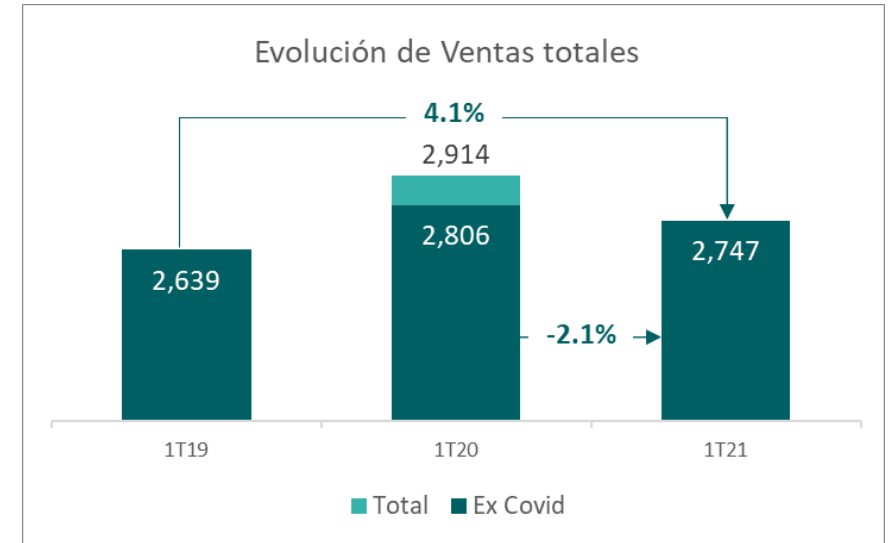


# Ventas Netas <sup>(1)</sup> y Ventas Mismos Metros <sup>(1)</sup> (VMM) 1T21 Colombia



Sólida contribución del omnicanal y los formatos innovadores

	1T21			
	grupo <b>éxito</b>	<b>éxito</b>	Carulla	Bajo costo y Otros <sup>(2)</sup>
<b>Variaciones</b>				
<b>VMM</b>	-3.6%	-1.9%	-5.2%	-10.5%
<b>Total</b>	-5.7%	-2.4%	-5.7%	-19.2%
<b>VMM ex EC <sup>(1)</sup></b>	-3.6%	-2.3%	-4.4%	-8.4%
<b>Total ex EC <sup>(1)</sup></b>	-5.6%	-2.7%	-4.9%	-17.1%
<b>Total MCOP</b>	2,746,660	1,948,773	401,136	396,751



## El desempeño reflejó:

- El efecto negativo de los cierres de tiendas, principalmente en enero, debido a la pandemia.
- Una base más alta de 3,7 p.p. en el 1T20 debido al aumento del abastecimiento por COVID-19 a mediados de marzo/20 y a la venta de inmuebles <sup>(2)</sup>.
- Crecimiento de las ventas netas en el 1T21 frente al 1T19 (4,1%).
- La omnicanalidad continúa con un fuerte crecimiento (2,2x) y una mayor participación sobre las ventas totales (13%).
- Contribución de los formatos innovadores y de las 16 tiendas incluidas en la base de los últimos 12 meses <sup>(3)</sup>.

(1) Incluyendo el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del -0.1% en 1T21. (2) El nuevo segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por cerca de \$22 mil M en el 1T20. (3) Entre aperturas, conversiones y remodelaciones



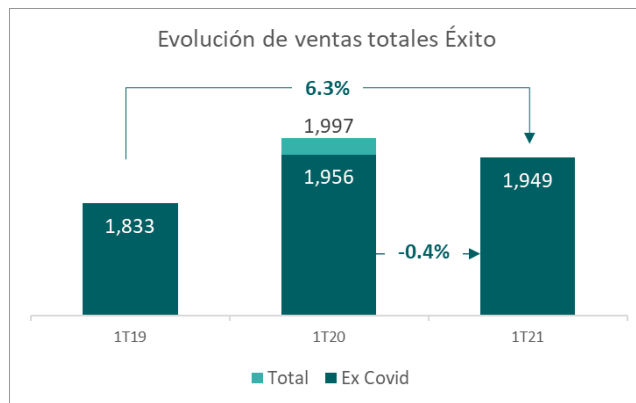
# Desempeño de Ventas Netas <sup>(1)</sup> y VMM <sup>(1)</sup> por segmento en 1T21



Contribución de la omnicanalidad y la innovación compensan parcialmente una base más alta y un entorno difícil

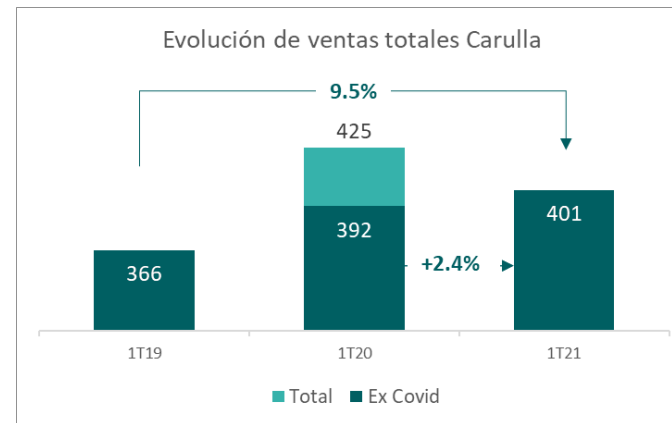
## Éxito:

- 11 tiendas Éxito WOW registraron un crecimiento de las ventas de 9 p.p. por encima de las otras tiendas Éxito
- Electro y omnicanalidad impulsaron la contribución a las ventas de no alimentos (+699 pb; +14,9%)
- Las ventas netas del 1T21 vs 1T19 evolucionaron por encima del IPC acumulado (6,3% frente a 5,37%)
- El efecto de la pandemia en la base fue de 2,1 p.p. y el cierre de tiendas principalmente en enero 2021



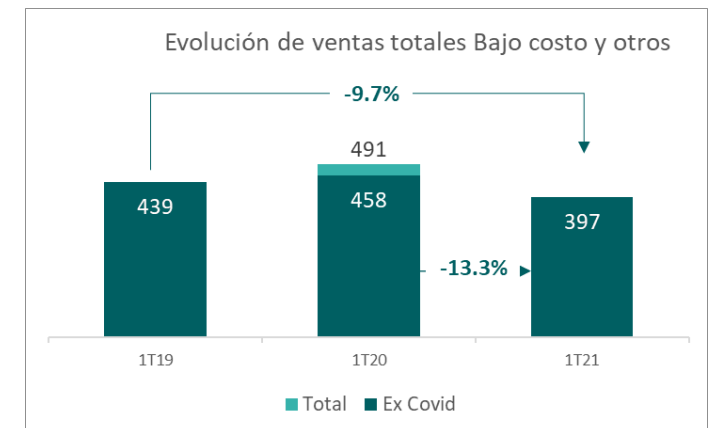
## Carulla:

- Participación del omnicanal fue del 15% en las ventas del segmento
- 14 FreshMarket registraron ventas 7,5 p.p. por encima del resto de tiendas Carulla
- Las ventas netas del 1T21 frente al 1T19 evolucionaron por encima del IPC acumulado (9,5% frente a 5,37%)
- El efecto de la pandemia en la base fue de 8 p.p. y los cierres en los principales mercados Bogotá y Medellín



## Bajo costo y Otros<sup>(2)</sup>:

- Los conceptos innovadores, las estrategias omnicanal y la optimización de la base de tiendas están recuperando poco a poco la tendencia de las ventas.
- La menor actividad comercial por los cierres afectó fuertemente al segmento HORECA
- La mayor base del 1T20 incluyó la venta de inmuebles, no presente en el 1T21



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,1% en el 1T21. (2) El nuevo segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros y la venta de inmuebles (de cerca de COP \$22.000 M en el 1T20).





# Innovación en modelos y formatos en 1T21

Los modelos innovadores WOW y FreshMarket alcanzaron una cuota del 19.7% de las ventas de Colombia



## Éxito Wow: Innovación en hipermercados



La mejor fusión de los mundos digital y físico



11 tiendas a la fecha  
+ 8 tiendas 2021E



23% de las ventas  
totales de la marca  
(30% 2021E)



9 p.p. crecimiento de ventas  
vs tiendas no convertidas

Potencial de convertir 33 tiendas adicionales para alcanzar un total de 43 Éxito Wow convertidos en el futuro y +101 Éxito WOW formato Econo

## Carulla FreshMarket: Productos premium, frescos y sostenibles



Desempeño jalonado por las iniciativas digital y la omnicanalidad



14 tiendas a la fecha  
+ 7 tiendas 2021E



31.6% de las ventas totales  
de la marca (40% 2021E)



Reconocido por el Instituto Británico de Distribución de Alimentos como el primer supermercado neutro en huella de carbón en Colombia

Potencial de convertir 20 tiendas adicionales para alcanzar un total de 34 Carulla FreshMarket convertidos en el futuro y +46 Carulla Fresh Market formato Midi



# Estrategias del segmento de bajo costo y otros



Modelos de negocio para cubrir más la base de la pirámide

Segmento: 14,4% participación de las ventas



7 tiendas a la fecha  
21 tiendas 2021E



12% de las ventas totales de la marca a la fecha (32% 2021E)

Una nueva experiencia de compra



34 tiendas a la fecha  
36 tiendas 2021E

Formato rentable  
de ventas al por  
mayor

4,0% de las ventas  
totales de la marca a la  
fecha (4,4% 2021E)



- ✓ Retorno doble dígito sobre la inversión
- ✓ 67% de la mezcla de ventas a consumidores directos



Club del Comerciante  
(programa de  
lealtad)

Beneficios y descuentos a más  
de 90 mil clientes registrados



Aliados



Fuerte presencia digital  
App para tiendas y pequeños  
negocios

Cerca de 1.500 Aliados trabajando en  
alianza con Grupo Éxito

Ventas On-line de más de \$1.000  
millones en 1T21





# Estrategia Omnicanal<sup>(1,2)</sup> en 1T21

Mejores resultados y mayor participación sobre las ventas



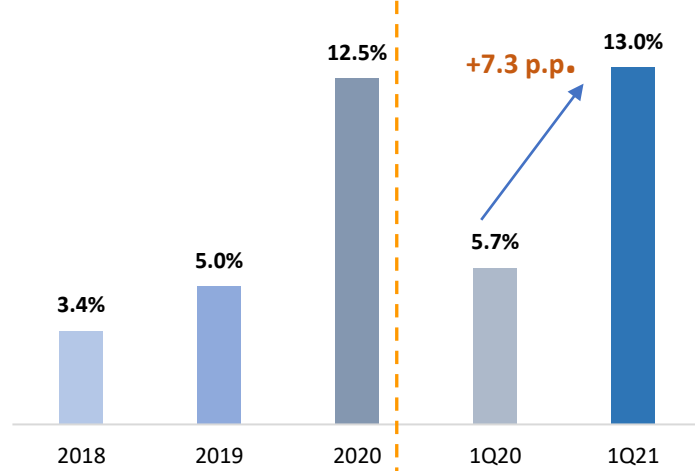
Hechos destacados en 1T21

Ventas totales \$364,000 millones (+118%)

Participación en las ventas <sup>(2)</sup> 13,0% (vs 5,7% en 1T20)

Pedidos 2.0 M (+60%)

Participación del Omnicanal sobre las ventas



2.2x crecimiento en ventas de alimentos en 1T21

2.2x crecimiento en ventas de no alimentos en 1T21

10,1% participación en ventas de alimentos (vs 4,0% en 1T20)

18,2% participación en ventas de no alimentos (vs 9,8% en 1T20)

## E-commerce

- ✓ Ventas +109%
- ✓ 37.2 M visitas (+45.8%)
- ✓ 2.2 M registros

## Apps

- ✓ +28,7% descargas activas
- ✓ 1.5 M registros

## Última milla & Domicilios

- ✓ 2.0 M deliveries
- ✓ 60% orders growth

## Click & Collect

- ✓ Ventas +3.5x y pedidos +14.3x
- ✓ 31% / GMV omnicanal
- ✓ Disponible en 430 tiendas y 12 centros comerciales

## Marketplace

- ✓ 53% aumento de GMV<sup>(1)</sup>
- ✓ ~1 mil vendedores
- ✓ 14% cuota de GMV omnicanal



Omni-client



# Monetización de activos y tráfico en 1T21

Viva Malls contribuyó a la rentabilidad mientras preservó la alta ocupación y ayuda a los locatarios



## Negocio Inmobiliario

- El mayor operador en Colombia con 34 activos, 758.000 m2 de área arrendable <sup>(1)</sup>, 32% de cuota de mercado <sup>(1)</sup>
- Agregación de valor a través del desarrollo, comercialización y gestión de activos inmobiliarios clave
- **VIVA Malls:** alianza con F.I. Colombia (Éxito con el 51%), 18 activos, 570.000 m2 de área arrendable<sup>(1)</sup>

Ingreso del desarrollo de los proyectos Viva Envigado y Tunja



Tasa de ocupación del 92%  
(a marzo/21)  
+20 pb vs dic/20

Servicios disponibles: Viva Online, Click & Collect y Domicilios



1) Data as of 1Q21. NPL: Non-performing loans

## Puntos Colombia



17 M clientes (4.9 M con Habeas Data)

+100 marcas aliadas

6.600 millones de puntos redimidos en 1T21

Llegando al 34% de los colombianos

## Retail financiero



✓ **NPL30** bajo control a un solo dígito

✓ **2.7 M tarjetas emitidas a la fecha**  
(90 mil emitidas en 1Q21)

✓ **Portafolio de créditos de \$ 3.0 B**

## TUYA Pay (billetera digital)



- Lanzamiento en 2020
- Integrado con el ecosistema de Éxito
- Transferencias de dinero entre cuentas
- Retiro de dinero en las cajas del Éxito
- Bolsillo para recibir el cambio de las compras
- Pago QR en tiendas



# Actividades Innovadoras 1T21

Apalancando el crecimiento de la compañía a través de la monetización del tráfico y los datos



## Éxito Media

Trabajo con aliados estratégicos utilizando inteligencia de negocios



Foco en medios digitales para monetización de tráfico



Uso de un portafolio de servicios que incluye la comercialización de espacios y audiencias, realización de campañas en línea, otros sitios (Google y Facebook), en tiendas y CRM



Éxito Media incrementó sus ingresos 84% en 1T21

**éxito**  
**media**

## Plataforma de pagos

Nueva alianza con Redeban para aprovechar el tráfico de las tiendas y el conocimiento financiero para convertirse en una de las mayores plataformas de pago en Colombia

Plataforma de pagos Kiire realizó más de 13.2 M de transacciones durante los 2 primeros meses de operación





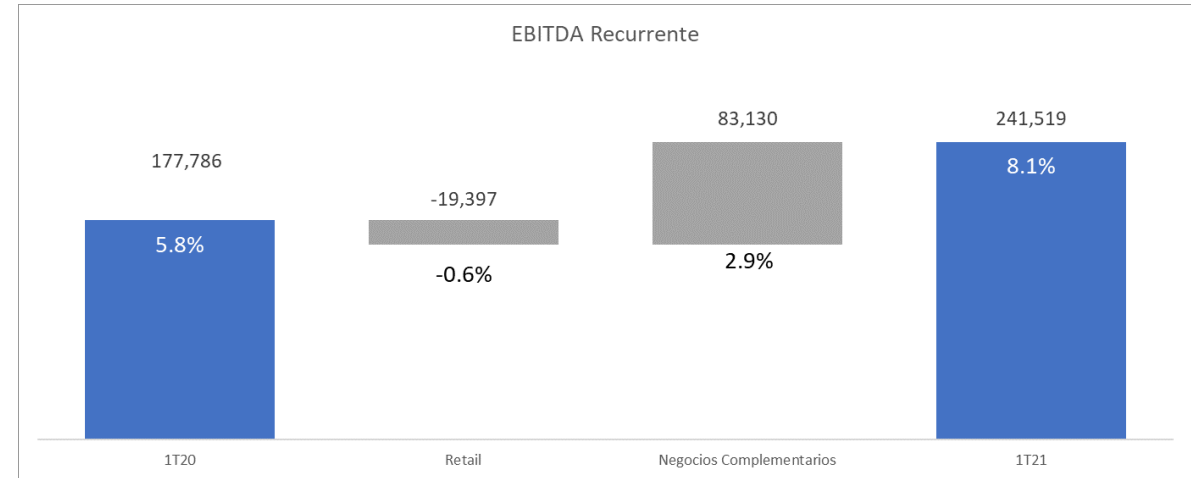


# Resultados Operacionales 1T21: Colombia

Mayores márgenes (+232 pb) por negocios complementarios y solidez de la operación en tiendas



en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	2,746,660	2,913,612	(5.7%)
Otros Ingresos Operacionales	219,366	137,956	59.0%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,966,026</b>	<b>3,051,568</b>	<b>(2.8%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>724,553</b>	<b>672,129</b>	<b>7.8%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>24.4%</i>	<i>22.0%</i>	<i>240 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(597,693)</b>	<b>(603,648)</b>	<b>(1.0%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.2%</i>	<i>19.8%</i>	<i>37 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>126,860</b>	<b>68,481</b>	<b>85.2%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.3%</i>	<i>2.2%</i>	<i>203 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>241,519</b>	<b>177,786</b>	<b>35.8%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.1%</i>	<i>5.8%</i>	<i>232 bps</i>



## Ingresos Operacionales

- Contribuyeron a las ventas: (i) el crecimiento omnicanal (2,2x), (ii) los modelos innovadores, y (iii) el crecimiento de la categoría no alimentos (14,9%)
- Ventas afectadas por: (i) base más alta por aprovisionamiento por COVID-19 (3,7 p.p.) y venta de inmuebles, y (ii) mayor cierre de tiendas en 1T21.
- Crecimiento de otros ingresos impulsado por un ingreso inmobiliario no recurrente (+5% excluyéndolo).

## Margen bruto

- +240 pb impulsados por el aumento de los ingresos inmobiliarios y el resurgimiento de las regalías de TUYA
- El margen del retail (excluyendo otros ingresos) mejoró 6 pb versus 1T20 gracias a la eficiencia de costos

## EBITDA recurrente

- GA&V crecieron por debajo del IPC y disminuyeron en porcentaje y valor por las eficiencias operativas, a pesar del efecto de los menores volúmenes.
- Un sólido margen EBITDA<sup>(1)</sup> recurrente beneficiado por el resultado de los negocios complementarios y de una estructura retail más optimizada

Nota: Incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en Colombia. (1) Retail se refiere a las variaciones de EBITDA del retail, servicios bancarios en tienda, comisiones, el negocio de transferencias de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de EBITDA de los negocios inmobiliario, financiero (regalías de TUYA), telefonía móvil, viajes, y servicios logísticos.



# Resultados Operacionales 1T21: Uruguay



Un sólido margen EBITDA recurrente del 10,3% a pesar de la peor temporada de vacaciones de los últimos tiempos

en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	625,262	704,000	(11.2%)
Otros Ingresos Operacionales	5,524	6,285	(12.1%)
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>630,786</b>	<b>710,285</b>	<b>(11.2%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>218,430</b>	<b>237,929</b>	<b>(8.2%)</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.6%</i>	<i>33.5%</i>	<i>113 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(165,877)</b>	<b>(170,743)</b>	<b>(2.8%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>26.3%</i>	<i>24.0%</i>	<i>226 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>52,553</b>	<b>67,186</b>	<b>(21.8%)</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>8.3%</i>	<i>9.5%</i>	<i>(113) bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>65,242</b>	<b>80,146</b>	<b>(18.6%)</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.3%</i>	<i>11.3%</i>	<i>(94) bps</i>

Resultados en pesos colombianos afectados por un efecto en tasa de cambio de -7,8%

## Ingresos Operacionales

- Ventas netas<sup>(1)</sup> y VMM<sup>(1)</sup> decrecieron 3,0% y 4,5% respectivamente.
- Las ventas omnicanal crecieron 1,3 veces y la participación sobre ventas fue del 3,3% (+90 pb).
- La categoría de no alimentos creció 6,1%.
- Ventas afectadas por el cierre de fronteras durante la temporada de vacaciones y la mayor base en el 1T20 debido al aprovisionamiento por COVID-19.

## Margen bruto

- Aumento de los márgenes gracias a la eficiencia en las rebajas otorgadas y en logística, que compensan el efecto de menores volúmenes.

## EBITDA recurrente

- Los gastos crecieron por debajo del IPC en moneda local (5,3% vs 8,3%), principalmente por eficiencias operativas y a pesar de una menor dilución de las ventas.
- El margen EBITDA recurrente siguió siendo sólido, doble dígito, gracias a las eficiencias internas y a pesar de un ambiente macro retador.



# Resultados Operacionales 1T20: Argentina



La operación reflejó los efectos de un ambiente macro adverso y las restricciones de la pandemia

en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	218,291	282,276	(22.7%)
Otros Ingresos Operacionales	4,182	9,254	(54.8%)
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>222,473</b>	<b>291,530</b>	<b>(23.7%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>73,564</b>	<b>91,925</b>	<b>(20.0%)</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.1%</i>	<i>31.5%</i>	<i>153 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(78,182)</b>	<b>(91,646)</b>	<b>(14.7%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>35.1%</i>	<i>31.4%</i>	<i>371 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>(4,618)</b>	<b>279</b>	<b>(1755.2%)</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>(2.1%)</i>	<i>0.1%</i>	<i>(217) bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>(67)</b>	<b>4,900</b>	<b>(101.4%)</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>(0.0%)</i>	<i>1.7%</i>	<i>(171) bps</i>

Resultados en pesos colombianos afectados por un efecto en tasa de cambio de -35.6%

## Ingresos Operacionales

- Las ventas netas y VMM (+21,2 %<sup>(1)</sup>) reflejaron: (i) una mayor base por aprovisionamiento (ii) restricciones de movilidad, (iii) la extensión de la política de restricción de aumento de precios, y (iv) las limitaciones de las importaciones.
- Los ingresos del negocio inmobiliario se vieron afectados por los toques de queda y los descuentos concedidos a los locatarios para proteger las tasas de ocupación, que alcanzaron el 89%.

## Margen bruto

- El margen estuvo beneficiado por una menor participación de eventos promocionales y estrategias de precios adecuadas que compensaron:
  - Las restricciones del sector
  - Las limitaciones de abastecimiento
  - La menor contribución del negocio inmobiliario

## EBITDA recurrente

- Los gastos crecieron por debajo del IPC en moneda local beneficiados por ahorros en gastos laborales, servicios públicos y de mercadeo.
- Libertad logró mantener una posición de caja estable a pesar de tener un margen operacional afectado por menores volúmenes.

Nota: Los datos incluyen el efecto FX de -35,6% en el 1T21 calculado con el tipo de cambio de cierre. Según la CAME, las ventas al por menor argentinas disminuyeron un 0,5% a marzo frente a N-1. (1) En moneda local e incluyendo el ajuste por efecto calendario de -1,1% en el 1T21





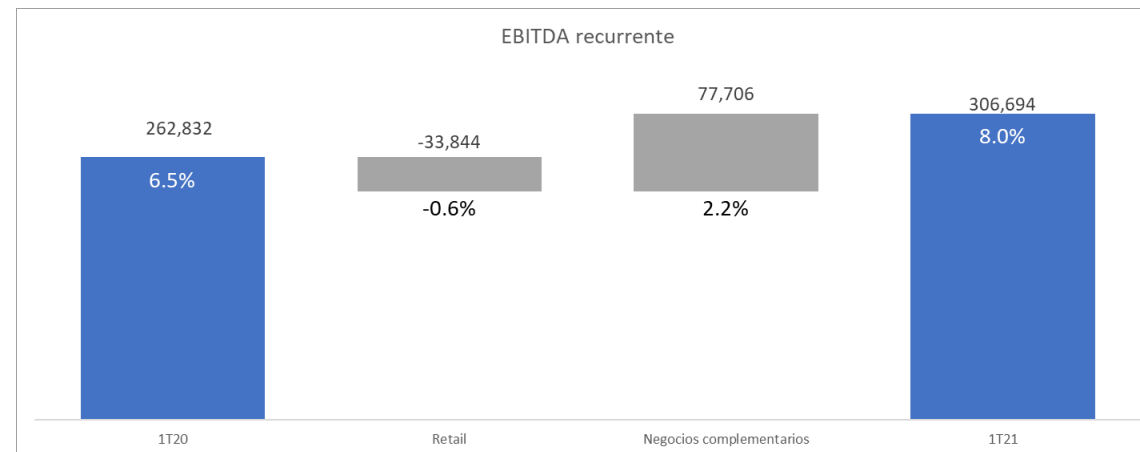
# Resultados Operacionales Consolidados 1T21

Sólidos negocios complementarios y retail resiliente impulsaron el EBITDA recurrente



en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	3,590,213	3,899,888	(7.9%)
Otros Ingresos Operacionales	228,959	152,543	50.1%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,819,172</b>	<b>4,052,431</b>	<b>(5.8%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,016,535</b>	<b>1,001,122</b>	<b>1.5%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.6%</i>	<i>24.7%</i>	<i>191 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(841,740)</b>	<b>(865,176)</b>	<b>(2.7%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>22.0%</i>	<i>21.3%</i>	<i>69 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>174,795</b>	<b>135,946</b>	<b>28.6%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>3.4%</i>	<i>122 bps</i>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>84,957</b>	<b>21,987</b>	<b>286.4%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>2.2%</i>	<i>0.5%</i>	<i>168 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>306,694</b>	<b>262,832</b>	<b>16.7%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.0%</i>	<i>6.5%</i>	<i>154 bps</i>

Resultados en pesos colombianos afectados por un efecto en tasa de cambio de -3,9% en las ventas y -3,0% en el EBITDA recurrente



## Ingresos Operacionales

- Crecimiento omnicanal (2,1x excluyendo tasa de cambio) y contribución de modelos innovadores.
- Mayor base de ventas en el 1T20 por pandemia (3,8 p.p.) y la venta de inmuebles.
- Aumento de los cierres en 1T21.
- Negocios complementarios impulsados principalmente por el inmobiliario en Col y el resurgimiento de las regalías de TUYA

## Margen bruto

- Eficiencias en costos y contribución de un ingreso no recurrente de negocios complementarios en Colombia.
- Margen retail +18 pb frente al 1T20 (excluyendo otros ingresos), por eficiencias de costos en todos los países.

## EBITDA recurrente

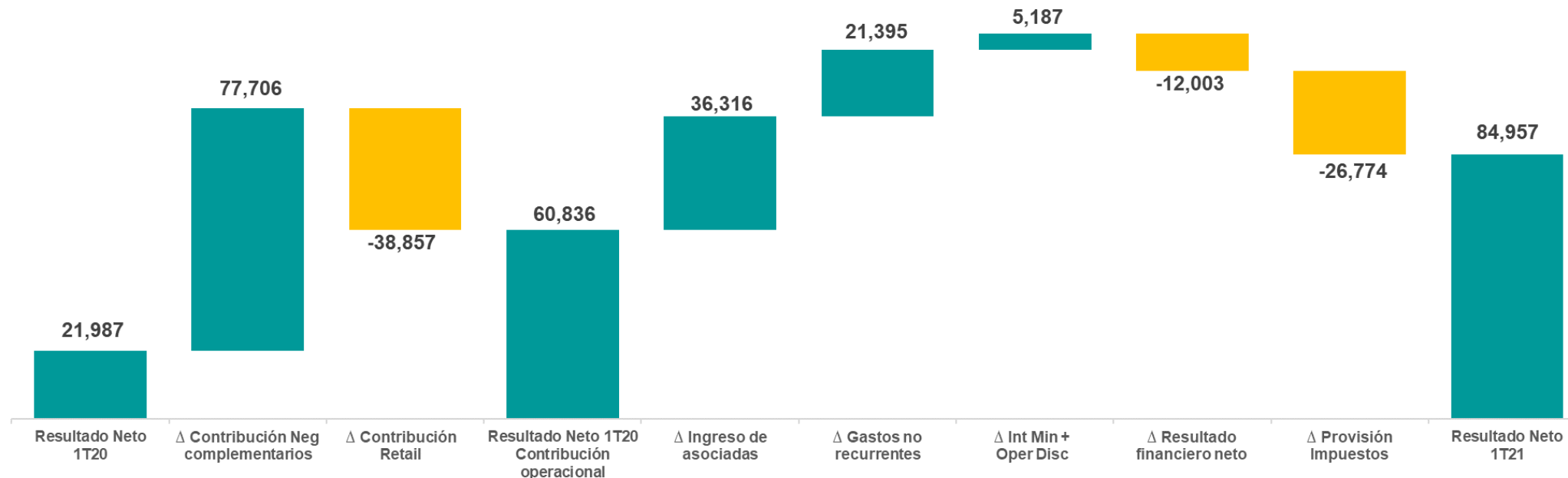
- Los GA&V crecieron por debajo de la inflación en todos los países gracias a la mayor productividad y al aumento de la participación del mercadeo digital.
- El EBITDA<sup>(1)</sup> recurrente se benefició del control de los gastos y de la importante contribución del negocio inmobiliario y las regalías de TUYA.

Nota: Incluye resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, eliminaciones, el efecto de tasa de cambio (-3,9% en las ventas y -3,0% en EBITDA recurrente), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrado como resultado neto de operaciones discontinuas. (1) Retail se refiere a las variaciones de EBITDA de retail, servicios bancarios en tienda, comisiones, el negocio de envío de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de EBITDA de los negocios inmobiliario, financiero (regalías de TUYA), telefonía móvil, viajes, y servicios logísticos.



# Resultado Neto del Grupo 1T21

Utilidad neta +3,9 veces por la diversificación de estrategias y una estructura más eficiente

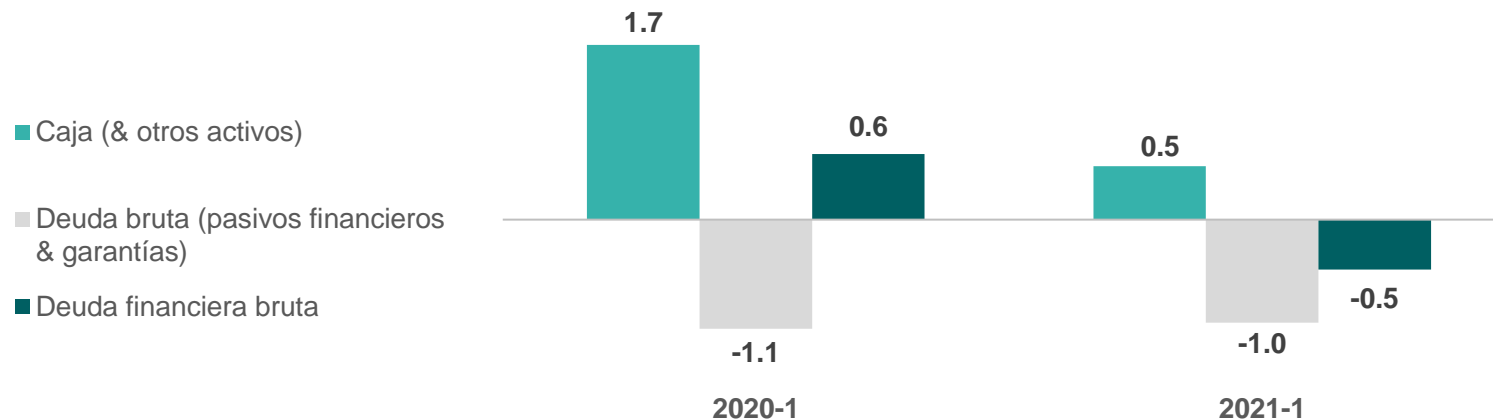


## Hechos destacados

- *Contribución importante de la estrategia de diversificación del grupo en negocios complementarios - principalmente el inmobiliario y el financiero (regalías de TUYA y niveles de provisión normalizados) - y variaciones positivas en los gastos no recurrentes por el estricto control.*
- *Las variaciones en el impuesto a la renta reflejaron pagos cercanos a las tasas establecidas, un mayor gasto financiero y una disminución de los ingresos financieros por la reducción de las tasas de interés.*
- *La utilidad por acción creció a \$ 189.8 pesos versus los \$ 49.1 registrados en el 1T20.*

# Deuda neta y caja a nivel de la holding 1T20 (1)

Una posición de caja saludable y un nivel de deuda bruta ligeramente más bajo



Cifras en billones de pesos colombianos

## Hechos destacados

- La posición de caja en el 1T21 fue de \$514.000 M y la deuda bruta ascendió a \$1 billón (incluyendo el pago de dividendos de COP\$1.1 billones)
- La ligera reducción de la deuda bruta se explicó principalmente por las amortizaciones y el pago de los créditos rotativos.
- La tasa repo en Colombia se mantuvo en su nivel más bajo en 1,75% (vs. 3,75% a mar/20)



## LatAm

- La utilidad neta creció 3,9 veces gracias a los sólidos resultados de la estrategia de diversificación y a las eficiencias de costos y gastos en todas las operaciones.
- El margen EBITDA recurrente aumentó (+154 pb) a pesar de una base más alta y mayores cierres en toda la región, impulsado principalmente por los ingresos inmobiliarios y el resurgimiento de las regalías del negocio financiero en Colombia.
- El enfoque estratégico en la omnicanalidad rentable y los modelos innovadores siguieron contribuyendo al desempeño de las ventas.

## Colombia

- La omnicanalidad mantuvo su tendencia positiva, las ventas crecieron 2,2 veces y la participación aumentó al 13% frente al 5,7% en el 1T20.
- Los formatos innovadores FreshMarket y WOW aumentaron la participación sobre ventas (19,7%).
- La contribución material de los negocios inmobiliario y financiero confirmaron su relevancia estratégica.

## Uruguay

- Nivel de margen operacional en dos dígitos soportado en las eficiencias operacionales y menores niveles de gasto.
- Crecimiento de las ventas omnicanal (1,3 veces).

## Argentina

- Posición de caja estable gracias al control de gastos, a pesar de ambiente macro y del sector que afectaron los volúmenes y los márgenes.

# Anexos

# Resultados financieros consolidados 1T21

Cifras consolidadas



en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	3,590,213	3,899,888	(7.9%)
Otros Ingresos Operacionales	228,959	152,543	50.1%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,819,172</b>	<b>4,052,431</b>	<b>(5.8%)</b>
Costo de Ventas	(2,785,351)	(3,034,922)	(8.2%)
Costo Depreciación y Amortización	(17,286)	(16,387)	5.5%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>1,016,535</b>	<b>1,001,122</b>	<b>1.5%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.6%</i>	<i>24.7%</i>	<i>191 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(841,740)</b>	<b>(865,176)</b>	<b>(2.7%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>22.0%</i>	<i>21.3%</i>	<i>69 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>174,795</b>	<b>135,946</b>	<b>28.6%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>3.4%</i>	<i>122 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(9,666)	(31,061)	(68.9%)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>165,129</b>	<b>104,885</b>	<b>57.4%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.3%</i>	<i>2.6%</i>	<i>174 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(46,331)	(34,328)	35.0%
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	12,918	(23,398)	155.2%
<b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>	<b>131,716</b>	<b>47,159</b>	<b>179.3%</b>
Impuesto Renta	(31,291)	(4,517)	N/A
<b>Resultado Neto Operaciones Continuas</b>	<b>100,425</b>	<b>42,642</b>	<b>135.5%</b>
Participación de no Controlantes	(15,463)	(20,401)	(24.2%)
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	(5)	(254)	(98.0%)
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>84,957</b>	<b>21,987</b>	<b>286.4%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>2.2%</i>	<i>0.5%</i>	<i>168 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>306,694</b>	<b>262,832</b>	<b>16.7%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.0%</i>	<i>6.5%</i>	<i>154 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>297,028</b>	<b>231,771</b>	<b>28.2%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.8%</i>	<i>5.7%</i>	<i>206 bps</i>
<b>Utilidad por Acción</b>	<b>189.8</b>	<b>49.1</b>	<b>N/A</b>

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto en tasa de cambio (-3,9% en ventas y -3,0% en el EBITDA recurrente en el 1T21), y la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrada como resultado neto de operaciones discontinuadas.



# Estado de Resultados e inversiones por país 1T21



<b>Estado de Resultados</b>	<b><u>Colombia</u></b>	<b><u>Uruguay</u></b>	<b><u>Argentina</u></b>	<b><u>Consol</u></b>
<b>en millones de pesos colombianos</b>	<b>1Q21</b>	<b>1Q21</b>	<b>1Q21</b>	<b>1Q21</b>
Ventas netas	2,746,660	625,262	218,291	3,590,213
Otros Ingresos Operacionales	219,366	5,524	4,182	228,959
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,966,026</b>	<b>630,786</b>	<b>222,473</b>	<b>3,819,172</b>
Costo de Ventas	(2,225,207)	(411,165)	(149,080)	(2,785,351)
Costo Depreciación y Amortización	(16,266)	(1,191)	171	(17,286)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>724,553</b>	<b>218,430</b>	<b>73,564</b>	<b>1,016,535</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>24.4%</i>	<i>34.6%</i>	<i>33.1%</i>	<i>26.6%</i>
Gastos O&AV	(499,300)	(154,379)	(73,460)	(727,127)
Gasto Depreciación y Amortización	(98,393)	(11,498)	(4,722)	(114,613)
<b>Total Gastos</b>	<b>(597,693)</b>	<b>(165,877)</b>	<b>(78,182)</b>	<b>(841,740)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.2%</i>	<i>26.3%</i>	<i>35.1%</i>	<i>22.0%</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>126,860</b>	<b>52,553</b>	<b>(4,618)</b>	<b>174,795</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.3%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(2.1%)</i>	<i>4.6%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(9,627)	1	(40)	(9,666)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>117,233</b>	<b>52,554</b>	<b>(4,658)</b>	<b>165,129</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.0%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(2.1%)</i>	<i>4.3%</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(40,663)</b>	<b>(997)</b>	<b>(4,671)</b>	<b>(46,331)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>241,519</b>	<b>65,242</b>	<b>(67)</b>	<b>306,694</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.1%</i>	<i>10.3%</i>	<i>(0.0%)</i>	<i>8.0%</i>
<b>CAPEX</b>				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	<b>212,682</b>	<b>18,229</b>	<b>961</b>	<b>231,872</b>
<i>en moneda local</i>	212,682	221	24	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto en tasa de cambio (-3,9% en la línea principal y -3,0% en el EBITDA recurrente en el 1T21). El perímetro colombiano incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

# Balance General Consolidado



en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Mar 2021	Var %	en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Mar 2021	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>15,649,974</b>	<b>14,508,607</b>	<b>(7.3%)</b>	<b>PASIVOS</b>	<b>8,245,701</b>	<b>7,051,913</b>	<b>(14.5%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>5,265,996</b>	<b>3,861,954</b>	<b>(26.7%)</b>	<b>Pasivo corriente</b>	<b>6,422,947</b>	<b>4,658,145</b>	<b>(27.5%)</b>
Caja y equivalentes de caja	2,409,391	903,405	(62.5%)	Cuentas por pagar	4,678,078	3,251,538	(30.5%)
Inventarios	1,922,617	1,958,673	1.9%	Pasivos por arrendamiento	223,803	223,916	0.1%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	471,202	403,819	(14.3%)	Obligaciones financieras	1,110,883	660,970	(40.5%)
Activos por impuestos	362,383	457,033	26.1%	Otros pasivos financieros	87,289	54,714	(37.3%)
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	19,942	21,128	5.9%	Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	0.0%
Otros	80,461	117,896	46.5%	Pasivos por impuestos	76,111	93,139	22.4%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>10,383,978</b>	<b>10,646,653</b>	<b>2.5%</b>	Otros	246,783	373,868	51.5%
Plusvalía	2,853,535	2,914,113	2.1%	<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>1,822,754</b>	<b>2,393,768</b>	<b>31.3%</b>
Otros activos intangibles	307,797	322,217	4.7%	Cuentas por pagar	68	69,881	N/A
Propiedades, planta y equipo	3,707,602	3,817,718	3.0%	Pasivos por arrendamiento	1,319,092	1,314,513	(0.3%)
Propiedades de Inversión	1,578,746	1,655,773	4.9%	Obligaciones financieras	344,779	838,646	N/A
Derechos de uso	1,317,545	1,323,591	0.5%	Otras provisiones	14,542	13,448	(7.5%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	267,657	295,075	10.2%	Pasivo por impuesto diferido	118,722	131,860	11.1%
Activo por impuesto diferido	234,712	214,384	(8.7%)	Pasivos por impuestos	4,463	4,440	(0.5%)
Otros	116,384	103,782	(10.8%)	Otros	21,088	20,980	(0.5%)
				<b>PATRIMONIO</b>	<b>7,404,273</b>	<b>7,456,694</b>	<b>0.7%</b>

en millones de pesos colombianos	Mar 2021	Mar 2020	Var %
<b>Ganancia</b>	<b>100,420</b>	<b>42,388</b>	<b>N/A</b>
Total ajustes para conciliar la ganacia (pérdida)	276,101	211,121	30.8%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(1,240,492)	(1,215,488)	2.1%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(232,437)	(51,536)	N/A
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(43,219)	757,773	N/A
<b>Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio</b>	<b>(1,516,148)</b>	<b>(509,251)</b>	<b>N/A</b>
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	10,162	21,239	(52.2%)
<b>(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(1,505,986)</b>	<b>(488,012)</b>	<b>N/A</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada</b>			
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>2,409,391</b>	<b>2,562,674</b>	<b>(6.0%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo</b>	<b>903,405</b>	<b>2,074,662</b>	<b>(56.5%)</b>



# Deuda por país y vencimiento 1T21

## Deuda neta por país

31 Mar de 2021 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	228,258	257,965	447,443	10,275	715,684
Deuda de largo plazo	819,593	838,646 -	0	-	838,646
<b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b>	<b>1,047,851</b>	<b>1,096,612</b>	<b>447,443</b>	<b>10,275</b>	<b>1,554,330</b>
Efectivo y equivalentes de efectivo	513,673	608,206	246,722	48,477	903,405
<b>Deuda Neta</b>	<b>- 534,178</b>	<b>- 488,406 -</b>	<b>200,721</b>	<b>38,202 -</b>	<b>650,925</b>

## Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Mar de 2021 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-mar-21
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Junio 2022	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2022	80,000
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	241,666
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	190,000
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	150,000
<b>Total deuda bruta (2)</b>	<b>1,665,000</b>			<b>996,666</b>

Nota: El perímetro 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) Tenencia de deuda bruta emitida 100% en pesos colombianos con una tasa de interés inferior al IBR3M + 4,0%; deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 1,736%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida.

# Estado de Resultados a nivel Holding 1T21 <sup>(1)</sup>



en millones de pesos colombianos	1Q21	1Q20	% Var
Ventas Netas	2,748,799	2,918,803	(5.8%)
Otros Ingresos Operacionales	160,715	70,484	128.0%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,909,514</b>	<b>2,989,287</b>	<b>(2.7%)</b>
Costo de Ventas	(2,222,299)	(2,363,688)	(6.0%)
Costo Depreciación y Amortización	(14,446)	(13,410)	7.7%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>672,769</b>	<b>612,189</b>	<b>9.9%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.1%</i>	<i>20.5%</i>	<i>264 bps</i>
Gastos O&AV	(457,075)	(460,079)	(0.7%)
Gasto Depreciación y Amortización	(93,015)	(88,781)	4.8%
<b>Total Gastos</b>	<b>(550,090)</b>	<b>(548,860)</b>	<b>0.2%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(18.9%)</i>	<i>(18.4%)</i>	<i>(55) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>122,679</b>	<b>63,329</b>	<b>93.7%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.2%</i>	<i>2.1%</i>	<i>210 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(5,535)	(21,888)	(74.7%)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>117,144</b>	<b>41,441</b>	<b>182.7%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.0%</i>	<i>1.4%</i>	<i>264 bps</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(48,693)</b>	<b>(39,597)</b>	<b>23.0%</b>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>84,957</b>	<b>21,987</b>	<b>286.4%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>2.9%</i>	<i>0.7%</i>	<i>218 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>230,140</b>	<b>165,520</b>	<b>39.0%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.9%</i>	<i>5.5%</i>	<i>237 bps</i>

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias Colombianas.

# Balance General a nivel Holding<sup>(1)</sup>






en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Mar 2021	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>13,468,080</b>	<b>12,268,017</b>	<b>(8.9%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>4,309,539</b>	<b>2,900,436</b>	<b>(32.7%)</b>
Caja y equivalentes de caja	1,969,470	513,673	(73.9%)
Inventarios	1,583,972	1,598,199	0.9%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	292,941	230,016	(21.5%)
Activos por impuestos	339,539	413,400	21.8%
Otros	123,617	145,148	17.4%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>9,158,541</b>	<b>9,367,581</b>	<b>2.3%</b>
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	166,511	171,338	2.9%
Propiedades, planta y equipo	1,909,426	1,958,278	2.6%
Propiedades de Inversión	89,246	89,223	(0.0%)
Derechos de uso	1,570,161	1,576,030	0.4%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negoc	3,618,703	3,804,528	5.1%
Otros	351,417	315,107	(10.3%)

<b>PASIVOS</b>	<b>7,264,217</b>	<b>6,021,557</b>	<b>(17.1%)</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>5,310,807</b>	<b>3,502,839</b>	<b>(34.0%)</b>
Cuentas por pagar	3,931,085	2,573,342	(34.5%)
Pasivos por arrendamiento	230,240	231,433	0.5%
Obligaciones financieras	647,934	183,964	(71.6%)
Otros pasivos financieros	81,366	44,294	(45.6%)
Pasivos por impuestos	68,274	65,485	(4.1%)
Otros	351,908	404,321	14.9%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>1,953,410</b>	<b>2,518,718</b>	<b>28.9%</b>
Pasivos por arrendamiento	1,554,725	1,557,433	0.2%
Obligaciones financieras	325,770	819,593	N/A
Otras provisiones	51,846	50,924	(1.8%)
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	21,069	90,768	N/A
<b>PATRIMONIO</b>	<b>6,203,863</b>	<b>6,246,460</b>	<b>0.7%</b>

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias Colombianas.



# Almacenes y área de ventas 1T21

	<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m2)</u>
	<b>Colombia</b>		
	Éxito	236	618,678
	Carulla	95	85,129
	Surtimax	72	32,726
	Super Inter	61	58,745
	Surtimayorista	34	33,621
	<b>Total Colombia</b>	<b>498</b>	<b>828,899</b>
	<b>Uruguay</b>		
	Devoto	59	40,127
	Disco	30	35,252
	Geant	2	16,411
	<b>Total Uruguay</b>	<b>91</b>	<b>91,790</b>
	<b>Argentina</b>		
	Libertad	15	103,967
	Mini Libertad	10	1,796
	<b>Total Argentina</b>	<b>25</b>	<b>105,763</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>614</b>	<b>1,026,452</b>

## Consolidado

- Mejora de resultado neto producto de un mejor desempeño operacional y la estabilidad de las líneas no operativas.
- Inversión consolidada de entre USD110 y USD130 M (priorizando las conversiones de las tiendas Wow y Fresh Market y el fortalecimiento de las plataformas de TI y logística para la omnicanalidad).
- Ingresos que reflejarán una mejor contribución de los negocios complementarios y ventas beneficiadas por la innovación y la omnicanalidad.

## Colombia

- Crecimiento de los ingresos por el dinamismo de la omnicanalidad y la recuperación gradual de los negocios complementarios.
- Mejora del margen EBITDA recurrente.
- Expansión retail de alrededor de 30 tiendas (entre aperturas, conversiones y remodelaciones).
- Inversión entre USD90 y USD110 M, enfocada en la optimización de tiendas, innovación y transformación digital.

## Uruguay

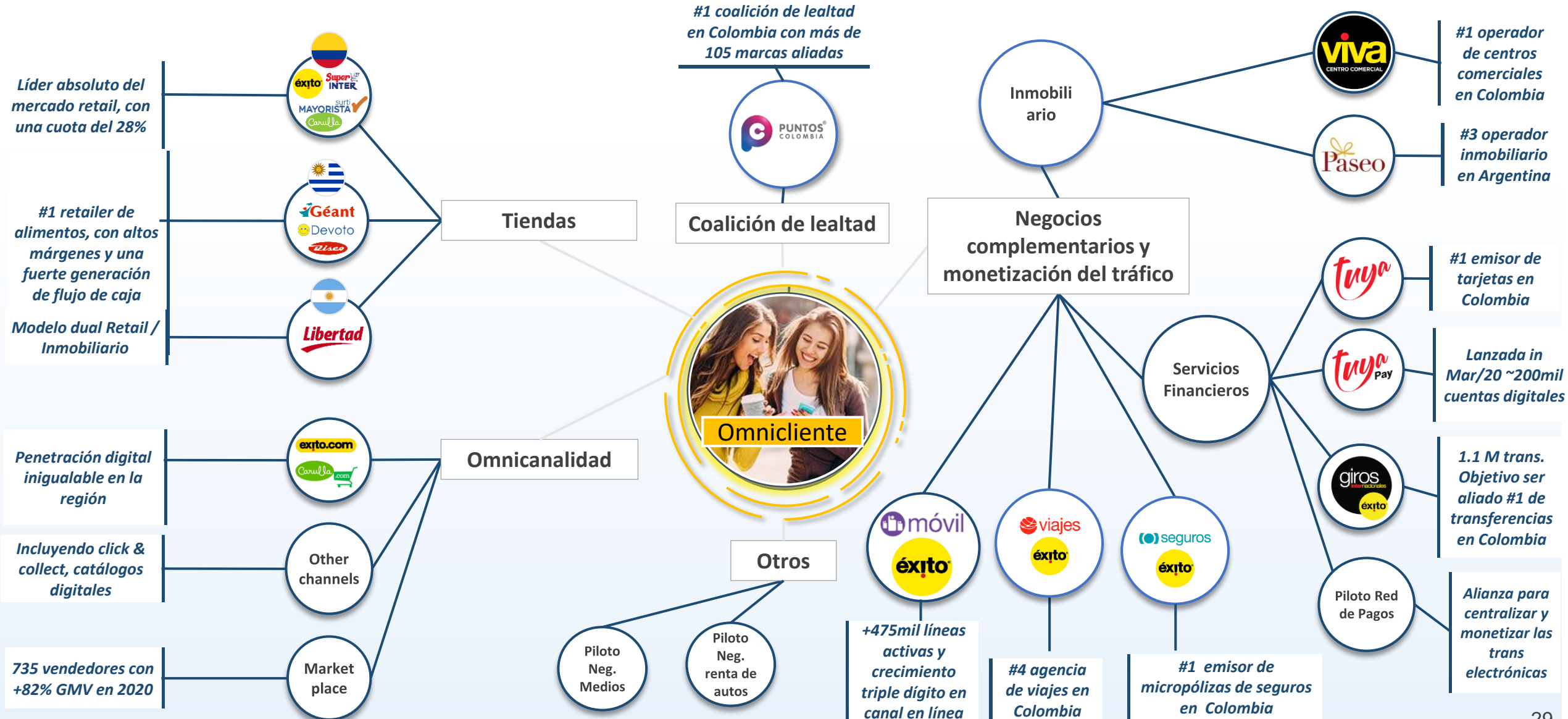
- Crecimiento de los ingresos por el dinamismo del omnicanal y la expansión de FreshMarket (representarían cerca del 4% y el 47% de las ventas totales frente al 3,3% y el 42,4% en 2020, respectivamente).
- Un alto nivel de margen EBITDA recurrente, aunque presionado por una débil temporada turística.

## Argentina

- Ventas reflejarán la mejor tendencia del retail, el desarrollo del e-commerce y la recuperación gradual del negocio inmobiliario.
- Mejora del margen de EBITDA recurrente.

# Ecosistema Grupo Éxito

Liderando las ventas retail a través de la innovación y la integración de las unidades de negocio en un ecosistema global con fuertes sinergias







# Pilares estratégicos Grupo Éxito

Liderando la transformación con foco en el cliente y las tendencias del retail



## Omnicliente



## Nuestros empleados

### 1. Innovación

- Modelos & Formatos
  - ✓ Premium & Mid: FreshMarket / WOW
  - ✓ Bajo costo: Surtimayorista / Aliados
- Marca propia
  - ✓ Alimentos/no alimentos

### 2. Omnicanal

- Comercio electrónico
  - ✓ exito.com / carulla.com
  - ✓ disco.com / geant.com / devoto.com
  - ✓ hiperlibertad.com
- Market Place
- Catálogos digitales
- Domicilios
- Última milla
  - ✓ Rappi
- Click & Collect / Click & Car

### 3. Transformación digital

- Apps
  - ✓ Éxito / Carulla
  - ✓ Disco / Geant / Devoto
  - ✓ Hiperlibertad
- Otros:
  - ✓ Éxito Media
  - ✓ Renta de autos
  - ✓ Startups
- Desarrollos
  - ✓ Frictionless
  - ✓ Servicio al cliente
  - ✓ Análisis de datos
  - ✓ Logística, abastecimiento
  - ✓ Gerencia Recurso H

### 4. Monetización activos-tráfico & mejores prácticas

- Coalición de lealtad
  - ✓ Puntos Colombia
- Negocios complementarios
  - ✓ Inmobiliario: VIVA / Paseo
  - ✓ Negocio financiero: TUYA / Hiper más / Giros / Red de pagos
  - ✓ Viajes
  - ✓ Seguros
  - ✓ Operador virtual telefónico
- Excelencia operacional
  - ✓ Logística y cadena de abastecimiento
  - ✓ Esquemas de productividad
  - ✓ Compras conjuntas

### 5. Sostenibilidad y valor compartido

- Gen Cero
  - ✓ Foco en la nutrición infantil
- Comercio sostenible
  - ✓ Compra directa local
- Mi Planeta
  - ✓ Protección del ambiente
- Estilo de vida saludable
  - ✓ Portafolio saludable clientes
- Bienestar laboral
  - ✓ Desarrollo de RRHH

Foco en mejorar

● Servicio al cliente

● Mercadeo relacional

● RH & Relación proveedores

● Desarrollos TI



**María Fernanda Moreno R.**

Directora de Relación con Inversionistas

+574 6049696 Ext 306560

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

Cr 48 No. 32B Sur – 139, Av. Las Vegas

Envigado, Colombia

[www.grupoÉxito.com.co](http://www.grupoÉxito.com.co)

[Éxitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com](mailto:Éxitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com)