

# Almacenes Éxito S.A.

## Estados Financieros Consolidados

## 2T22

Envigado, Colombia, Julio 27 de 2022 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció sus resultados para el segundo trimestre terminado el 30 de junio de 2022 (2T22). Todas las cifras están expresadas en millones (M) o billones (B) de pesos colombianos (COP), a menos que se indique lo contrario, y expresadas en escala larga (billones pesos representan 1.000.000.000.000). Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, y las eliminaciones.

***Aumento de los ingresos (+27,6%) y la eficiencia operacional, a pesar de las presiones por inflación, favorecieron el crecimiento del EBITDA recurrente (+21%) y de la Utilidad Neta (22,7%)***

### HECHOS DESTACADOS

#### Financieros

- **Los ingresos operacionales** crecieron 27,6% a \$4,7 billones en el 2T22 y 24% a \$9,3 billones en el 1S22. El desempeño de las ventas trimestrales fue impulsado por un sólido crecimiento retail (+28,1%), una alta participación omnicanal en las ventas (9,9%) y un mejor desempeño de formatos innovadores y negocios complementarios.
- **El EBITDA recurrente** alcanzó \$370.917 millones (+21%) y un margen de 7,9%, por dilución de gastos y eficiencias operacionales; en el 1S22 alcanzó \$726.080 millones (+18,4%) para un margen de 7,8%.
- **La Utilidad Neta** fue de \$62.264 millones (1,3% de margen) y mostró un sólido desempeño operacional que compensó los efectos de la NIC 29 en Argentina, mayores tasas de interés y provisiones en TUYA (por mayor dinámica comercial) y el uso de tasas de impuestos cercanas a las de ley.
- **UPA** creció 27% a \$143,9 por acción ordinaria en el 2T22 (vs \$113,4 reportados en el 2T21) calculada con las 432.621.453 acciones en circulación luego de la operación de recompra<sup>(1)</sup> de acciones.
- Las **inversiones consolidadas** fueron de \$88.640 millones, 76% enfocadas en actividades de expansión (retail e inmobiliario), innovación, omnicanal y transformación digital.

#### Operacionales

- Participación omnicanal sobre ventas consolidadas alcanzó 9,9% en 2T22 (Col 12,4%, Uru 2,8%, Arg 3,4%).
- El dinamismo comercial favoreció la cartera de crédito de TUYA (+48%) y los niveles de ocupación del negocio inmobiliario (93,1% en Colombia y 88% en Argentina).
- Formatos innovadores alcanzaron el 35,6% de participación en las ventas de Colombia (+213 pb vs 1T22); el modelo Fresh Market representó el 46,6% de Carulla en Colombia, el 50,5% en Uruguay y el 29% en Argentina.
- Eficiencias en Colombia y Argentina permitieron que los gastos crecieran por debajo del aumento en las ventas.
- La expansión de tiendas 12M<sup>(2)</sup> fue de 71 (Col 65, 6 Uru) para un total de 601 en la región y 1,02 M de m<sup>2</sup> de área.

#### Outlook 2022

- Crecimiento de los ingresos producto de la innovación, el omnicanal y los negocios complementarios.
- Mantener los niveles de EBITDA recurrente a nivel consolidado teniendo en cuenta las presiones inflacionarias sobre el gasto.
- Omnicanalidad representará una participación de un dígito alto de las ventas consolidadas.
- Expansión<sup>(1)</sup> en Colombia de 60 a 70 tiendas (área de ventas adicional cercana a 35.000 m<sup>2</sup>)
- Generación sostenible de flujo de caja para los accionistas.
- Criterios de Sostenibilidad centrados en la nutrición infantil y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena de suministro.
- ESG efforts to focus on child nutrition and on improving the sustainability of the procurement chain.

(1) Operación de recompra de acciones ejecutada al 30 de junio de 2022. (2) Expansión por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones; incluyendo el contrato de adquisición de mobiliario y derechos sobre 5 locales comerciales de La 14 en 2021 y 1 en 2022

## I. Seguimiento a los pilares estratégicos de sostenibilidad ASG 1S22

### Cero desnutrición

- En alianza con la Fundación Éxito, la Compañía benefició a 36,184 niños con programas de nutrición y complementos y entregó 84,026 paquetes alimentarios a niños y sus familias. En un trabajo conjunto, hay presencia en 144 municipios de 32 departamentos en Colombia

### Mi Planeta

- 312.000 árboles fueron donados por clientes, proveedores y empleados para cumplir con la meta de un millón de árboles nativos a ser sembrados en conjunto con Celsia al 2023.
- La Compañía logró recolectar 10.114 toneladas de material en la operación y 408,1 toneladas de material reciclable posconsumo.
- Grupo Éxito logró reducción de 16% en huella de carbono (Alcance 1 y 2) a mayo.

### Comercio sostenible

- La operación en Colombia compró localmente el 90,6% de las frutas y hortalizas.
- La Compañía registró 53 pequeñas y medianas empresas locales, ex proveedoras de Almacenes La 14 en la región del Valle del Cauca, con más de 2.200 empleados, en línea con el plan establecido para contribuir a la reactivación económica y la recuperación del empleo de esta parte del país.
- Grupo Éxito logró monitorear 176 fincas para alcanzar la meta de cero deforestaciones.
- El equipo comercial codificó 96 productos y 34 proveedores con la marca 'Paissana'.

### Somos integros

- Luego de la instrucción aprobada en la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas celebrada el 24 de marzo, la Junta Directiva emitió el reglamento de la operación de recompra presentada por la gerencia para maximizar el valor a los accionistas. Las reglas consideraron igualdad de condiciones para todos los accionistas (precio, condiciones y plazos), de acuerdo con las definiciones establecidas por el mercado y el regulador e incluyeron una valoración de acciones proporcionada por un tercero independiente. Así, se recompraron 14.982.863 de acciones a \$ 21.000 por un monto total de \$314.640.123.000 (quedando en circulación 432.621.453 acciones).
- Grupo Éxito fue destacado como la 4a empresa en términos de ingresos en Colombia por la revista Semana.
- Artistas locales pintaron 8 murales de graffiti en nuestras tiendas dentro del proyecto de colorear ciudades, como mecanismo para fortalecer el tejido social.
- La Compañía continuó con la implementación de la Debida Diligencia en Derechos Humanos

## **Nuestra gente**

- Grupo Éxito espera contratar a más de 5,200 empleados para operar las 6 tiendas adquiridas a La 14.
- La Compañía lanzó la 'Plataforma Equi-rutas' desarrollada para empresas colombianas.
- Grupo Éxito avanzó en la implementación de iniciativas para cumplir con el plan 'Vida Digna' para mejorar la calidad de vida de los colaboradores.

## **Vida Sana**

- La Compañía incrementó su portafolio de productos saludables a 7,773 referencias.

## **Premios & reconocimientos**

- Grupo Éxito se sumó al lanzamiento de Paissana, marca presentada por la Presidencia de Colombia para promover la comercialización de productos de territorios afectados por el conflicto armado. Para Grupo Éxito, el abastecimiento local ayuda a generar oportunidades para un país que aspira a cosechar paz, reconciliación, desarrollo y esperanza.
- El 90,6% del total de frutas y hortalizas que comercializa la Compañía en Colombia se compra a agricultores y productores locales, de los cuales el 93,8% corresponde a carne de res, búfalo y cerdo y el 81,3% a pescados y mariscos.
- Grupo Éxito fue reconocido por Fenalco - Valle del Cauca, El Tiempo y Portafolio por su compromiso sostenible en cambio climático, apoyo a agricultores locales, economía circular, diversidad e inclusión, protección de la biodiversidad, entre otros. El premio fue otorgado luego de evaluar las acciones sustentables de la Compañía como parte de su propósito superior de 'Nutrir a Colombia con oportunidades'.
- Grupo Éxito fue reconocido como líder en la categoría retail en los eCommerce Awards 2022 por el eCommerce Institute en alianza con la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. El proyecto impulsa el Comercio Digital en LatAm y reconoce a las empresas que han contribuido con innovación al desarrollo y fortalecimiento de la economía y el mercado digital

## II. Desempeño financiero y operacional consolidado

*“La consistencia de nuestra estrategia de innovación, el fortalecimiento del modelo omnicanal y la inversión en modelos diferenciados, como Wow, Fresh Market y Vecino, apalancaron significativamente los resultados del trimestre y llevaron a un crecimiento de las ventas consolidadas del 28,1%. Pretendemos seguir invirtiendo en innovación social y ambiental, transformación tecnológica y alternativas para mejorar la experiencia de los clientes. Creemos en la creación de empleo como motor de desarrollo; con la apertura de nuestra primera tienda adquirida a La 14 en Tuluá, trabajamos en el progreso de las regiones, mediante la codificación de 53 ex proveedores que ya generaron más de 2.200 empleos en el Valle del Cauca (se espera que más de 5.200 empleados se incorporen directamente a la Compañía en la región para operar las 6 tiendas La 14 adquiridas). Seguiremos alimentando a Colombia con oportunidades, contribuyendo al crecimiento y bienestar de nuestros niños y ayudando a cuidar el planeta y nuestros ecosistemas”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, director general de Grupo Éxito.*

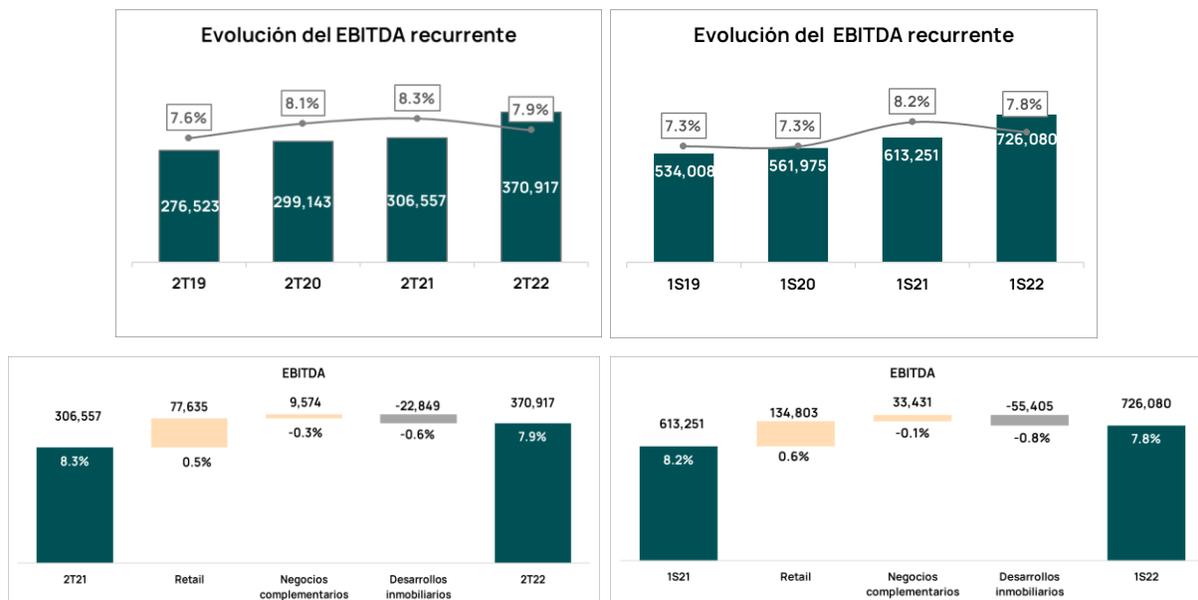
| en millones de pesos colombianos      | 2Q22             | 2Q21             | % Var           | 1H22             | 1H21             | % Var            |
|---------------------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas Netas                          | 4,530,238        | 3,536,415        | 28.1%           | 8,905,386        | 7,126,628        | 25.0%            |
| Otros Ingresos Operacionales          | 186,977          | 160,272          | 16.7%           | 413,796          | 389,231          | 6.3%             |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>   | <b>4,717,215</b> | <b>3,696,687</b> | <b>27.6%</b>    | <b>9,319,182</b> | <b>7,515,859</b> | <b>24.0%</b>     |
| Utilidad Bruta                        | 1,186,872        | 959,633          | 23.7%           | 2,361,370        | 1,976,168        | 19.5%            |
| <i>Margen Bruto</i>                   | <i>25.2%</i>     | <i>26.0%</i>     | <i>(80) bps</i> | <i>25.3%</i>     | <i>26.3%</i>     | <i>(95) bps</i>  |
| Total Gastos                          | (960,123)        | (788,691)        | 21.7%           | (1,923,545)      | (1,630,431)      | 18.0%            |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                  | <i>20.4%</i>     | <i>21.3%</i>     | <i>(98) bps</i> | <i>20.6%</i>     | <i>21.7%</i>     | <i>(105) bps</i> |
| Utilidad Operacional Recurrente (ROI) | 226,749          | 170,942          | 32.6%           | 437,825          | 345,737          | 26.6%            |
| <i>Margen ROI</i>                     | <i>4.8%</i>      | <i>4.6%</i>      | <i>18 bps</i>   | <i>4.7%</i>      | <i>4.6%</i>      | <i>10 bps</i>    |
| <b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>     | <b>62,264</b>    | <b>50,744</b>    | <b>22.7%</b>    | <b>126,803</b>   | <b>135,701</b>   | <b>(6.6%)</b>    |
| <i>Margen Neto</i>                    | <i>1.3%</i>      | <i>1.4%</i>      | <i>(5) bps</i>  | <i>1.4%</i>      | <i>1.8%</i>      | <i>(44) bps</i>  |
| EBITDA Recurrente                     | 370,917          | 306,557          | 21.0%           | 726,080          | 613,251          | 18.4%            |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>       | <i>7.9%</i>      | <i>8.3%</i>      | <i>(43) bps</i> | <i>7.8%</i>      | <i>8.2%</i>      | <i>(37) bps</i>  |

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7.6 en las ventas y 7.8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4.9% en 1S22 respectivamente. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de transferencia de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de los negocios inmobiliario, financiero (regalías TUYA), móvil y de viajes, y los servicios logísticos. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

- **Ingresos operacionales consolidados** en el 2T22 crecieron 27,6% (+25,7% al excluir el efecto de TC de 7,6%) a \$ 4,7 billones impulsado por una sólida evolución del retail<sup>(1)</sup> en todos los países, impulsada por la innovación, la omnicanalidad (9,9% de participación en las ventas) y dinamismo comercial. Durante el 1S22, los ingresos brutos crecieron un 24% (+22,7% al excluir un efecto cambiario del 4%).
- **Ventas netas trimestrales** registró un crecimiento de 28,1% y sumó \$4.5 billones impulsado por un sólido desempeño de las actividades comerciales y mayores niveles de consumo en la región. En el 1S22 las ventas netas totalizaron \$8.9 billones, un crecimiento de 25% versus el mismo periodo del año anterior.
- **Otros ingresos** aumentaron 16.7% y 6.3%, durante el 2T y 1S de 2022, respectivamente. El resultado reflejó la base más alta con \$ 75k millones de ingresos por desarrollo inmobiliario por la finalización de los proyectos

VIVA Envigado y Tunja registrados en el 1T21 que compensaron los \$33 mil millones registrados por la finalización de VIVA Envigado en el 1T22.

- **Margen bruto** fue 25.2% en 2T22 y 25.3% en 1S22 como porcentaje de Ingresos operacionales y se redujo en 80 pb y 95 pb, respectivamente, por mayor activación promocional y efecto de la mezcla (al considerar la alta contribución al margen de venta de proyectos inmobiliarios en la base) .
- **Los gastos de administración y ventas** reflejaron eficiencias operacionales en todas las unidades de negocio que llevaron a que los gastos crecieran por debajo de la evolución de las ventas tanto en el 2T como en el primer semestre de 2022, a pesar de las presiones inflacionarias.
- **EBITDA recurrente** creció 21% con un margen de 7.9% (-43 pb) en el 2T22 y 18.4% con margen de 7.8% (-37 pb) en el 1S22 como porcentaje de Ingresos operacionales. Los márgenes reflejaron la dilución de gastos y eficiencias operacionales, parcialmente compensadas por una mayor activación comercial y la alta contribución de las ventas de proyectos inmobiliarios en la base.

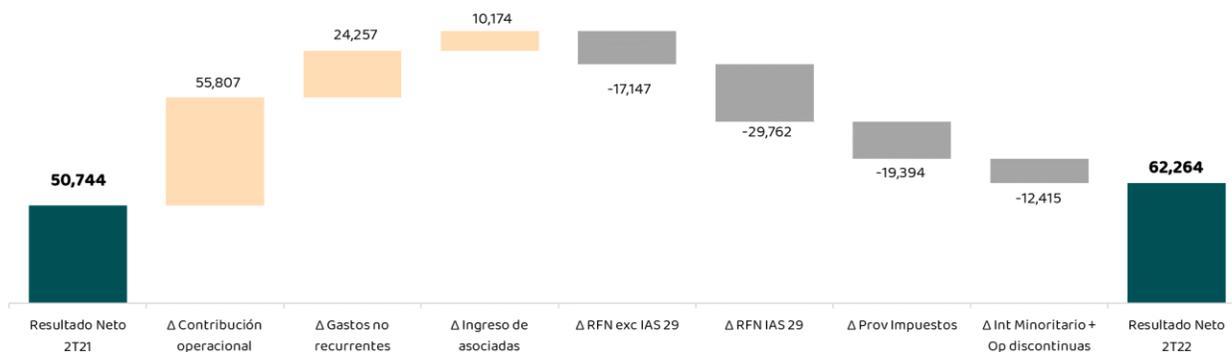


El EBITDA recurrente creció 30,7% (+7 pb en margen) en 2T22 y 32,6% (+40 pb en margen) en 1S22 al ajustar los ingresos por desarrollo inmobiliario y venta de activos inmobiliarios en ambos periodos.

| in COP M                        | 2Q22             | 2Q21             | % Var           | 1H22             | 1H21             | % Var           |
|---------------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Ventas Netas                    | 4,530,238        | 3,480,081        | 30.2%           | 8,879,126        | 7,070,094        | 25.6%           |
| Otros ingresos                  | 186,977          | 160,272          | 16.7%           | 380,848          | 314,293          | 21.2%           |
| <b>Ingresos Operacionales</b>   | <b>4,717,215</b> | <b>3,640,353</b> | <b>29.6%</b>    | <b>9,259,974</b> | <b>7,384,387</b> | <b>25.4%</b>    |
| <b>Utilidad bruta</b>           | <b>1,186,872</b> | <b>936,784</b>   | <b>26.7%</b>    | <b>2,318,905</b> | <b>1,878,298</b> | <b>23.5%</b>    |
| <i>Margen bruto</i>             | <i>25.2%</i>     | <i>25.7%</i>     | <i>(57) bps</i> | <i>25.0%</i>     | <i>25.4%</i>     | <i>(39) bps</i> |
| <b>EBITDA recurrente</b>        | <b>370,917</b>   | <b>283,708</b>   | <b>30.7%</b>    | <b>683,615</b>   | <b>515,381</b>   | <b>32.6%</b>    |
| <i>Margen EBITDA recurrente</i> | <i>7.9%</i>      | <i>7.8%</i>      | <i>7 bps</i>    | <i>7.4%</i>      | <i>7.0%</i>      | <i>40 bps</i>   |

Nota: PyG consolidado ajustado excluyendo los ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

- Resultado Neto Consolidado del Grupo** en el 2T22 fue una utilidad de \$62.264 millones, que se compara con la utilidad de \$50.744 millones del mismo periodo del año anterior. La **Utilidad Neta** se deriva de la contribución positiva del negocio minorista y menores gastos no recurrentes (principalmente la venta de activos en Argentina). Efectos negativos en el resultado neto están relacionados con el efecto inflacionario de Argentina (NIC 29), mayores tasas de interés y provisiones en TUYA y el uso de tasas de impuestos cercanas a las legales en Colombia.



Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7.6% en las ventas y 7.8% en el EBITDA recurrente en 2T22 y 4% y 4.9% en 1S22, respectivamente).

## Utilidad por acción (UPA)

- La utilidad por acción diluida creció 27% a \$143,9 por acción ordinaria en el 2T22, calculada con las 432.621.453 acciones en circulación luego de la operación de recompra ejecutada al 30 de junio de 2022, que compara con los COP \$113,4 reportados en el 2T21. En el 1S22, la utilidad por acción alcanzó \$293,1 por acción ordinaria que se compara con los \$303,2 reportados en el 1S21.

## CAPEX

- Las inversiones consolidadas** al 2T22 fueron \$88.640 millones, de los cuales cerca del 76% se enfocó en actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital durante el periodo, y el resto, a mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualización de sistemas de TI y logística.

## Expansión

- En los últimos doce meses, Grupo Éxito sumó 71 tiendas entre aperturas, reformas y conversiones (65 en Colombia y 6 en Uruguay). La Compañía alcanzó 601 tiendas retail de alimentos, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 485 tiendas en Colombia, 91 en Uruguay y 25 en Argentina, y el área de venta consolidada alcanzó 1,02 millones de metros cuadrados. El conteo de tiendas no incluye los 1.590 aliados en Colombia.

## Actividades comerciales

### Colombia

Los principales eventos comerciales realizados durante el trimestre por marca fueron:

- **Éxito:** 'Mi Descuento', del 13 de mayo al 1 de junio, con cupones de descuento descargados a través de la app o en línea. 'Clic Fest' del 4 al 10 de abril, un festival de descuento exclusivamente online con ofertas tanto en las categorías de alimentos como en de no alimentos. 'Oferta Relámpago' con ofertas a corto plazo en tecnología (principalmente móviles y TV) y ropa. Lanzamiento de 'Moda Éxito consciente con el planeta' con más de 90 prendas de vestir de marcas propias de Éxito elaboradas con productos reciclables y prácticas sustentables. 'Día del padre' con una colección especial de ropa disponible del 1 al 20 de junio. Del 29 de junio al 17 de julio se llevó a cabo el evento promocional 'Mega Promo'.
- **Carulla:** 'Cava Carulla' con más del 30% de descuento en whiskies con garantía de entregas inferiores a 60 minutos. La feria 'Vida Saludable' ofreció un 20% de descuento en productos saludables y consejos de expertos en nutrición y hábitos saludables. El 'Festival del Vino' realizado del 21 de abril al 15 de mayo, ofreció hasta un 50% de descuento en vinos importados y ofertas especiales en vinos orgánicos, biodinámicos y veganos. Del 21 al 24 de abril se llevó a cabo la "Semana Verde", a través de la app Carulla y carulla.com, con descuentos exclusivos en abarrotes y productos para el hogar. La fiesta del 'Black Friday' ofreció hasta 40% de descuento en licores, 30% en productos de cuidado personal y 50% en ropa. 'Mi Descuento', del 13 de mayo al 1 de junio, ofreció cupones de descuento para descargar a través de la aplicación o en línea.
- **Segmento Bajo costo:** en Surtimax realizamos 'Gangazo' con las mejores ofertas tanto en marcas nacionales como de distribuidor; Viernes de fiesta con ofertas en licores y snacks todos los viernes de la semana, y Vida saludable con ofertas especiales en productos saludables. En Super Inter realizamos 'Madrugón ahorrador' con descuentos especiales; 'Festival del aseo' realizado del 13 al 30 de abril con precios rebajados en productos de limpieza y cuidado personal y un súper premio de \$300.000 en bono para los 10 clientes con más compras, para redimir en nuestras tiendas; 'Miércoles de vida sana' con hasta un 15% de descuento en referencias seleccionadas de productos saludables; y por último, 'Mi

Descuento, del 13 de mayo al 1 de junio, con cupones de descuento descargados a través de la app u online

Durante el trimestre se llevaron a cabo importantes actividades comerciales adicionales en todas las marcas, como el Día de la Madre y el Padre y el 2o Día sin IVA del año, que registraron máximos históricos en el crecimiento de las ventas (+33% vs. el evento realizado en 1T22) impulsada por la categoría electro y omnicanal.

## **Uruguay**

Los eventos comerciales realizados durante el trimestre incluyeron:

- o Oferta Carne, actividad en Disco en abril y junio.
- o Leader Price una actividad de fijación de precios en Disco, Devoto y Geant durante mayo y junio.
- o Semana de la Sonrisa y Aniversario en Devoto durante mayo y junio, respectivamente.
- o Todo a 25 pesos, en las tiendas Disco, Devoto y Geant realizada entre abril y junio.
- o En todos los banners se otorgó un 20% de descuento con tarjeta Hipermás Santander en productos seleccionados, además la Compañía celebró durante el trimestre el Día de la Madre y el Padre.

## **Argentina**

Las principales actividades comerciales durante el trimestre fueron:

- o Eventos Hyper ahorro y Todo X.
- o Hipermartes con 25% de descuento por pago con tarjeta de débito y 15% con tarjeta de crédito del Banco Hipotecario.
- o Eventos Ahora 12 y Ahora 18 sin intereses hasta en 18 cuotas con tarjetas de crédito Visa, Mastercard, Cabal y American Express.
- o Eventos "Hot Sale" y "Hot Week" con descuentos y financiamiento exclusivo para la categoría no alimentos.

### III. Desempeño financiero y operacional por país

#### Colombia

Durante el 2T22, la economía de Colombia continuó con un dinamismo excepcional comparada con el mismo período de 2021, el cual se vio afectado por restricciones de movilidad por la pandemia, huelgas y malestar social. El PIB reportado creció 8.2% en el 1T22 vs el mismo período del año pasado, el tercer mejor desempeño entre los países de la OCDE. La tasa de desempleo a mayo fue de 10,7%, una fuerte disminución frente al 15,6% reportado en mayo de 2021. La tasa repo en Colombia fue de 6,0% al 30 de junio (vs. 4% al 1T22 y 1,75% al 2T21) ; Los aumentos recurrentes de las tasas de interés por parte del Banco Central apuntan a controlar la tendencia inflacionaria. El índice de precios al consumidor de doce meses a junio fue de 9,7% (vs. 3,6% a junio de 2021), siendo el componente de alimentos el que más contribuyó al alcanzar el 23,7% (vs. 8,5% el año pasado). El Índice de Confianza del Consumidor creció 2,9 (vs. -22,3 en junio de 2021).

El resultado de la primera vuelta de las elecciones presidenciales, celebrada el 29 de mayo, fue recibido con optimismo por el mercado. Sin embargo, la nominación final del candidato de extrema izquierda Gustavo Petro el 19 de junio, además de los temores internacionales de recesión e inflación, ha traído volatilidad al mercado local y ha afectado la tendencia cambiaria. Se espera que la volatilidad del mercado disminuya en algún momento después del 7 de agosto, cuando se espera que el nuevo gobierno presente sus planes en términos de políticas fiscales y reformas adicionales.

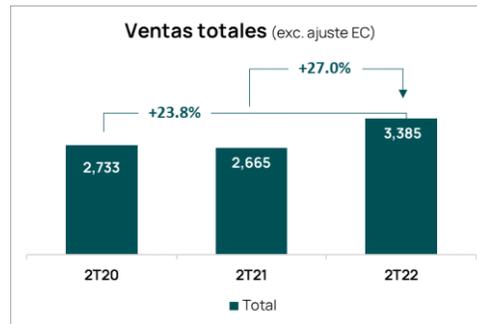
#### Ventas Netas y VMM en Colombia

|                                 | 2T22      |           |         |                                   | 1S22      |           |         |                                   |
|---------------------------------|-----------|-----------|---------|-----------------------------------|-----------|-----------|---------|-----------------------------------|
|                                 |           |           |         | Bajo costo y Otros <sup>(2)</sup> |           |           |         | Bajo costo y Otros <sup>(2)</sup> |
| <b>Variaciones</b>              |           |           |         |                                   |           |           |         |                                   |
| <b>Total</b>                    | 27.0%     | 34.0%     | 20.8%   | 7.4%                              | 23.9%     | 26.8%     | 17.9%   | 17.3%                             |
| <b>VMM ex EC <sup>(1)</sup></b> | 29.9%     | 34.8%     | 21.4%   | 17.6%                             | 24.8%     | 27.2%     | 18.6%   | 20.1%                             |
| <b>Total MCOP</b>               | 3,384,527 | 2,355,981 | 495,775 | 532,771                           | 6,703,692 | 4,692,978 | 961,992 | 1,048,722                         |

1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22 y de -0,2% en 1S22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, los vendedores institucionales y los terceros, y la venta de inmuebles por \$26,3 mil M en el 1T22, y \$56,3 mil M en 2T21.

- La operación de Colombia representó cerca del 75% de las ventas netas consolidadas en el 2T22 y el 1S22. Las ventas netas en Colombia alcanzaron \$3,4 billones, un crecimiento de 27% en el 2T22 y \$6,7 billones (+23,9%) en el 1S22, versus los mismos períodos del año anterior. Las ventas netas trimestrales crecieron por encima de la inflación, beneficiadas por un mayor dinamismo comercial y ganancias de volumen (7%); el sólido desempeño hasta la fecha compensó parcialmente la venta de propiedad por cerca de \$26,3 mil millones incluida en el 1T22 y de \$56,3 mil millones en el 2T21. El segundo día sin IVA del año se llevó a cabo el

17 de junio y aumentó las ventas en un 33% con respecto al evento anterior realizado el 11 de marzo, impulsado por las ventas de no alimentos y tuvo un fuerte efecto de 8 p.p. en 2T22 y 6,6 p.p. en 1S22. El Omnicanal también contribuyó a las ventas de Colombia y creció 27% a 12.4% de participación en ventas durante el 2T y creció 17% a 12.1% de participación al 1S22. La innovación en formatos y marcas también alcanzó un sólido aporte del 35,6% sobre las ventas en Colombia durante el 2T22. También se incorporaron a la base 12M, 65 tiendas entre aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.



Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22 y de -0,2% en 1S22.

- **Las ventas mismos metros (VMM)** <sup>(1)</sup> en Colombia aumentaron 29.9% en 2T22 (+9.9 p.p. vs. 1T22) y 24.8% en 1S22, impulsadas por el efecto positivo de las actividades comerciales.

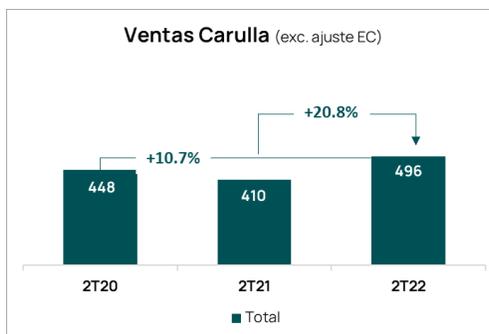
## Ventas netas y VMM Colombia – Por segmento

- El **segmento Éxito** representó aproximadamente el 70% de la mezcla de ventas en Colombia en el 2T22. Durante el trimestre, el segmento registró un fuerte crecimiento en ventas de 34% y 34,8% <sup>(2)</sup> en términos de VMM (+14,4 p.p. versus el nivel reportado en el 1T22). El resultado del segmento se benefició del sólido desempeño de la matriz y el segundo día sin IVA, lo que impulsó un crecimiento significativo del 46,6% en la categoría de productos de no alimentos. Las ventas crecieron fuertemente en las regiones de la Costa Atlántica, Santander y Boyacá y de las 20 tiendas Éxito WOW que operaron al 2T22 y representaron una participación del 30.2% en las ventas del segmento.



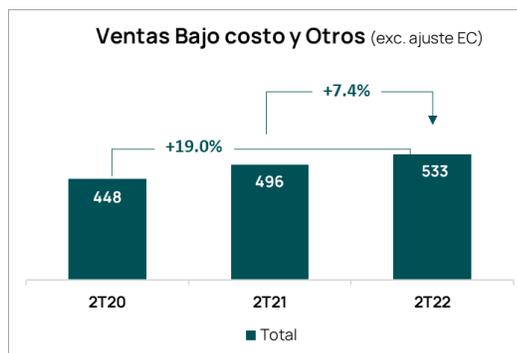
<sup>(2)</sup> Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22.

- El segmento **Carulla** representó aproximadamente el 15% de la mezcla de ventas en Colombia en el 2T22. Durante el trimestre, Carulla aumentó sus ventas un 20,8% y un 21,4%<sup>(1)</sup> en términos de VMM. La participación en las ventas del segmento por el Omnicanal aumentó 17.7%, que se compara con el 16.9% reportado en el 1T22, impulsada por el servicio ‘Turbo-Fresh’ de Rappi, para entregas menores a 10 minutos. Se destaca el fuerte crecimiento de las ventas en la Costa Atlántica y Medellín y la categoría de alimentos que registró un crecimiento del 20,8% impulsada por eventos comerciales en tiendas como la “Semana Verde”, la feria “Vida Saludable” y la “fiesta del Black Friday”. Las 22 tiendas Fresh Market también contribuyeron al desempeño del segmento y representaron una participación del 46,6% en las ventas de Carulla durante el 2T22.



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22

- El segmento de bajo costo y otros** relacionados con Súper Inter, Surtimax, y Surtimayorista, aliados, institucionales, terceros vendedores, venta de inmuebles y otros, representaron aproximadamente el 15% de la mezcla de ventas en Colombia en el 2T22. Las ventas netas del trimestre crecieron 7,4% a pesar de los \$56.300 millones en venta de inmuebles registrados en el 2T21 y el segmento creció VMM<sup>(2)</sup> en 17,6%, impulsado por: (i) el sólido desempeño de las 41 tiendas Surtimayorista que incrementaron sus ventas en 36,2 % (5,3% de participación en las ventas de Colombia) y VMM<sup>(2)</sup> en 30,2%, (ii) 70 tiendas Surtimax que aumentaron sus ventas en un 11% y VMM<sup>(2)</sup> en un 12,8%, y (iii) la marca Super Inter que aumentó sus ventas en 10% y VMM<sup>(2)</sup> en 10.5% (incluyendo 29 tiendas Vecino, +4 tiendas durante 2T22).



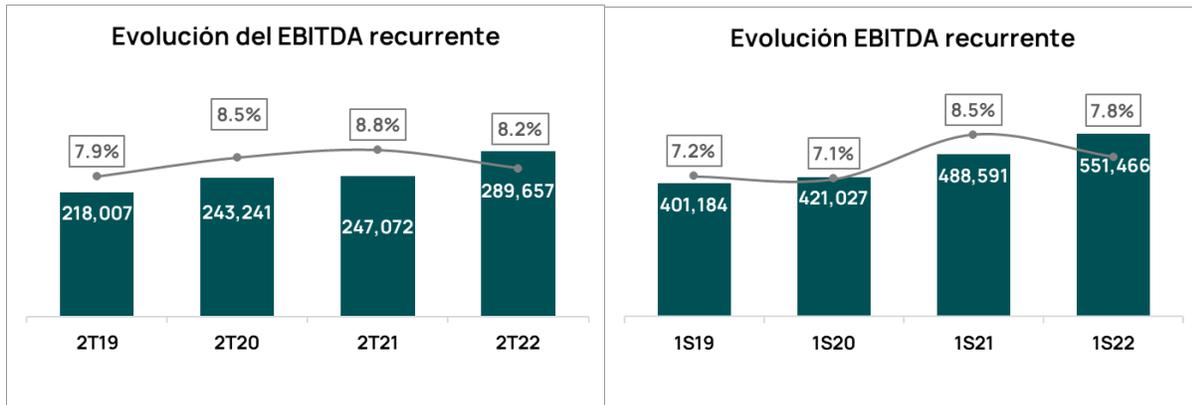
Nota: El segmento incluye la venta de inmuebles por \$26,3 mil M en el 1T22, y \$56.3 mil M en 2T21. (2) Incluye el efecto del ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22

## Desempeño operacional en Colombia

| en millones de pesos colombianos             | 2Q22             | 2Q21             | % Var            | 1H22               | 1H21               | % Var            |
|--|------------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Ventas Netas                                 | 3,384,527        | 2,664,586        | 27.0%            | 6,703,692          | 5,411,246          | 23.9%            |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 165,841          | 146,414          | 13.3%            | 373,687            | 365,780            | 2.2%             |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>3,550,368</b> | <b>2,811,000</b> | <b>26.3%</b>     | <b>7,077,379</b>   | <b>5,777,026</b>   | <b>22.5%</b>     |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>789,746</b>   | <b>661,230</b>   | <b>19.4%</b>     | <b>1,594,187</b>   | <b>1,385,783</b>   | <b>15.0%</b>     |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>22.2%</i>     | <i>23.5%</i>     | <i>(128) bps</i> | <i>22.5%</i>       | <i>24.0%</i>       | <i>(146) bps</i> |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(625,731)</b> | <b>(530,422)</b> | <b>18.0%</b>     | <b>(1,290,563)</b> | <b>(1,128,115)</b> | <b>14.4%</b>     |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>17.6%</i>     | <i>18.9%</i>     | <i>(125) bps</i> | <i>18.2%</i>       | <i>19.5%</i>       | <i>(129) bps</i> |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>164,015</b>   | <b>130,808</b>   | <b>25.4%</b>     | <b>303,624</b>     | <b>257,668</b>     | <b>17.8%</b>     |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>4.6%</i>      | <i>4.7%</i>      | <i>(3) bps</i>   | <i>4.3%</i>        | <i>4.5%</i>        | <i>(17) bps</i>  |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>289,657</b>   | <b>247,072</b>   | <b>17.2%</b>     | <b>551,466</b>     | <b>488,591</b>     | <b>12.9%</b>     |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>8.2%</i>      | <i>8.8%</i>      | <i>(63) bps</i>  | <i>7.8%</i>        | <i>8.5%</i>        | <i>(67) bps</i>  |

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

- Los ingresos operacionales** en Colombia crecieron 26,3% en el 2T22 impulsados principalmente por el crecimiento de las ventas netas (27%) que compensó la venta de inmuebles por cerca de \$26,3 mil M incluidos en el 1T22 y \$56,3 mil M en el 2T21 y además reflejó: (i) la alta contribución de formatos innovadores (35,6%), (ii) crecimiento omnicanal (+26,7%), (iii) aumento de volumen (+7%) y (iii) mayor dinamismo comercial. Los Otros ingresos mostraron un mejor desempeño de todos los negocios complementarios. En el 1S22, las ventas netas crecieron 23,9%, muy por encima de la inflación 12M (9,7%), mientras que los otros ingresos incluyeron el efecto de los ingresos por desarrollo de \$33.000 millones registrados desde la finalización de VIVA Envigado en el 1T22 compensado por la mayor base considerando los ingresos por desarrollo registrados en el 1T21 por \$75.000 M por la culminación de los proyectos VIVA Envigado y Tunja.
- Margen bruto** disminuyó en 128 pb a 22.2% en el 2T22 y en 146 pb a 22.5% en el 1S22 como porcentaje de Ingresos operacionales y en comparación con los mismos periodos del año anterior. El margen trimestral reflejó el efecto negativo de la activación comercial, presiones inflacionarias a nivel de costos y 35 pb de venta de inmuebles en la base del 2T.
- Los **gastos de administración y ventas** aumentaron por debajo del incremento de las ventas y el control de gastos favoreció la dilución de 125 pb y 129 pb en 2T22 y 1S22, respectivamente, como porcentaje de los Ingresos Operacionales.
- EBITDA** recurrente aumentó 17.2% para un margen del 8.2% en 2T22 y un 12,9 % a un margen del 7,8 % en el 1S22 como porcentaje de los ingresos operacionales y reflejó el extraordinario resultado de las ventas impulsado principalmente por el desempeño retail<sup>(1)</sup> junto con las eficiencias operacionales a pesar de las presiones inflacionarias y las excepciones en la base. El crecimiento compuesto 3 años del EBITDA recurrente fue 11.2% al 1S22.



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

El EBITDA recurrente creció 29,2% (+2 pb en margen) en 2T22 y 30,3% (+33 pb en margen) en 1S22 al ajustar los ingresos por desarrollo de inmuebles y venta de inmuebles en ambos periodos.

| En COP M                        | 2T22             | 2T21             | % Var           | 1S22             | 1S21             | % Var           |
|---------------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Ventas Netas                    | 3,384,527        | 2,608,252        | 29.8%           | 6,677,432        | 5,354,712        | 24.7%           |
| Otros ingresos                  | 165,841          | 146,414          | 13.3%           | 340,739          | 290,842          | 17.2%           |
| <b>Ingresos Operacionales</b>   | <b>3,550,368</b> | <b>2,754,666</b> | <b>28.9%</b>    | <b>7,018,171</b> | <b>5,645,554</b> | <b>24.3%</b>    |
| <b>Utilidad bruta</b>           | <b>789,746</b>   | <b>638,381</b>   | <b>23.7%</b>    | <b>1,551,722</b> | <b>1,287,913</b> | <b>20.5%</b>    |
| <i>Margen bruto</i>             | <i>22.2%</i>     | <i>23.2%</i>     | <i>(93) bps</i> | <i>22.1%</i>     | <i>22.8%</i>     | <i>(70) bps</i> |
| <b>EBITDA recurrente</b>        | <b>289,657</b>   | <b>224,223</b>   | <b>29.2%</b>    | <b>509,001</b>   | <b>390,721</b>   | <b>30.3%</b>    |
| <i>Margen EBITDA recurrente</i> | <i>8.2%</i>      | <i>8.1%</i>      | <i>2 bps</i>    | <i>7.3%</i>      | <i>6.9%</i>      | <i>33 bps</i>   |

Nota: PyG ajustado en Colombia excluyendo los ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

## Uruguay

El PIB de Uruguay creció 8,3% durante el primer trimestre de 2022, impulsado por el dinamismo de las exportaciones y la inversión. Uruguay mantuvo un nivel de inflación prácticamente estable en 9,3% en los últimos doce meses a junio en comparación con el 9,4% reportado al 1T22, sin embargo, muy por encima del nivel de 7,3% registrado en el 2T21. No obstante, el componente de alimentos se redujo a 10,85% desde el nivel de 12,4% registrado en el 1T22, pero se mantuvo por encima del 5,5% registrado en el 2T21. El Banco Central incrementó las tasas de interés a 9,25% a junio de 2022 para controlar las presiones inflacionarias, +200 pb respecto al nivel reportado a marzo de 2022.

## Ventas Netas y VMM en Uruguay

| Ventas | 2T22           |                           | 1S22         |                           |
|--------|----------------|---------------------------|--------------|---------------------------|
|        | %Var           | %Var                      | %Var         | %Var                      |
| Netas  | <i>Total</i>   | <i>VMM <sup>(1)</sup></i> | <i>Total</i> | <i>VMM <sup>(1)</sup></i> |
| MCOP   |                |                           |              |                           |
|        | <b>771,879</b> | <b>7.2%</b>               | <b>6.3%</b>  |                           |
|        |                |                           | <b>9.2%</b>  | <b>9.0%</b>               |

(1) Incluye el ajuste por efecto calendario del 0.6% en 2T22 y de -0.1% en 1S22

Uruguay contribuyó con el 17% de las ventas netas consolidadas trimestrales. Las ventas netas y VMM en el 2T22 crecieron 7.2% y 6.3%<sup>(1)</sup>, respectivamente y en moneda local, y reflejaron una menor tendencia de consumo frente al trimestre anterior. Las tiendas Fresh Market aumentaron las ventas en un 10,2%, + 5,8 p.p. por encima de las tiendas regulares y representó una participación del 50,5% sobre las ventas. La penetración omnicanal también aumentó a un 2,8% de participación en las ventas. En el 1S22, las ventas netas y las VMM crecieron 9.2% y 9.0%<sup>(1)</sup>, respectivamente en moneda local, versus los mismos periodos del año anterior, bastante en línea con los niveles de inflación.

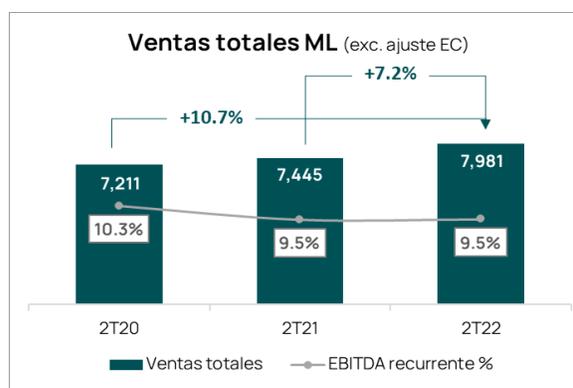
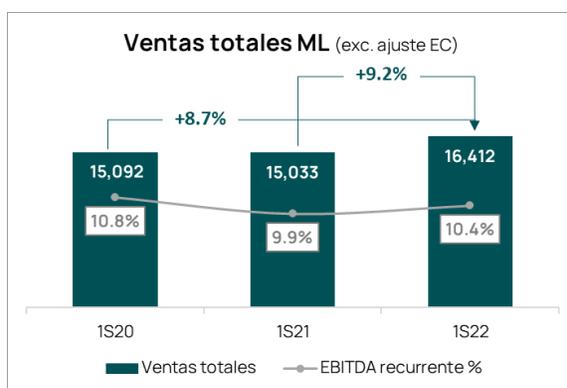
## Desempeño operacional en Uruguay

| en millones de pesos colombianos             | 2Q22             | 2Q21             | % Var         | 1H22             | 1H21             | % Var           |
|--|------------------|------------------|---------------|------------------|------------------|-----------------|
| Ventas Netas                                 | 771,878          | 625,980          | 23.3%         | 1,533,098        | 1,251,242        | 22.5%           |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 6,931            | 6,600            | 5.0%          | 13,728           | 12,124           | 13.2%           |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>778,809</b>   | <b>632,580</b>   | <b>23.1%</b>  | <b>1,546,826</b> | <b>1,263,366</b> | <b>22.4%</b>    |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>265,750</b>   | <b>214,716</b>   | <b>23.8%</b>  | <b>531,620</b>   | <b>433,146</b>   | <b>22.7%</b>    |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>34.1%</i>     | <i>33.9%</i>     | <i>18 bps</i> | <i>34.4%</i>     | <i>34.3%</i>     | <i>8 bps</i>    |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(208,098)</b> | <b>(168,089)</b> | <b>23.8%</b>  | <b>(403,380)</b> | <b>(333,966)</b> | <b>20.8%</b>    |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>26.7%</i>     | <i>26.6%</i>     | <i>15 bps</i> | <i>26.1%</i>     | <i>26.4%</i>     | <i>(36) bps</i> |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>57,652</b>    | <b>46,627</b>    | <b>23.6%</b>  | <b>128,240</b>   | <b>99,180</b>    | <b>29.3%</b>    |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>7.4%</i>      | <i>7.4%</i>      | <i>3 bps</i>  | <i>8.3%</i>      | <i>7.9%</i>      | <i>44 bps</i>   |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>74,300</b>    | <b>60,210</b>    | <b>23.4%</b>  | <b>160,187</b>   | <b>125,452</b>   | <b>27.7%</b>    |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>9.5%</i>      | <i>9.5%</i>      | <i>2 bps</i>  | <i>10.4%</i>     | <i>9.9%</i>      | <i>43 bps</i>   |

Nota: Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 15% y del 12% en 2T22 y 1S22 respectivamente (

- **Los ingresos operacionales** crecieron 7% en el 2T22 y 9,1% en el 1S22, en moneda local y en línea con los niveles del IPC y el resultado trimestral reflejó un mejor desempeño retail impulsado por las tiendas Fresh Market y el Omnicanal.

- El **margen bruto** ganó 18 bps a 34.1%, se benefició de las actividades de control de costos y una mayor participación de la categoría de productos de MCG, que contribuyó con márgenes más altos que el promedio. En el 1S22, el margen bruto ganó 8 pb a 34,4% como porcentaje de los ingresos netos.
- Los **gastos de administración y ventas** crecieron por debajo de la inflación en moneda local durante el trimestre debido a un estricto control y eficiencias principalmente en costos laborales y operativos.
- El **EBITDA recurrente** creció 23.4% con un margen de 9.5% (+2 pb) como porcentaje de Ingresos operacionales en el 2T22 versus el mismo periodo del año anterior, gracias a un estricto control de costos y eficiencias operacionales. La operación en Uruguay continuó desempeñándose como la unidad de negocio más rentable del grupo durante el 2T22. Durante el 1S22, el EBITDA recurrente creció 27.7% para un margen de 10.4% (+43 pb) como porcentaje de los Ingresos operacionales, versus el mismo periodo del año anterior.



Note: : Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 15% y del 12% en 2T22 y 1S22 respectivamente

## Argentina

El PIB de Argentina creció 6,0% en 1T22 impulsado por el crecimiento del consumo privado (9,3%) y la inversión (12,7%). El desempleo se mantuvo estable en 7%, mientras que el IPC alcanzó 62,1% a junio (vs. 54,1% a marzo) según Ecolatina (empresa de consultoría argentina). La tasa repo aumentó a 52% a junio, que se compara con el 38% reportado a fines de 2021. El índice de ventas minoristas reportado por CAME mostró un crecimiento de 5,4% a mayo. El índice de confianza del consumidor aumentó 7,7% a junio.

### Ventas netas y VMM en Argentina

| Ventas | 2T22           |                           | 1S22         |                           |
|--------|----------------|---------------------------|--------------|---------------------------|
|        | %Var           | %Var                      | %Var         | %Var                      |
| Netas  | <i>Total</i>   | <i>VMM <sup>(1)</sup></i> | <i>Total</i> | <i>VMM <sup>(1)</sup></i> |
|        | <b>373,833</b> | <b>78.7%</b>              | <b>77.9%</b> | <b>71.3%</b>              |

(1) En moneda local e incluye el ajuste por efecto calendario del 0,8% y 0.1% en 2T22 y 1S22, respectivamente.

La operación en Argentina aportó cerca del 8% de las ventas consolidadas en el 2T22. Durante el trimestre, las ventas netas de Libertad y VMM crecieron 78.7% y 77.9%<sup>(1)</sup>, respectivamente en moneda local, y por encima de la inflación, impulsadas por mayor tráfico y crecimiento omnicanal (+68%, 3.4% participación, +107 pb) vs 1T22). Durante el 1S22, las ventas netas y VMM crecieron 71.3% y 71.3%<sup>(1)</sup>, respectivamente en moneda local.

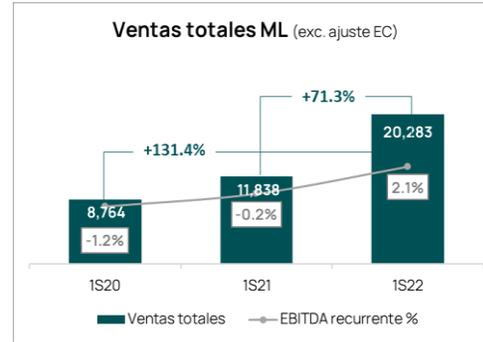
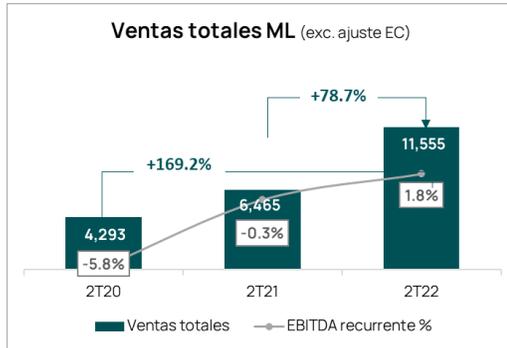
## Desempeño operacional en Argentina

| en millones de pesos colombianos             | 2Q22             | 2Q21            | % Var            | 1H22             | 1H21             | % Var            |
|--|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ventas Netas                                 | 373,833          | 246,277         | 51.8%            | 668,596          | 464,568          | 43.9%            |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 14,348           | 7,352           | 95.2%            | 26,591           | 11,534           | 130.5%           |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>388,181</b>   | <b>253,629</b>  | <b>53.1%</b>     | <b>695,187</b>   | <b>476,102</b>   | <b>46.0%</b>     |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>131,362</b>   | <b>83,612</b>   | <b>57.1%</b>     | <b>235,471</b>   | <b>157,176</b>   | <b>49.8%</b>     |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>33.8%</i>     | <i>33.0%</i>    | <i>87 bps</i>    | <i>33.9%</i>     | <i>33.0%</i>     | <i>86 bps</i>    |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(126,294)</b> | <b>(90,168)</b> | <b>40.1%</b>     | <b>(229,602)</b> | <b>(168,350)</b> | <b>36.4%</b>     |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>32.5%</i>     | <i>35.6%</i>    | <i>(302) bps</i> | <i>33.0%</i>     | <i>35.4%</i>     | <i>(233) bps</i> |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>5,068</b>     | <b>(6,556)</b>  | <b>177.3%</b>    | <b>5,869</b>     | <b>(11,174)</b>  | <b>152.5%</b>    |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>1.3%</i>      | <i>(2.6%)</i>   | <i>389 bps</i>   | <i>0.8%</i>      | <i>(2.3%)</i>    | <i>319 bps</i>   |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>6,946</b>     | <b>(788)</b>    | <b>981.5%</b>    | <b>14,335</b>    | <b>(855)</b>     | <b>1776.6%</b>   |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>1.8%</i>      | <i>(0.3%)</i>   | <i>210 bps</i>   | <i>2.1%</i>      | <i>(0.2%)</i>    | <i>224 bps</i>   |

Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -15.1% y -16% en 2T22 y 1S22 respectivamente calculado con el tipo de cambio de cierre.

- Los **Ingresos operacionales** aumentaron un 80,2% en el 2T22 y un 73,8% en el 1S22 en moneda local. El resultado trimestral fue producto del dinamismo comercial, mayor tráfico, desempeño omnicanal y mayor aporte del negocio inmobiliario por reactivación comercial y mayores tarifas variables (tasas de ocupación en centros comerciales alcanzaron 88% a junio 2022).
- El **Margen bruto** aumentó 87 pb a 33.8% en el 2T22, beneficiado por (i) una mayor contribución del negocio inmobiliario (ii) menor inversión en precios en un contexto de control de precios, y (iii) aumentos de volumen. En el 1S22, el margen bruto aumentó 86 pb a 33,9% como porcentaje de los ingresos operacionales.
- Los gastos de administración y ventas reflejaron la dilución de gastos por el sólido crecimiento de las ventas y disminuyeron 302 bps y 233 bps, en el 2T y 1S de 2022, como porcentaje de los ingresos operacionales.

El **margen EBITDA recurrente** aumentó 210 pb a 1.8% en el 2T22 como porcentaje de los Ingresos operacionales, beneficiado por la dilución de gastos y eficiencias operativas a pesar de la tendencia inflacionaria. En el 1S22, el margen EBITDA recurrente aumentó 224 bps a 2.1%, como porcentaje de Ingresos operacionales. Libertad continuó con una posición de caja estable.



## IV. Negocio Inmobiliario en Colombia

El análisis del negocio inmobiliario en Colombia es relevante considerando su aporte a los resultados de la Compañía y la necesidad del mercado de ganar visibilidad a partir de más información para facilitar el proceso de valoración de la Compañía.

Grupo Éxito es el operador de centros comerciales más grande de Colombia con su marca VIVA y opera 34 activos con un total de 765.000 metros cuadrados de área bruta arrendable. Durante 2021, el negocio fortaleció su estrategia omnicanal a través del desarrollo de la plataforma de marketplace Viva Online y el servicio click & collect, ofrecido en 12 centros comerciales.

El desempeño del negocio inmobiliario en Colombia mostró claras mejoras durante 2021: mayores niveles de tráfico (+27%) que beneficiaron los índices de ocupación (93%, +110 pb vs dic/20) y favorecieron un mayor índice de recuperación (110%). Desde el lado operativo, hubo una clara tendencia de recuperación en términos de ventas para locatarios (+44%), con un componente omnicanal que alcanzó más de \$12,000 M en ventas y cerca de 47,000 pedidos. Los centros comerciales VIVA también firmaron alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y de salud para adaptar su mezcla de locatarios a los nuevos requerimientos de la pandemia.

Durante el 2T22, el negocio inmobiliario registró una disminución de 33% en los ingresos totales versus el mismo periodo del año anterior, afectado por la mayor base por venta de inmuebles de \$56.3 mil M en el 2T21 parcialmente compensado por los ingresos por rentas y gastos administrativos que creció un 37%, impulsado por una mejor tendencia comercial.

Durante el 1S22, los ingresos del negocio inmobiliario también disminuyeron 14% versus el mismo periodo del año anterior, por una mayor base de venta de propiedad de \$26.3k M en el 1T22 y \$56.3k M en el 2T21 y los COP\$ 33k millones en honorarios de desarrollo registrados por la finalización de VIVA Envigado en el 1T22, que se compara con la mayor base del 1T21 cuando se registraron COP\$ 75k millones por la finalización de los proyectos VIVA Envigado y Tunja, parcialmente compensados por los ingresos por rentas y gastos administrativos que crecieron un 35%, impulsados mejor dinámica comercial y tasas de ocupación que alcanzaron 93.1% a junio.

Los resultados operacionales consolidados de la Compañía, incluyendo el resultado del negocio inmobiliario, reflejaron un crecimiento en EBITDA Recurrente de 21% y un margen de 7.9% (-43 pb) como porcentaje de los ingresos operacionales en el 2T22; al ajustar los ingresos de desarrollo de bienes inmobiliarios y venta de activos en ambos periodos, el EBITDA Recurrente creció 30.7%<sup>(1)</sup> y agregó 7 pb para un margen de 7.9% durante el trimestre.

En el 1S22, el EBITDA Recurrente creció 18.4% para un margen de 7.8% (-37 pbs) como porcentaje de Ingresos operacionales; al ajustar los ingresos por desarrollo de bienes inmobiliarios y venta de activos en ambos periodos, el EBITDA Recurrente creció 32.6%<sup>(1)</sup> y agregó 40 pb para un margen de 7.4%.

| in COP M                        | 2Q22             | 2Q21             | % Var           | 1H22             | 1H21             | % Var           |
|---------------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Ventas Netas                    | 4,530,238        | 3,480,081        | 30.2%           | 8,879,126        | 7,070,094        | 25.6%           |
| Otros ingresos                  | 186,977          | 160,272          | 16.7%           | 380,848          | 314,293          | 21.2%           |
| <b>Ingresos Operacionales</b>   | <b>4,717,215</b> | <b>3,640,353</b> | <b>29.6%</b>    | <b>9,259,974</b> | <b>7,384,387</b> | <b>25.4%</b>    |
| <b>Utilidad bruta</b>           | <b>1,186,872</b> | <b>936,784</b>   | <b>26.7%</b>    | <b>2,318,905</b> | <b>1,878,298</b> | <b>23.5%</b>    |
| <i>Margen bruto</i>             | <i>25.2%</i>     | <i>25.7%</i>     | <i>(57) bps</i> | <i>25.0%</i>     | <i>25.4%</i>     | <i>(39) bps</i> |
| <b>EBITDA recurrente</b>        | <b>370,917</b>   | <b>283,708</b>   | <b>30.7%</b>    | <b>683,615</b>   | <b>515,381</b>   | <b>32.6%</b>    |
| <i>Margen EBITDA recurrente</i> | <i>7.9%</i>      | <i>7.8%</i>      | <i>7 bps</i>    | <i>7.4%</i>      | <i>7.0%</i>      | <i>40 bps</i>   |

Nota: PyG consolidado ajustado excluyendo los ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

Los resultados operacionales de Colombia incluyendo el resultado del negocio inmobiliario, reflejaron un crecimiento en EBITDA Recurrente de 17.2% y un margen de 8.2% (-63 pb) como porcentaje de Ingresos operacionales en el 2T22; al ajustar los ingresos de desarrollo inmobiliario y venta de propiedades en ambos periodos, el EBITDA Recurrente creció 29.2%<sup>(1)</sup> y agregó 2 pb para un margen de 8.2% durante el trimestre.

En el 1S22, el EBITDA Recurrente creció 12.9% para un margen de 7.8% (-67 pb) como porcentaje de los Ingresos operacionales; al ajustar los ingresos de desarrollo de bienes inmobiliarios y venta de propiedad en ambos periodos, el EBITDA Recurrente creció 30.3%<sup>(1)</sup> y agregó 33 pb a un margen de 7.3%.

| En COP M                        | 2T22             | 2T21             | % Var           | 1S22             | 1S21             | % Var           |
|---------------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Ventas Netas                    | 3,384,527        | 2,608,252        | 29.8%           | 6,677,432        | 5,354,712        | 24.7%           |
| Otros ingresos                  | 165,841          | 146,414          | 13.3%           | 340,739          | 290,842          | 17.2%           |
| <b>Ingresos Operacionales</b>   | <b>3,550,368</b> | <b>2,754,666</b> | <b>28.9%</b>    | <b>7,018,171</b> | <b>5,645,554</b> | <b>24.3%</b>    |
| <b>Utilidad bruta</b>           | <b>789,746</b>   | <b>638,381</b>   | <b>23.7%</b>    | <b>1,551,722</b> | <b>1,287,913</b> | <b>20.5%</b>    |
| <i>Margen bruto</i>             | <i>22.2%</i>     | <i>23.2%</i>     | <i>(93) bps</i> | <i>22.1%</i>     | <i>22.8%</i>     | <i>(70) bps</i> |
| <b>EBITDA recurrente</b>        | <b>289,657</b>   | <b>224,223</b>   | <b>29.2%</b>    | <b>509,001</b>   | <b>390,721</b>   | <b>30.3%</b>    |
| <i>Margen EBITDA recurrente</i> | <i>8.2%</i>      | <i>8.1%</i>      | <i>2 bps</i>    | <i>7.3%</i>      | <i>6.9%</i>      | <i>33 bps</i>   |

Nota: PyG de Colombia ajustado excluyendo los ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

El aporte de Viva Malls, nuestro vehículo de inversión en alianza con FIC, conformado por 18 Activos y 568,000 m2 de área arrendable, también mostró un sólido desempeño. Teniendo en cuenta los datos ajustados para mostrar de forma independiente el P&L de Viva Malls, se debe considerar lo siguiente dentro del análisis:

| En millones de pesos col        | 1S22          | 1S21          | % Var          | 2021           |
|---------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Ingresos Operacionales          | 163,998       | 130,764       | 25.4%          | 288,858        |
| <b>EBITDA recurrente</b>        | <b>87,757</b> | <b>68,065</b> | <b>28.9%</b>   | <b>182,980</b> |
| <i>Margen EBITDA recurrente</i> | <i>53.5%</i>  | <i>52.1%</i>  | <i>146 bps</i> | <i>63.3%</i>   |

- El resultado de Viva Malls representó el 39.6% de otros ingresos y el 12.1% del EBITDA recurrente a nivel consolidado en el 1S22.
- El menor margen EBITDA recurrente en el 1S22 comparado con el de 2021, reflejó el efecto negativo del pago anual del impuesto predial registrado en enero.

- El margen EBITDA recurrente de 63,3%<sup>(1)</sup> y 53,5%<sup>(1)</sup> a nivel consolidado en 2021 y 1S22 calculado bajo los estándares IFRS 15, parece menor cuando se compara con el cálculo de otros operadores inmobiliarios puros ya que los ingresos netos incluyeron el ajuste de costo y gastos de acuerdo con la NIIF 15 (un nivel de margen del 78,8% cuando se ajusta).

Se reactivó el plan de expansión, el cual quedó paralizado por la pandemia; se espera que los proyectos para los próximos 3 años creen cerca de 115,000 m<sup>2</sup> adicionales de área bruta arrendable, a partir de los siguientes desarrollos:

- IKEA: Se integrará una tienda de bricolaje y muebles de cerca de 17.000 m<sup>2</sup> al centro comercial existente VIVA Envigado. Su construcción comenzó en enero de 2022 y la apertura prevista es noviembre de 2024. Con este desarrollo, se espera agregar al centro comercial existente 700 celdas de estacionamiento y cerca de 3,000 m<sup>2</sup> de área arrendable nueva para complementar su operación.
- Puerta del Norte: Este desarrollo se refiere a la renovación y ampliación del centro comercial existente para crear 30,000 m<sup>2</sup> adicionales de área arrendable. El desarrollo incluirá la apertura de 100 nuevas tiendas, 410 nuevas celdas de estacionamiento, el lanzamiento de conceptos VIVA como Calle Bistró, VIVA Park y VIVA Motors, así como 7 nuevas salas de cine modernas y la conversión de la actual tienda Éxito en un Formato WOW.
- Otros proyectos pendientes se divulgarán cuando sea posible.

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

### Colombia

#### Omnicanal<sup>(1)</sup>

Las ventas omnicanal totalizaron \$426 mil millones durante el 2T22, un crecimiento de 26,7% versus el mismo periodo del año anterior. La participación en ventas totales se mantuvo sólida en 12,4% (vs. 11,8% en 1T22) y los pedidos totalizaron cerca de 3.1 millones (+46% versus 2T21).

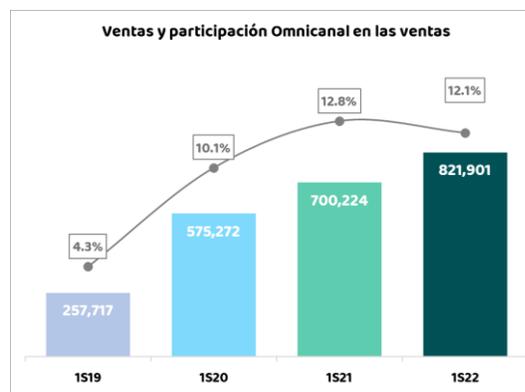
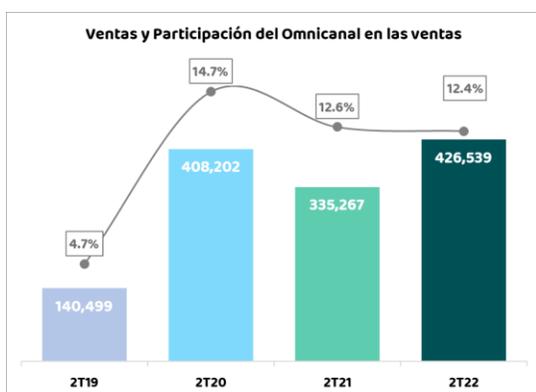
A destacar durante el trimestre:

- Un crecimiento del 49% en las ventas omnicanal durante el segundo día sin IVA realizado en junio frente al primero realizado en marzo.
- Los canales digitales continuaron creciendo en ventas a pesar del levantamiento de las restricciones de movilidad.
- La participación omnicanal en las ventas continuó en doble dígito bajo.
- Las ventas de alimentos crecieron 18% y alcanzaron una participación de 10,4% sobre las ventas.
- Las ventas de no alimentos crecieron 40% y alcanzaron una participación de 16,4% sobre las ventas.

Durante el 1S22, las ventas omnicanal totalizaron \$822 mil millones, un crecimiento de 17% versus el mismo periodo del año anterior y la participación en las ventas totales se mantuvo sólida en 12,1% y los pedidos totalizaron cerca de 5,7 millones (+36,2% versus 1S21).

A destacar durante el primer semestre:

- Las ventas de alimentos crecieron 16% y alcanzaron una participación del 10% sobre las ventas.
- Las ventas de no alimentos crecieron 19% y alcanzaron una participación de 16,2% sobre las ventas.
- La empresa fortalece continuamente su portafolio y combina experiencias físicas y digitales.



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

- **Ecommerce:** en el 1S21 exito.com y carulla.com alcanzaron \$241.000 millones en ventas, 78 millones de visitas (+11%) y registraron más de 440.000 pedidos.
- **Marketplace:** representó una participación del 23% en omnicanal de GMV<sup>(2)</sup> de no alimentos en 1S22, con +22% de unidades vendidas a través de 1,3 mil proveedores.
- **Última Milla y Entregas a Domicilio:** Servicio disponible para clientes Carulla, Éxito, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, alcanzó 5,7 millones de pedidos en el 1S22, un crecimiento de 36,2%. El servicio se brindó principalmente a través de la alianza con la última milla Rappi (22% de los pedidos se realizan a través de la plataforma logística del Grupo Éxito). El servicio Turbo recientemente implementado, representó el 34.6% de las ventas de Rappi en el 2T22 (+4.6 p.p. vs 1T22).
- **Catálogos digitales:** 142 dispositivos de quiosco estuvieron disponibles en las tiendas de Colombia. Las ventas a través de catálogos digitales crecieron un 46% y los pedidos superaron los 77.000 en el 1S22, beneficiados por un mayor tráfico y volumen en las tiendas.
- **Click & Collect:** las ventas alcanzaron \$199.000 millones, los pedidos superaron los 580.000 y representaron una participación del 26% en el GMV omnicanal. El servicio estuvo disponible en 369 tiendas y 12 centros comerciales VIVA, a través de telefonía fija. Los pedidos a través de sitios web crecieron un 25,5%.

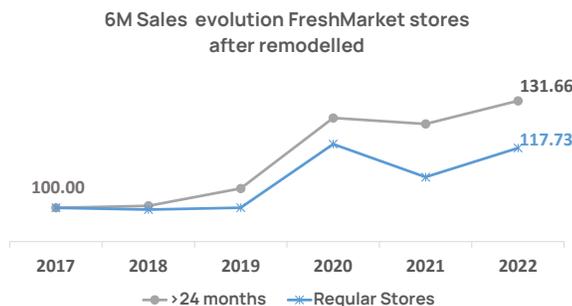
## Innovación

- **Éxito WOW:** 20 tiendas (+1 T/T) bajo este formato representaron el 30,1% de las ventas del Éxito en el 1S22. Las tiendas Wow aumentaron sus ventas en 30,8 p.p., después de 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares, durante el primer semestre del año. El modelo tiene el potencial de agregar 31 tiendas Wow completas más 99 tiendas bajo el modelo Wow Econo, incluyendo 6 tiendas adquiridas de La 14, en los próximos 5 años.



- **Carulla Fresh Market:** 22 tiendas bajo el formato representaron un 46.5% de participación en las ventas totales de la marca en el 1S22. Las tiendas Fresh Market aumentaron las ventas en 13,9 p.p., después de 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares, durante el primer semestre del año. El modelo tiene

el potencial de agregar 16 tiendas FM completas más 42 tiendas bajo el modelo FM midi en los próximos 5 años.



- Bajo costo:** La innovación continuó con 29 tiendas Super Inter Vecino (+4 T/T) al 1S22, las cuales alcanzaron una participación del 57,5% en las ventas de Super Inter. Super Inter Vecino tiene el potencial de agregar 36 tiendas adicionales en los próximos 5 años. Surtimax renovó 12 tiendas más durante el trimestre, para ofrecer nuevos surtidos, secciones y descuentos especiales; 24 tiendas en la base 12 meses aumentaron las ventas en un 11% frente al 2T21. Surtimayorista aumentó sus ventas en 36,2% y VMM en 30,2% durante el trimestre y alcanzó una participación de 5,3% en las ventas de Colombia; la marca abrió 4 tiendas por conversión durante el trimestre para un total de 41 tiendas y tiene el potencial de agregar 71 tiendas en los próximos 5 años.

## Transformación Digital

- Apps:** Tanto la aplicación Éxito como Carulla superaron las 788.000 descargas (+17%) en el 1S22 impulsadas por alianzas con TUYA y Puntos Colombia. 'Mi Descuento' superó los 2,9 M de cupones canjeados con un incremento del 24% en las transacciones. La app 'Misurtii' registró ventas cercanas a \$19.000 millones en el 1S22 (participación de 21,2% sobre las ventas de la marca) y contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente en tiendas de barrio.
- La Compañía continuó implementando desarrollos en eliminación de fricción, Servicio al Cliente, Analítica de Datos, Logística y Cadena de Suministro y Gestión de RRHH, de acuerdo a la estrategia 2022 - 2024 establecida. Otros pilotos apostaron por la realidad virtual o ampliada para la categoría de hogar y servicio de entrega mediante drones. Proyectos adicionales:
  - Clickam**, el modelo de marketing de referidos que permite a las personas generar ingresos al recomendar productos/servicios a través del ecosistema de la Compañía. Más de 64.000 usuarios registrados, representó el 4,2% de las ventas omnicanal en el 2T22 y las ventas crecieron un 12%.
  - VIVA Online**, la 1ra plataforma colombiana para el negocio inmobiliario, ayudó a impulsar las ventas de nuestros aliados en los Centros Comerciales VIVA al ofrecer a los clientes una plataforma de compras de comercio electrónico.

## Monetización de Activos/Trafico & Mejores prácticas

- **Coalición de Lealtad: Puntos Colombia** alcanzó 5,9 millones de clientes activos con habeas data (+19% versus 1S21), con 135 marcas aliadas. Los clientes redimieron más de 16,3 M de puntos de los cuales Éxito tuvo una participación del 71%. La Compañía enfocó sus esfuerzos en continuar con la consolidación de su Marketplace integrado al ecosistema del Grupo Éxito (Apps, locatarios de VIVA, financiero, viajes, seguros, móvil, etc.).
- **Negocios Complementarios:**
  - o **TUYA:** el negocio financiero alcanzó cerca de 352.000 nuevas tarjetas emitidas en el 2T22 para un total de 2,6 millones de tarjetas. TUYA registró una cartera de créditos de \$4.4 billones (+48%) y TUYA Pay superó los 875.000 (+87%) clientes. Se han realizado alianzas de servicios bancarios con Alkosto, Viva Air, Transmilenio y el recientemente lanzado Claropay.
  - o **Móvil:** la unidad de negocio reportó más de 500,000 líneas activas (+11.4% 2T21) y continuó su crecimiento apalancado en los canales en línea y la integración con el ecosistema de la Compañía, principalmente a través de la nueva funcionalidad de pago como Tuya Pay ´Money y Puntos´ con Puntos Colombia.
  - o **Viajes:** la unidad de negocios se benefició de la estrategia de enfoque digital con el sitio webTUYA; las ventas crecieron 98% en el 1S22.

## Uruguay

### Omnicanal

La participación de omnicanal en las ventas alcanzó 2,8% en 2T22 y 3,1% en 1S22 y reflejó cambios en los hábitos de consumo compensados por un aumento de tráfico en las tiendas (+7,1%).

- **Ecommerce:** representó una participación de 1.7% sobre las ventas totales (-24 pb vs 1S21).
- **Domicilios:** las ventas aumentaron 0.2% en el 1S22 respondiendo a un mayor tráfico en las tiendas. El servicio de Última Milla ´Devoto Ya´ se ofrece a través de las tiendas Devoto, entregado con una promesa de menos de 1 hora en pedidos de hasta 20 productos.
- **Click and Collect:** El servicio está disponible en 44 tiendas a partir del 1S22; se despacharon más de 21.000 pedidos durante el primer semestre de 2022 (+10,4% vs 1S21).

### Innovación

- o **Fresh Market:** 23 tiendas bajo este formato aumentaron ventas un 14.6% y representaron el 51.3% de las ventas en el semestre con un aumento de 260 pb por encima de otras tiendas.

## Transformación digital

- **Apps:** las ventas a través de las apps crecieron un 36% con más de 18.000 pedidos durante el 1S22
- **Start-ups:** La Compañía continuó patrocinando a 7 start-ups y trabajó en iniciativas enfocadas en sustentabilidad, última milla, logística e innovación.

## Argentina

Las ventas omnicanal en Argentina alcanzaron una participación de 3,4% en el 1S22 y de 2,9% sobre las ventas totales en el 1S22 (+39 pb).

### Omnicanal

- **E-commerce:** Las ventas en línea alcanzaron ARS\$ 381 M en el 1S22 y aumentaron 2,2 veces respecto al mismo período de 2021.
- **Click and Collect / Click and Car:** el servicio estaba disponible en 15 tiendas y en 1 dark store.
- **Última Milla y Domicilios:** en alianza con 'Rappi' y 'Pedidos Ya', el servicio de última milla está disponible en 23 tiendas. Las ventas crecieron 1.4x durante el 1S22 versus el mismo período de 2021, impulsadas por actividades comerciales exclusivas para este canal.

### Innovación

- **Fresh Market:** las 4 tiendas Fresh Market incrementaron sus ventas trimestrales en 57.1% versus el 1S21 y registraron una contribución de 28.9% de participación en las ventas de hipermercados.

### Transformación digital

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

## VI. Caja y deuda a nivel de la holding<sup>(1)</sup>



Nota: Números expresados en escala larga, Billones de pesos representan 1.000.000.000. (1) Holding: Resultados de Almacenes Éxito S.A sin filiales en Colombia ni internacionales. (2) Variación de la DFN excluyendo los dividendos pagados a los accionistas.

### Deuda neta y caja a nivel Holding<sup>(1)</sup>

- La deuda financiera neta aumentó en \$370.000 M comparada con el 2T21 (incluyendo el pago de dividendos y operación de recompra por cerca de \$661.000 M)
- La posición de caja disminuyó \$217.000 M y la deuda bruta creció 6,2% (\$73.000 M)
- Generación de flujo de efectivo para los accionistas creció 1.8x
- El Banco Central aumentó la tasa repo a 6% (vs 4,0% en el 1T22 y 1,7% al 2T21) para controlar la inflación.

## VII. Conclusiones

### Consolidado

- Sólido crecimiento de las ventas netas (+28,1%<sup>(1)</sup>) por un mejor desempeño comercial (por encima de los niveles del IPC en Colombia y Argentina) y crecimiento omnicanal (+24,4%)
- El EBITDA recurrente creció 21% (+30,7% en 2T22 y +32,6% en 1S22 al ajustar los cargos de desarrollo inmobiliario y venta de inmuebles <sup>(2)</sup>)
- El crecimiento del 22,7% en el resultado neto mostró la sólida contribución de los negocios retail y complementarios y las eficiencias operativas que compensaron los efectos materiales de la NIC 29 en Argentina y los aumentos de tasas (pago e impuestos)
- Logros claros en los 6 pilares estratégicos de ASG.

### Colombia

- Sólido crecimiento en ventas retail (+27 %) y VMM <sup>(3)</sup> (+29,9 %) impulsado por la innovación (cuota 35,6 %, +213 bps vs 1T22), crecimiento omnicanal (+26,7 %) y ganancias de volumen (+7 %)
- Las actividades de monetización de activos y tráfico continuaron apalancando los resultados
- El EBITDA recurrente creció un 17,2 % gracias al impulso de las ventas retail y las eficiencias operativas (+29,2 % en el 2T22 y +30,3 % en el 1S22 al ajustar al ajustar los cargos de desarrollo inmobiliario y venta de inmuebles <sup>(2)</sup>)

### Uruguay

- Efecto cambiario positivo y eficiencias de costos llevaron a ganancias en el margen EBITDA recurrente (+2 pb en 2T, +43 pb en 1H)

### Argentina

- Las ventas netas crecieron 78.7% en moneda local y por encima de la inflación y la mejora en los ingresos inmobiliarios contribuyeron al aumento notable del margen EBITDA recurrente (+210 pb en 2T, +224 pb en 1S). La operación mantuvo una posición de caja estable.

(1) Excluyendo efecto TC (2) Aporte percibido por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados). (3) Incluye el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en 2T22.

## VIII. Perspectivas 2022

- Crecimiento de los ingresos operacionales producto de la innovación, la estrategia omnicanal y los negocios complementarios.
- Mantener los niveles de EBITDA recurrente a nivel consolidado considerando las presiones inflacionarias sobre el gasto.
- El omnicanal tendrá una participación de un dígito alto sobre las ventas consolidadas.
- Expansión <sup>(1)</sup> en Colombia de 60 a 70 tiendas principalmente en formatos innovadores, con un área de ventas adicional de aproximadamente 35.000 m<sup>2</sup> (incluyendo el acuerdo de adquisición de mobiliario y derechos sobre 5 espacios comerciales en 2021 y 1 en 2022 de la 14).
- Generación sostenible de flujo de caja para los accionistas.
- Esfuerzos en criterios de Sostenibilidad (ASG) centrados en la nutrición infantil y en la mejora de la sostenibilidad de la cadena de suministro.

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

## IX. Anexos

### Notas:

- 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             | 2022             | 2021             | % Var           | 1H22               | 1H21               | % Var            |
|--|------------------|------------------|-----------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Ventas Netas                                 | 4,530,238        | 3,536,415        | 28.1%           | 8,905,386          | 7,126,628          | 25.0%            |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 186,977          | 160,272          | 16.7%           | 413,796            | 389,231            | 6.3%             |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>4,717,215</b> | <b>3,696,687</b> | <b>27.6%</b>    | <b>9,319,182</b>   | <b>7,515,859</b>   | <b>24.0%</b>     |
| Costo de Ventas                              | (3,505,354)      | (2,715,735)      | 29.1%           | (6,909,094)        | (5,501,086)        | 25.6%            |
| Costo Depreciación y Amortización            | (24,989)         | (21,319)         | 17.2%           | (48,718)           | (38,605)           | 26.2%            |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>1,186,872</b> | <b>959,633</b>   | <b>23.7%</b>    | <b>2,361,370</b>   | <b>1,976,168</b>   | <b>19.5%</b>     |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>25.2%</i>     | <i>26.0%</i>     | <i>(80) bps</i> | <i>25.3%</i>       | <i>26.3%</i>       | <i>(95) bps</i>  |
| Gastos O&AV                                  | (840,944)        | (674,395)        | 24.7%           | (1,684,008)        | (1,401,522)        | 20.2%            |
| Gasto Depreciación y Amortización            | (119,179)        | (114,296)        | 4.3%            | (239,537)          | (228,909)          | 4.6%             |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(960,123)</b> | <b>(788,691)</b> | <b>21.7%</b>    | <b>(1,923,545)</b> | <b>(1,630,431)</b> | <b>18.0%</b>     |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>20.4%</i>     | <i>21.3%</i>     | <i>(98) bps</i> | <i>20.6%</i>       | <i>21.7%</i>       | <i>(105) bps</i> |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>226,749</b>   | <b>170,942</b>   | <b>32.6%</b>    | <b>437,825</b>     | <b>345,737</b>     | <b>26.6%</b>     |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>4.8%</i>      | <i>4.6%</i>      | <i>18 bps</i>   | <i>4.7%</i>        | <i>4.6%</i>        | <i>10 bps</i>    |
| Gastos/Ingresos No-Recurrentes               | 10,511           | (13,746)         | 176.5%          | 7,518              | (23,412)           | 132.1%           |
| <b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>           | <b>237,260</b>   | <b>157,196</b>   | <b>50.9%</b>    | <b>445,343</b>     | <b>322,325</b>     | <b>38.2%</b>     |
| <i>Margen EBIT</i>                           | <i>5.0%</i>      | <i>4.3%</i>      | <i>78 bps</i>   | <i>4.8%</i>        | <i>4.3%</i>        | <i>49 bps</i>    |
| Resultado Financiero Neto                    | (92,737)         | (45,828)         | 102.4%          | (142,536)          | (92,159)           | 54.7%            |
| Resultado de Asociadas y Negocios Conjunto   | 1,056            | (9,118)          | 111.6%          | (16,763)           | 3,800              | (541.1%)         |
| <b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>     | <b>145,579</b>   | <b>102,250</b>   | <b>42.4%</b>    | <b>286,044</b>     | <b>233,966</b>     | <b>22.3%</b>     |
| Impuesto Renta                               | (44,934)         | (25,540)         | 75.9%           | (99,774)           | (56,831)           | 75.6%            |
| <b>Resultado Neto Operaciones Continuas</b>  | <b>100,645</b>   | <b>76,710</b>    | <b>31.2%</b>    | <b>186,270</b>     | <b>177,135</b>     | <b>5.2%</b>      |
| Participación de no Controlantes             | (38,381)         | (25,719)         | 49.2%           | (59,467)           | (41,182)           | 44.4%            |
| Resultado Neto Operaciones Discontinuas      | -                | (247)            | 100.0%          | -                  | (252)              | 100.0%           |
| <b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>            | <b>62,264</b>    | <b>50,744</b>    | <b>22.7%</b>    | <b>126,803</b>     | <b>135,701</b>     | <b>(6.6%)</b>    |
| <i>Margen Neto</i>                           | <i>1.3%</i>      | <i>1.4%</i>      | <i>(5) bps</i>  | <i>1.4%</i>        | <i>1.8%</i>        | <i>(44) bps</i>  |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>370,917</b>   | <b>306,557</b>   | <b>21.0%</b>    | <b>726,080</b>     | <b>613,251</b>     | <b>18.4%</b>     |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>7.9%</i>      | <i>8.3%</i>      | <i>(43) bps</i> | <i>7.8%</i>        | <i>8.2%</i>        | <i>(37) bps</i>  |
| <b>EBITDA</b>                                | <b>381,428</b>   | <b>292,811</b>   | <b>30.3%</b>    | <b>733,598</b>     | <b>589,839</b>     | <b>24.4%</b>     |
| <i>Margen EBITDA</i>                         | <i>8.1%</i>      | <i>7.9%</i>      | <i>16 bps</i>   | <i>7.9%</i>        | <i>7.8%</i>        | <i>2 bps</i>     |
| Acciones                                     | 432.621          | 447.604          | (3.3%)          | 432.621            | 447.604            | (3.3%)           |
| <b>Utilidad por Acción</b>                   | <b>143.9</b>     | <b>113.4</b>     | <b>27.0%</b>    | <b>293.1</b>       | <b>303.2</b>       | <b>(3.3%)</b>    |

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7.6 en las ventas y 7.8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4.9% en 1S22 respectivamente).

## 2. Estado de resultados e inversiones por país

| Estado de Resultados                         | Colombia         | Uruguay          | Argentina        | Consol           |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|
| en millones de pesos colombianos             | 2Q22             | 2Q22             | 2Q22             | 2Q22             |
| Ventas netas                                 | 3,384,527        | 771,878          | 373,833          | 4,530,238        |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 165,841          | 6,931            | 14,348           | 186,977          |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>3,550,368</b> | <b>778,809</b>   | <b>388,181</b>   | <b>4,717,215</b> |
| Costo de Ventas                              | (2,737,839)      | (511,561)        | (256,111)        | (3,505,354)      |
| Costo Depreciación y Amortización            | (22,783)         | (1,498)          | (708)            | (24,989)         |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>789,746</b>   | <b>265,750</b>   | <b>131,362</b>   | <b>1,186,872</b> |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>22.2%</i>     | <i>34.1%</i>     | <i>33.8%</i>     | <i>25.2%</i>     |
| Gastos O&AV                                  | (522,872)        | (192,948)        | (125,124)        | (840,944)        |
| Gasto Depreciación y Amortización            | (102,859)        | (15,150)         | (1,170)          | (119,179)        |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(625,731)</b> | <b>(208,098)</b> | <b>(126,294)</b> | <b>(960,123)</b> |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>17.6%</i>     | <i>26.7%</i>     | <i>32.5%</i>     | <i>20.4%</i>     |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>164,015</b>   | <b>57,652</b>    | <b>5,068</b>     | <b>226,749</b>   |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>4.6%</i>      | <i>7.4%</i>      | <i>1.3%</i>      | <i>4.8%</i>      |
| Gastos/Ingresos No-Recurrentes               | (4,431)          | (467)            | 15,409           | 10,511           |
| <b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>           | <b>159,584</b>   | <b>57,185</b>    | <b>20,477</b>    | <b>237,260</b>   |
| <i>Margen EBIT</i>                           | <i>4.5%</i>      | <i>7.3%</i>      | <i>5.3%</i>      | <i>5.0%</i>      |
| <b>Resultado Financiero Neto</b>             | <b>(57,310)</b>  | <b>(4,520)</b>   | <b>(30,893)</b>  | <b>(92,737)</b>  |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>289,657</b>   | <b>74,300</b>    | <b>6,946</b>     | <b>370,917</b>   |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>8.2%</i>      | <i>9.5%</i>      | <i>1.8%</i>      | <i>7.9%</i>      |
| <b>CAPEX</b>                                 |                  |                  |                  |                  |
| <i>en millones de pesos colombianos</i>      | <b>76,225</b>    | <b>10,742</b>    | <b>1,673</b>     | <b>88,640</b>    |
| <i>en moneda local</i>                       | 76,225           | 110              | 51               |                  |

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7.6 en las ventas y 7.8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4.9% en 1S22 respectivamente. El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

### 3. Balance general consolidado

| en millones de pesos colombianos                          | Dec 2021          | Jun 2022          | Var %          |
|---|-------------------|-------------------|----------------|
| <b>ACTIVOS</b>  | <b>16,901,179</b> | <b>16,564,400</b> | <b>(2.0%)</b>  |
| <b>Activo corriente</b>                                   | <b>5,833,360</b>  | <b>5,043,815</b>  | <b>(13.5%)</b> |
| Caja y equivalentes de caja                               | 2,541,579         | 1,243,889         | (51.1%)        |
| Inventarios   | 2,104,303         | 2,614,522         | 24.2%          |
| Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar | 625,998           | 523,382           | (16.4%)        |
| Activos por impuestos                                     | 358,613           | 497,745           | 38.8%          |
| Activos no Corrientes Disponibles para la Venta           | 24,601            | 5,392             | (78.1%)        |
| Otros   | 178,266           | 158,885           | (10.9%)        |
| <b>Activos No Corrientes</b>                              | <b>11,067,819</b> | <b>11,520,585</b> | <b>4.1%</b>    |
| Plusvalía   | 3,024,983         | 3,234,881         | 6.9%           |
| Otros activos intangibles                                 | 363,987           | 387,287           | 6.4%           |
| Propiedades, planta y equipo                              | 4,024,697         | 4,135,351         | 2.7%           |
| Propiedades de Inversión                                  | 1,656,245         | 1,732,198         | 4.6%           |
| Derechos de uso   | 1,370,512         | 1,421,952         | 3.8%           |
| Inversiones en asociadas y negocios conjuntos             | 289,391           | 297,129           | 2.7%           |
| Activo por impuesto diferido                              | 205,161           | 180,415           | (12.1%)        |
| Activos por impuestos                                     | -                 | -                 | N/A            |
| Otros   | 132,843           | 131,372           | (1.1%)         |
| <b>PASIVOS</b>  | <b>8,872,702</b>  | <b>8,554,029</b>  | <b>(3.6%)</b>  |
| <b>Pasivo corriente</b>                                   | <b>6,518,400</b>  | <b>6,232,921</b>  | <b>(4.4%)</b>  |
| Cuentas por pagar   | 5,136,626         | 4,365,678         | (15.0%)        |
| Pasivos por arrendamiento                                 | 234,178           | 251,044           | 7.2%           |
| Obligaciones financieras                                  | 674,927           | 1,230,888         | 82.4%          |
| Otros pasivos financieros                                 | 81,544            | 84,459            | 3.6%           |
| Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta           | -                 | -                 | N/A            |
| Pasivos por impuestos                                     | -                 | 6,052             | N/A            |
| Otros   | 391,125           | 294,800           | (24.6%)        |
| <b>Pasivos no corrientes</b>                              | <b>2,354,302</b>  | <b>2,321,108</b>  | <b>(1.4%)</b>  |
| Cuentas por pagar   | 49,929            | 60,816            | 21.8%          |
| Pasivos por arrendamiento                                 | 1,360,465         | 1,381,036         | 1.5%           |
| Obligaciones financieras                                  | 742,084           | 648,764           | (12.6%)        |
| Otras provisiones   | 11,086            | 12,384            | 11.7%          |
| Pasivo por impuesto diferido                              | 166,751           | 194,737           | 16.8%          |
| Pasivos por impuestos                                     | 3,924             | 3,337             | (15.0%)        |
| Otros   | 20,063            | 20,034            | (0.1%)         |
| <b>PATRIMONIO</b>   | <b>8,028,477</b>  | <b>8,010,371</b>  | <b>(0.2%)</b>  |

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina.

#### 4. Flujo de caja consolidado

| en millones de pesos colombianos   | Jun 2022           | Jun 2021           | Var %         |
|--|--------------------|--------------------|---------------|
| <b>Ganancia</b>  | <b>186,270</b>     | <b>176,883</b>     | <b>5.3%</b>   |
| Total ajustes para conciliar la ganacia (pérdida)  | 692,539            | 580,766            | 19.2%         |
| Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación                                       | (769,224)          | (678,203)          | 13.4%         |
| Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión                                       | (137,361)          | (286,921)          | (52.1%)       |
| Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación                                     | (423,858)          | (135,919)          | N/A           |
| <b>Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio</b> | <b>(1,330,443)</b> | <b>(1,101,043)</b> | <b>20.8%</b>  |
| Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo                 | 32,753             | 13,245             | N/A           |
| <b>(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo</b>                                       | <b>(1,297,690)</b> | <b>(1,087,798)</b> | <b>19.3%</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>2,541,579</b>   | <b>2,409,391</b>   | <b>5.5%</b>   |
| <b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada</b>          | <b>-</b>           | <b>-</b>           |               |
| <b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo</b>   | <b>1,243,889</b>   | <b>1,321,593</b>   | <b>(5.9%)</b> |

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina.

#### 5. Indicadores financieros

|  | Indicadores a nivel consolidado |                   | Indicadores a nivel holding |                   |
|--|---------------------------------|-------------------|-----------------------------|-------------------|
|  | Junio 2022                      | Diciembre de 2021 | Junio 2022                  | Diciembre de 2021 |
| Activos / Pasivos                              | 1.94                            | 1.90              | 1.97                        | 1.91              |
| Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente) | 0.81                            | 0.89              | 0.80                        | 0.91              |

## 6. Estado de resultados de Almacenes Éxito <sup>(1)</sup>

| en millones de pesos colombianos             | 2Q22             | 2Q21             | % Var            | 1H22               | 1H21               | % Var            |
|--|------------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| Ventas Netas                                 | 3,388,924        | 2,666,961        | 27.1%            | 6,711,814          | 5,415,760          | 23.9%            |
| Otros Ingresos Operacionales                 | 87,338           | 87,282           | 0.1%             | 216,413            | 247,997            | (12.7%)          |
| <b>Total Ingresos Operacionales</b>          | <b>3,476,262</b> | <b>2,754,243</b> | <b>26.2%</b>     | <b>6,928,227</b>   | <b>5,663,757</b>   | <b>22.3%</b>     |
| Costo de Ventas                              | (2,735,369)      | (2,129,226)      | 28.5%            | (5,431,647)        | (4,351,525)        | 24.8%            |
| Costo Depreciación y Amortización            | (21,004)         | (17,976)         | 16.8%            | (41,594)           | (32,422)           | 28.3%            |
| <b>Utilidad Bruta</b>                        | <b>719,889</b>   | <b>607,041</b>   | <b>18.6%</b>     | <b>1,454,986</b>   | <b>1,279,810</b>   | <b>13.7%</b>     |
| <i>Margen Bruto</i>                          | <i>20.7%</i>     | <i>22.0%</i>     | <i>(133) bps</i> | <i>21.0%</i>       | <i>22.6%</i>       | <i>(160) bps</i> |
| Gastos O&AV                                  | (512,738)        | (425,747)        | 20.4%            | (1,033,868)        | (882,822)          | 17.1%            |
| Gasto Depreciación y Amortización            | (98,707)         | (91,537)         | 7.8%             | (194,601)          | (184,552)          | 5.4%             |
| <b>Total Gastos</b>                          | <b>(611,445)</b> | <b>(517,284)</b> | <b>18.2%</b>     | <b>(1,228,469)</b> | <b>(1,067,374)</b> | <b>15.1%</b>     |
| <i>Gastos/Ing Op</i>                         | <i>(17.6%)</i>   | <i>(18.8%)</i>   | <i>119 bps</i>   | <i>(17.7%)</i>     | <i>(18.8%)</i>     | <i>111 bps</i>   |
| <b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b> | <b>108,444</b>   | <b>89,757</b>    | <b>20.8%</b>     | <b>226,517</b>     | <b>212,436</b>     | <b>6.6%</b>      |
| <i>Margen ROI</i>                            | <i>3.1%</i>      | <i>3.3%</i>      | <i>(14) bps</i>  | <i>3.3%</i>        | <i>3.8%</i>        | <i>(48) bps</i>  |
| Gastos/Ingresos No-Recurrentes               | (7,320)          | (13,579)         | (46.1%)          | (9,121)            | (19,114)           | (52.3%)          |
| <b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>           | <b>101,124</b>   | <b>76,178</b>    | <b>32.7%</b>     | <b>217,396</b>     | <b>193,322</b>     | <b>12.5%</b>     |
| <i>Margen EBIT</i>                           | <i>2.9%</i>      | <i>2.8%</i>      | <i>14 bps</i>    | <i>3.1%</i>        | <i>3.4%</i>        | <i>(28) bps</i>  |
| <b>Resultado Financiero Neto</b>             | <b>(65,511)</b>  | <b>(46,242)</b>  | <b>41.7%</b>     | <b>(110,219)</b>   | <b>(94,935)</b>    | <b>16.1%</b>     |
| <b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>            | <b>62,264</b>    | <b>50,744</b>    | <b>22.7%</b>     | <b>126,803</b>     | <b>135,701</b>     | <b>(6.6%)</b>    |
| <i>Margen Neto</i>                           | <i>1.8%</i>      | <i>1.8%</i>      | <i>(5) bps</i>   | <i>1.8%</i>        | <i>2.4%</i>        | <i>(57) bps</i>  |
| <b>EBITDA Recurrente</b>                     | <b>228,155</b>   | <b>199,270</b>   | <b>14.5%</b>     | <b>462,712</b>     | <b>429,410</b>     | <b>7.8%</b>      |
| <i>Margen EBITDA Recurrente</i>              | <i>6.6%</i>      | <i>7.2%</i>      | <i>(67) bps</i>  | <i>6.7%</i>        | <i>7.6%</i>        | <i>(90) bps</i>  |

1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas

## 7. Balance General de Almacenes Éxito <sup>(1)</sup>

| en millones de pesos colombianos                            | Dec 2021          | Jun 2022          | Var %          |
|---|-------------------|-------------------|----------------|
| <b>ACTIVOS</b>  | <b>14,422,470</b> | <b>13,931,173</b> | <b>(3.4%)</b>  |
| <b>Activo corriente</b>                                     | <b>4,686,474</b>  | <b>3,807,944</b>  | <b>(18.7%)</b> |
| Caja y equivalentes de caja                                 | 2,063,528         | 715,352           | (65.3%)        |
| Inventarios   | 1,680,108         | 2,095,875         | 24.7%          |
| Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar   | 434,945           | 377,852           | (13.1%)        |
| Activos por impuestos                                       | 331,424           | 480,826           | 45.1%          |
| Otros   | 176,469           | 138,039           | (21.8%)        |
| <b>Activos No Corrientes</b>                                | <b>9,735,996</b>  | <b>10,123,229</b> | <b>4.0%</b>    |
| Plusvalía   | 1,453,077         | 1,453,077         | 0.0%           |
| Otros activos intangibles                                   | 191,559           | 188,268           | (1.7%)         |
| Propiedades, planta y equipo                                | 1,984,771         | 1,946,750         | (1.9%)         |
| Propiedades de Inversión                                    | 78,586            | 81,473            | 3.7%           |
| Derechos de uso   | 1,609,599         | 1,636,442         | 1.7%           |
| Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos | 4,085,625         | 4,578,833         | 12.1%          |
| Otros   | 332,779           | 238,386           | (28.4%)        |
| <b>PASIVOS</b>  | <b>7,541,065</b>  | <b>7,085,856</b>  | <b>(6.0%)</b>  |
| <b>Pasivo corriente</b>                                     | <b>5,137,135</b>  | <b>4,757,782</b>  | <b>(7.4%)</b>  |
| Cuentas por pagar   | 4,249,804         | 3,462,036         | (18.5%)        |
| Pasivos por arrendamiento                                   | 239,831           | 257,350           | 7.3%           |
| Obligaciones financieras                                    | 136,184           | 629,004           | N/A            |
| Otros pasivos financieros                                   | 66,817            | 66,525            | (0.4%)         |
| Pasivos por impuestos                                       | 76,238            | 46,317            | (39.2%)        |
| Otros   | 368,261           | 296,550           | (19.5%)        |
| <b>Pasivos no corrientes</b>                                | <b>2,403,930</b>  | <b>2,328,074</b>  | <b>(3.2%)</b>  |
| Pasivos por arrendamiento                                   | 1,580,954         | 1,586,331         | 0.3%           |
| Obligaciones financieras                                    | 742,084           | 648,764           | (12.6%)        |
| Otras provisiones   | 10,991            | 12,223            | 11.2%          |
| Pasivo por impuesto diferido                                | -                 | -                 | 0              |
| Otros   | 69,901            | 80,756            | 15.5%          |
| <b>PATRIMONIO</b>   | <b>6,881,405</b>  | <b>6,845,317</b>  | <b>(0.5%)</b>  |

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas

## 8. Deuda por país y vencimiento

### Deuda neta por país

| 30 Jun de 2022<br>(millones de pesos)   | Holding (2)      | Colombia         | Uruguay          | Argentina     | Consolidado      |
|---|------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|
| Deuda de corto plazo                    | 695,529          | 711,546          | 603,801          | -             | 1,315,347        |
| Deuda de largo plazo                    | 648,764          | 648,764          | -                | -             | 648,764          |
| <b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b> | <b>1,344,293</b> | <b>1,360,310</b> | <b>603,801</b>   | -             | <b>1,964,111</b> |
| Efectivo y equivalentes de efectivo     | 715,352          | 849,131          | 336,674          | 58,084        | 1,243,889        |
| <b>Deuda Neta</b>                       | <b>(628,941)</b> | <b>(511,179)</b> | <b>(267,127)</b> | <b>58,084</b> | <b>(720,222)</b> |

### Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

| 30 Jun de 2022<br>(millones de pesos) | Valor nominal    | Naturaleza del<br>interés | Fecha<br>vencimiento | 30-jun-22        |
|---------------------------------------|------------------|---------------------------|----------------------|------------------|
| Crédito rotativo - Bilateral          | 100,000          | Variable                  | Enero 2023           |                  |
| Mediano Plazo - Bilateral             | 135,000          | Variable                  | Abril 2024           | 135,000          |
| Crédito rotativo - Bilateral          | 400,000          | Variable                  | Febrero 2025         | 400,000          |
| Largo Plazo - Bilateral               | 200,000          | Variable                  | Marzo 2025           | 200,000          |
| Crédito rotativo - Bilateral          | 200,000          | Variable                  | Abril 2025           | 40,000           |
| Largo Plazo - Bilateral               | 290,000          | Variable                  | Marzo 2026           | 181,249          |
| Largo Plazo - Bilateral               | 190,000          | Variable                  | Marzo 2027           | 172,729          |
| Largo Plazo - Bilateral               | 150,000          | Variable                  | Marzo 2030           | 133,350          |
| <b>Total deuda bruta (3)</b>          | <b>1,665,000</b> |                           |                      | <b>1,262,328</b> |

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. 1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda bruta emitida al 100% en pesos colombianos con un tipo de interés inferior al IBR3M + 2,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 7.97%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda nominal.

## 9. Número de tiendas y área de ventas

| <u>Marca por país</u>  | <u>Número de tiendas</u> <u>Área de ventas (m2)</u> |                  |
|------------------------|---|------------------|
|                        | <u>2Q22</u>   |                  |
| <b>Colombia</b>        |   |                  |
| Exito                  | 213   | 611,650          |
| Carulla                | 101   | 87,317           |
| Surtimax               | 70  | 30,140           |
| Super Inter            | 60  | 58,601           |
| Surtimayorista         | 41  | 40,131           |
| <b>Total Colombia</b>  | <b>485</b>  | <b>827,839</b>   |
| <b>Uruguay</b>         |   |                  |
| Devoto                 | 59  | 40,116           |
| Disco                  | 30  | 35,252           |
| Geant                  | 2   | 16,411           |
| <b>Total Uruguay</b>   | <b>91</b>   | <b>91,779</b>    |
| <b>Argentina</b>       |   |                  |
| Libertad               | 15  | 101,807          |
| Mini Libertad          | 10  | 1,796            |
| <b>Total Argentina</b> | <b>25</b>   | <b>103,603</b>   |
| <b>TOTAL</b>           | <b>601</b>  | <b>1,023,221</b> |

Nota: El total de tiendas no incluye 1.590 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.*

## X. Información adicional

### Detalles de la Teleconferencia de resultados

#### Almacenes Éxito S.A. (BVC: ÉXITO)

*Cordialmente lo invita a participar de la conferencia de resultados del segundo trimestre de 2022*

Fecha: Jueves 28 de julio de 2022

Hora: 12:00 p.m. New York / 11:00 a.m. Hora Colombia

#### Presentando por Grupo Exito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Chief Executive Officer

Ruy Souza, Chief Financial Officer

María Fernanda Moreno, Investor Relations Manager

*Para participar haga click aquí:*

[Join Microsoft Teams Meeting](#)

Los resultados del 2T22 estarán acompañados por una presentación que estará disponible en el sitio web de la compañía en

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

bajo "Accionistas e Inversionistas" en el siguiente link:

<https://www.grupoexito.com.co/en/informacion-financiera>

#### Próximas publicaciones

Resultados Financieros del tercer trimestre de 2022 –noviembre 3, 2022, después del cierre de mercado

## Contactos de Relación con Inversionistas y Prensa

### **María Fernanda Moreno R.**

Directora de Relación con Inversionistas

+ (57) 601 312 796 2298

[mmorenor@grupo-exito.com](mailto: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](mailto: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](http://exito.com) y [carulla.com](http://carulla.com) en Colombia, [devoto.com](http://devoto.com) y [geant.com](http://geant.com) en Uruguay e [hiperlibertad.com](http://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.*