

Almacenes Éxito S.A.

Estados Financieros Consolidados

3T22

Envigado, Colombia, noviembre 3 de 2022 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció sus resultados para el tercer trimestre terminado el 30 de septiembre de 2022 (3T22). 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.

El aumento doble dígito de los Ingresos operacionales (22,6%) y la eficiencia en costos, a pesar de las presiones inflacionarias, llevaron a un crecimiento del EBITDA recurrente (12,9%) por encima de los niveles de los dos últimos años

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- Los **ingresos operacionales** aumentaron 22.6% a \$5,1 B en 3T22 y 23.5% a \$14,4 B en 9M22. El resultado trimestral se explica por el crecimiento de las ventas retail de 23,1% impulsado por el sólido desempeño de los formatos innovadores, el crecimiento del omnicanal (24,4%) y el dinamismo comercial en todos los países. Otros ingresos crecieron impulsados por el sólido crecimiento de los negocios complementarios, principalmente el inmobiliario (+35% en 3T22 y +41% en 9M22).
- El **EBITDA recurrente** alcanzó \$398.998 M (+12.9%) con un margen de 7.8% en 3T22, impulsado por la dilución de costos, mejora en el desempeño del retail y mayor contribución del negocio inmobiliario. Durante los 9M22, el EBITDA recurrente creció 16.4% y llegó a \$1.125.078 M a un margen de 7.8%.

La **Utilidad neta** fue de \$49.937 M (1.0% de margen) durante el 3T22 y reflejó el sólido desempeño operacional y los menores gastos no recurrentes parcialmente compensados por mayores provisiones de TUYA (+46% préstamos) y gastos financieros (IBR 30d +778 pb vs 3T21), el ajuste por inflación en Argentina y una menor base de impuestos diferidos (\$23 mil M).

- **UPA** fue de \$113,1 por acción ordinaria en el 3T22 (vs. los \$282,2 reportados en el 3T21).
- Las **inversiones consolidadas** fueron de \$195.718 M, 74% para expansión (retail e inmobiliario), innovación, omnicanal y transformación digital.

Operacionales

- La participación omnicanal en las ventas consolidadas alcanzó el 9,5% en el 3T22 (Col 11,9%, Uru 2,6%, Arg 5,2%).
- El impulso comercial favoreció la cartera de préstamos de TUYA (+46%) y la ocupación inmobiliaria (96,3% en Colombia y 90,3% en Argentina).
- Los formatos innovadores alcanzaron un 39% de las ventas de Colombia (+340 pb vs 2T22; el modelo Fresh Market representó el 53,1% de Carulla en Colombia, el 51,5% en Uruguay y el 29% en Argentina).
- Las eficiencias en Colombia y Argentina lograron que los gastos crecieran por debajo de las ventas en 3T22.
- La expansión 12M de tiendas ⁽¹⁾ fue de 85 (75 Col, 5 Uru, 5 Arg), total de 602 en la región y 1,04 M m² de área ventas.

Perspectivas 2022

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

I. Seguimiento a los pilares estratégicos de sostenibilidad ASG

Cero Desnutrición

- En alianza con la Fundación Éxito, la Compañía benefició a 45.794 niños con programas de nutrición y complementarios y entregó 164.192 paquetes de alimentos a niños y sus familias. En un trabajo conjunto, se hace presencia en 186 municipios de 26 departamentos de Colombia.

Mi Planeta

- 470.000 árboles fueron donados por clientes, proveedores y empleados con un objetivo de un millón de árboles autóctonos que se plantarán conjuntamente con Celsia hacia 2023.
- La Compañía logró recolectar 15.382 toneladas de material en la operación y 672 toneladas de material reciclable postconsumo.
- El Grupo Éxito redujo en 14.000 toneladas su huella de carbono (Alcance 1 y 2) de un año a otro, lo que corresponde a cerca del 5% de la huella total de CO2 de la Compañía. En las tiendas de Fresh Market Carulla la Compañía implementó sistemas de refrigeración sostenibles y el modelo de posconsumo 'Soy Re'.
- 470,000 trees were donated by customers, suppliers and employees for the target of one million of native

Comercio sostenible

- La operación de Éxito en Colombia compró el 90% de las frutas y verduras localmente, \$12.060 millones comprados en frutas y verduras a 23 asociaciones.
- En alianza con Estratek y Endeavor Colombia, Grupo Éxito busca ayudar e impulsar el desarrollo de start-ups y co-crear juntos para cumplir con los requerimientos de los clientes y grupos de interés a través de soluciones innovadoras que puedan crear valor en 7 frentes de la empresa, desde soluciones omnicanal hasta consolidar una operación retail sostenible.

Somos integros

- El 5 de septiembre de 2022, el Grupo Éxito informó al mercado sobre un "Proyecto de Reducción de Capital" presentado por GPA con el objetivo de distribuir aproximadamente el 83% de su participación en Éxito a sus accionistas. Así, GPA mantendría una participación de aproximadamente el 13% en Éxito, mientras que Casino, principal accionista de GPA, conservaría una participación cercana al 34%.
- Mediante esta operación, los accionistas de GPA serían titulares directos de Éxito a través de ADRs II o BDRs II (cuyos valores subyacentes serían acciones ordinarias). Para ello, la Junta Directiva de Éxito autorizó a la administración para llevar a cabo el registro de los valores de la compañía en Brasil y la modificación de su programa de DR (Depositary Receipt) en Estados Unidos. Además, la Asamblea General de Accionistas del Grupo Éxito, aprobó un fraccionamiento de acciones a un valor nominal de COP\$ 3,33333334 de COP\$ 10, para que GPA entregue acciones no fraccionadas a sus accionistas. Finalmente, la acción del Éxito será

desmaterializada, principalmente para nivelar a la Compañía a estándares a nivel mundial.

La Compañía espera que la entrega de los ADRs II y BDRs II, así como completar la implementación del Proyecto, tenga lugar durante el primer semestre de 2023, sujeto al tiempo requerido para los procedimientos y la obtención de autorizaciones corporativas y gubernamentales por parte de los organismos y entidades competentes.

Entre otros propósitos, con este Proyecto, GPA pretende generar valor para todos los accionistas de Éxito al (i) generar un claro entendimiento sobre los negocios y estrategias de Éxito, (ii) aumentar la visibilidad de su negocio, (iii) facilitar la evaluación del activo y favorecer el reconocimiento de su valor, (iv) aumentar la liquidez de la acción en el mercado, y (v) ampliar la base de accionistas de la Compañía.

- El 23 de septiembre, la Sra. Susy Midori Yoshimura dimitió como miembro del Consejo de Administración de la Sociedad y el Sr. Guillaume Michaloux fue nombrado nuevo miembro.

Nuestra gente

- La Junta Directiva nombró al Sr. Jorge Jaller Jaramillo como Vicepresidente de Retail, a partir del 1 de agosto. Su labor se centrará en el desarrollo, crecimiento y liderazgo de las marcas Éxito y Carulla, con una visión omnicanal y una estrategia centrada en el cliente, apoyada en la innovación, la diferenciación, la sostenibilidad y el compromiso social. El Sr. Jaller es licenciado en Derecho de la Universidad Pontificia Bolivariana y tiene un Máster en Marketing de la Universidad de Concordia en Canadá. El Sr. Jaller tiene experiencia en retail, transformación organizacional, experiencia del cliente e innovación. Ha trabajado en el Grupo Éxito durante los últimos 24 años y ha ocupado cargos como Director de Ventas y Operaciones de la marca Éxito, Gerente Corporativo de las líneas de Ropa y Hogar y últimamente se desempeñó como Gerente Corporativo de la Marca Éxito, donde fue reconocido por su gran carisma, capacidad de innovación y foco en los resultados.
- El Grupo Éxito celebró el 'Mes de la Diversidad' con más de 30 actividades.

Vida Sana

- Más de 30 ingredientes fueron eliminados de los productos Taeq como parte del compromiso de la compañía con la salud de los consumidores.

Premios & reconocimientos

- La tienda Carulla FreshMarket 'Tesoro' en Medellín, fue reconocida por IGD Retail Analysis como una de las mejores tiendas del mundo, por su innovadora distribución y por ser una de las 21 tiendas certificadas como Carbono Cero por ICONTEC. Su nominación fue realizada por la organización británica y el estudio incluía las principales compañías de retail y de comercio al por mayor del mundo.

- Grupo Éxito fue reconocido con el 'Sello de Moda Sostenible' por CO2CERO y Claudia Bahamón por su compromiso con el medio ambiente, la sociedad y la economía, al desarrollar las marcas propias Bronzini, Arkitect y People. El 94% de las prendas vendidas por la compañía en Colombia son de producidas localmente, así como el 80% de la marca propia es producida en el país.
- El Grupo Éxito trabajó en la generación de nuevas oportunidades para los exreclusos al donar \$150 millones en tarjetas redimibles, para apoyar la reinserción social de 1.000 exreclusos, así como se comprometió a contratar a 80 de ellos al finalizar el año 2022. Desde 2019, 50 mil prendas de vestir han sido confeccionadas por internos reinsertados como parte del plan de la Compañía para apoyar a este segmento de la población.
- Grupo Éxito se ubicó en el octavo lugar como la empresa colombiana con mayores estándares de reputación según Merco.

II. Desempeño financiero y operacional consolidado

“Seguimos comprometidos con nuestros clientes y ofrecemos la mejor experiencia, así como precios accesibles en productos básicos de alimentos, limpieza y cuidado personal. En un entorno inflacionario retador, se realizaron compras anticipadas para cubrir los costos y nuestro portafolio de alimentos se situó 5,7 puntos porcentuales por debajo de la inflación de alimentos. Los precios de las prendas de vestir también se mantuvieron competitivos, ya que el 94% se compró en el país para protegerlos del impacto de la devaluación. Nuestros esfuerzos por fortalecer la innovación, las plataformas digitales y los negocios complementarios también contribuyeron a los sólidos resultados de la Compañía. Nuestro enfoque social continuó en línea con el propósito superior de “Nutrir de Oportunidades a Colombia”: la Compañía entregó a más de 45.000 niños y niñas 164.000 paquetes nutricionales, además de promover el reciclaje y la ganadería sostenible. Adicionalmente, se han donado 470.000 árboles por clientes, empleados, proveedores y aliados como parte de la iniciativa #UnÁrbolALaVez del Grupo Éxito y Celsia, para aumentar la cobertura forestal, restaurar las fuentes hidrográficas y proteger la biodiversidad en Colombia”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, presidente del Grupo Éxito

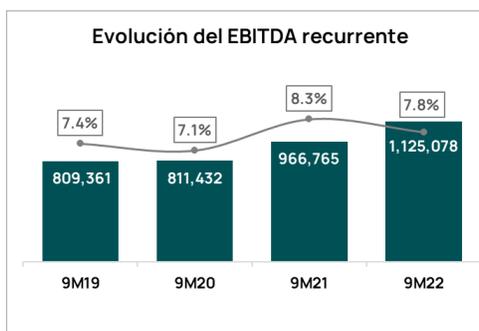
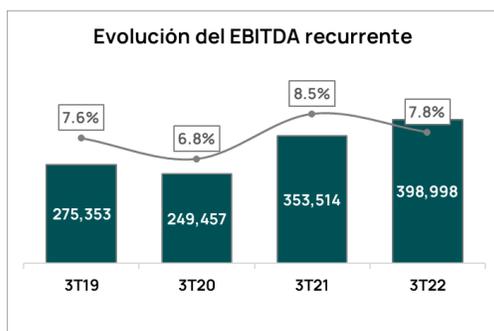
en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	4,901,047	3,982,284	23.1%	13,806,433	11,108,912	24.3%
Otros Ingresos Operacionales	202,798	181,573	11.7%	616,594	570,804	8.0%
Total Ingresos Operacionales	5,103,845	4,163,857	22.6%	14,423,027	11,679,716	23.5%
Utilidad Bruta	1,303,681	1,061,678	22.8%	3,665,051	3,037,846	20.6%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>25.5%</i>	<i>5 bps</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.0%</i>	<i>(60) bps</i>
Total Gastos	(1,058,171)	(845,573)	25.1%	(2,981,716)	(2,476,004)	20.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.7%</i>	<i>20.3%</i>	<i>43 bps</i>	<i>20.7%</i>	<i>21.2%</i>	<i>(53) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	245,510	216,105	13.6%	683,335	561,842	21.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.8%</i>	<i>5.2%</i>	<i>(38) bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(7) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	49,937	126,315	(60.5%)	176,740	262,016	(32.5%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.0%</i>	<i>3.0%</i>	<i>(206) bps</i>	<i>1.2%</i>	<i>2.2%</i>	<i>(102) bps</i>
EBITDA Recurrente	398,998	353,514	12.9%	1,125,078	966,765	16.4%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>(67) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(48) bps</i>
Utilidad por Acción	113.1	282.2	(59.9%)	400.4	585.4	(31.6%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio 1.4% en las ventas y 3.3% en el EBITDA recurrente en 3T22 y 1.1% y 2.9% en 9M22 respectivamente. UPA considerando el número promedio de acciones en circulación durante el periodo (IFRS 33), correspondiente a 441,389,202 acciones, después de la recompra a junio 30 de 2022 (número total acciones en circulación es 432,621,453)

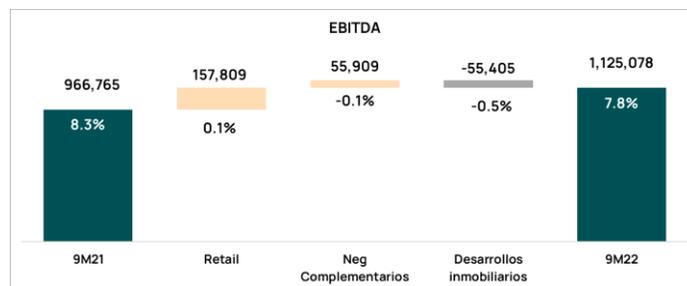
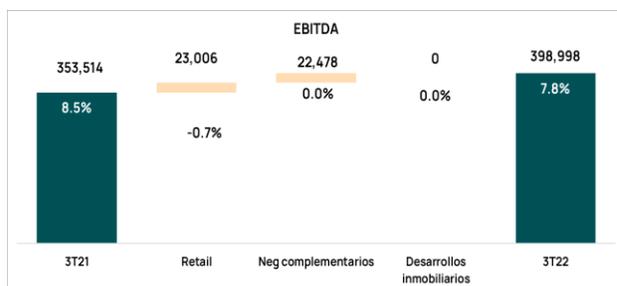
- Los **Ingresos Operacionales consolidados** en el 3T22 crecieron 22.6% a \$ 5,1 billones y 23.5% a \$ 14,4 billones en 9M22.
- Las **Ventas Netas** trimestrales reflejaron un sólido crecimiento doble dígito (+23.1%) y totalizaron \$ 4,9 billones, impulsadas por una sólida operación retail⁽¹⁾ en todos los países beneficiada por un mayor dinamismo comercial, un resultado consistente de formatos innovadores y un crecimiento omnicanal (+24.4%, 9.5% de

participación en las ventas). En los 9M22, las Ventas Netas crecieron 24.3% frente al mismo periodo del año anterior y totalizaron \$13,8 billones.

- **Otros ingresos** operacionales aumentaron 11,7% y 8,0%, durante 3T y 9M, respectivamente. El resultado trimestral se benefició del crecimiento de los negocios complementarios, principalmente por mayor ingreso del negocio inmobiliario ⁽²⁾ (+35%) en Colombia y Argentina, que compensaron las regalías inexistentes de TUYA, afectadas por mayores niveles de provisión debido a una evolución más dinámica de la cartera de créditos (+46%).
- La **Utilidad bruta** creció 22,8% para un margen del 25,5% en 3T22 y +20,6% para un margen del 25,4% en 9M22, como porcentaje de los ingresos operacionales. El desempeño trimestral reflejó una ganancia de 5 puntos básicos en el margen por la dilución de costos por mayores ventas, la recuperación de Uruguay y Argentina, así como una mayor participación de negocios complementarios en la mezcla de ingresos, impulsados por el crecimiento del negocio inmobiliario (35%). El margen en lo que corrido del año se redujo 60 pb debido a la mayor activación promocional y a los efectos de la mezcla (si se tiene en cuenta la elevada contribución al margen de la venta de proyectos inmobiliarios en la base).
- Los **Gastos de administración y ventas** en el 3T22 reflejaron las eficiencias en Colombia y Argentina, parcialmente compensadas por el efecto de la inflación en toda la región, principalmente sobre servicios públicos, los salarios y los costos de ocupación. Durante los 9M22, los tres países registraron eficiencias en los gastos (-53 pb) derivadas del programa de excelencia operacional que permitió que los GA&V crecieran por debajo de la evolución de las ventas.
- El **EBITDA recurrente** creció 12,9% para un margen del 7,8% (-67 pb) en 3T22, como porcentaje de los ingresos operacionales. El desempeño trimestral reflejó eficiencias a nivel de costos compensadas por presiones inflacionarias en los gastos, sin embargo, el margen estuvo por encima de los niveles reportados el mismo trimestre durante la pandemia y antes de la pandemia. El EBITDA recurrente aumentó 16,4% para un margen del 7,8% (-48 pb) en 9M22, como porcentaje de los ingresos operacionales y reflejó las eficiencias a nivel de gastos acumulados y la dilución de las ventas compensada por las presiones en los costos. El margen 9M22 fue de nuevo superior a los niveles registrados en el mismo periodo durante la pandemia y antes de la misma.



(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 inmobiliarios, financiero (acuerdo de colaboración 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 (inventario), nota 30 de los estados financieros consolidados.

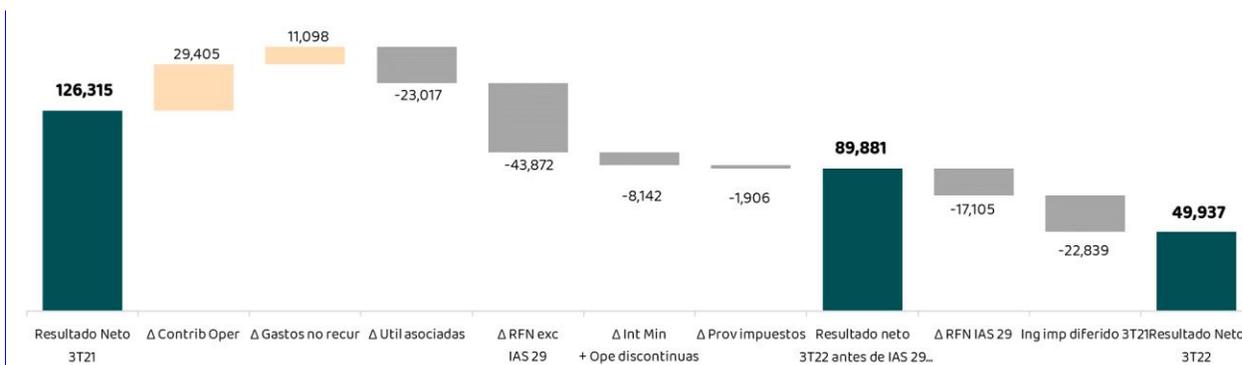


Al excluir los ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios (\$33.000 M de ingresos de desarrollo en VIVA Envigado en 9M22 vs \$75.000 M de VIVA Envigado y Tunja en 9M21), y la venta de proyectos inmobiliarios (inventario) (\$26,300 M en el 1T22 vs \$56,500 M en el 2T21), a nivel consolidado durante los periodos 9M, hay un efecto positivo en el EBITDA Recurrente creciendo del 16,4% a 24,6% y los márgenes pasan de perder 48 pb a ganar 1 pb. El efecto en los periodos 3M es neutro, ya que se registraron ingresos por desarrollo.

En millones de pesos colombianos	Consolidado reportado			P&G ajustado		
	9M22	9M21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	13,806,433	11,108,912	24.3%	13,780,173	11,052,378	24.7%
Otros Ingresos operacionales	616,594	570,804	8.0%	583,646	495,866	17.7%
Ingresos operacionales	14,423,027	11,679,716	23.5%	14,363,819	11,548,244	24.4%
Utilidad bruta	3,665,051	3,037,846	20.6%	3,622,586	2,939,976	23.2%
<i>Margen bruto</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.0%</i>	<i>(60) bps</i>	<i>25.2%</i>	<i>25.5%</i>	<i>(24) bps</i>
EBITDA recurrente	1,125,078	966,765	16.4%	1,082,613	868,895	24.6%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(48) bps</i>	<i>7.5%</i>	<i>7.5%</i>	<i>1 bps</i>

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

- Resultado Neto Consolidado del Grupo** en el 3T22 fue un ingreso de \$49.937 millones, que se compara con una base \$126.315 millones del mismo periodo del año anterior. La **Utilidad Neta** se vio beneficiada por las variaciones positivas del retail, la mayor contribución de los negocios complementarios principalmente el inmobiliario, y los menores gastos no recurrentes (-64.6%) principalmente el costo de reestructuración en Colombia. Las variaciones negativas están relacionadas con:
 - Variaciones en ingresos de asociadas principalmente mayores provisiones de TUYA, ya que los créditos emitidos crecieron un 46% por la reactivación comercial.
 - Una mayor variación de los gastos financieros, a pesar de mantener la deuda estructural, derivada de los aumentos de las tasas repo (+400 pb vs 2T21) y de las tasas de interés (IBR 30d +778 pb vs 3T21).
 - El ajuste por inflación en Argentina (NIC 29).
 - Una menor base impositiva (un efecto de impuesto diferido de \$23.000 M) y el uso de tasas de impuestos cercanas a las legales en Colombia.



Utilidad por acción (UPA)

- La UPA diluida alcanzó \$113,1 por acción ordinaria en 3T22, (vs. \$282,2 reportados en 3T21), considerando el promedio ponderado de acciones en circulación (NIC 33), correspondiente a 441.389.202 acciones, posterior a la recompra ejecutada al 30 de junio de 2022. En los 9M22, la utilidad por acción diluida alcanzó \$400,4 por acción ordinaria que se compara con los \$585,4 de 9M21.

CAPEX

- Las inversiones consolidadas al 3T22 fueron de \$195.718 millones, de los cuales cerca del 74% se destinaron a actividades de expansión, innovación, omnicanal y transformación digital durante el periodo, y el resto, a mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualización de sistemas informáticos y logística.

Expansión

- Durante el 3T22, en Colombia la compañía abrió 6 Éxito Wow (3 tiendas de la adquisición de La 14 y 3 de conversiones) y convirtió 4 tiendas en Carulla Fresh Market, 6 en Super Inter Vecino y 1 en Surtimayorista. En Argentina, Libertad lanzó el nuevo formato C&C con la apertura de 5 tiendas Mini Mayorista (de las cuales 4 tiendas provenientes de conversiones). En los últimos doce meses, el Grupo Éxito totalizó 85 tiendas entre aperturas, reformas y conversiones (75 en Colombia, 5 en Uruguay y 5 en Argentina). La Compañía alcanzó 602 tiendas, diversificadas geográficamente así: 483 en Colombia, 90 en Uruguay y 29 en Argentina, y el área de ventas consolidada alcanzó 1,04 millones de metros cuadrados. El total de tiendas no incluye los 1.585 aliados en Colombia

Actividades comerciales

Colombia

- Los principales eventos comerciales celebrados durante el trimestre por marca fueron:
 - o **Éxito:** El segundo mayor evento promocional del año 'Megaprima' tuvo lugar del 29 de junio al 17 de julio. Entre el 29 y el 31 de julio se celebró un evento especial 'Ciber oferta', con las mejores ofertas en electrónica

y electrodomésticos antes del inicio del 'Cyber Monday' el 1 de julio. El evento 'Puntomanía' para canjear Puntos Colombia se celebró del 10 al 31 de agosto y el evento 'Días de Precios Especiales', uno de los eventos promocionales más importantes del año, tuvo lugar del 28 de septiembre al 17 de octubre. En septiembre se celebra en Colombia 'Amor y Amistad', y Éxito ofreció descuentos especiales en ropa, productos de belleza y electrónica, entre otras categorías.

- **Carulla:** la marca celebró el "Día Diamante" durante el último viernes de cada mes, con descuentos de hasta el 30% en licores, comestibles, delicatessen y productos de limpieza. En el evento 'Viernes de Celebración', la marca ofreció un 40% de descuento con pagos realizados con la tarjeta Carulla MasterCard y un 25% de descuento con otros pagos. El evento 'Puntomanía' se realizó para conseguir las mejores ofertas redimiendo Puntos Colombia del 10 al 31 de agosto. 'Carulla 117 aniversario' se realizó durante el 25 y 26 de agosto con grandes ofertas en toda la tienda. El evento 'Feria del Café' se realizó del 29 de septiembre al 2 de octubre, en el parqueadero del centro comercial Unicentro en Bogotá.
- **Bajo costo:** La marca **Surtimax** celebró el evento 'Gangazo colombiano' el 24 de julio, con las mejores ofertas en productos nacionales. Surtimax participó en la 'Fiesta de las Flores' en Medellín con descuentos en carnes, licores y bebidas no alcohólicas. "Feria de Nuestras Marcas", celebrada el 28 de septiembre, ofreció las mejores ofertas en productos de alimentos y limpieza de marcas blancas. Super Inter realizó 'Viernes de Fiesta' y otorgó hasta 30% de descuento en referencias seleccionadas para disfrutar de la temporada de vacaciones. Los 'Jueves de \$1.000', 'Escalera de Precios' y 'Desplome de Precios', también otorgaron descuentos en un portafolio de productos de bajo costo.

Uruguay

Los eventos comerciales celebrados durante el trimestre incluyeron

- "Oferta de carne", actividad en Disco, Geant y Devoto durante el mes de agosto.
- Actividad "Leader Price" en Disco, Devoto y Geant durante agosto y septiembre.
- 'Aniversario' en Disco y 'Ofertones' en Devoto durante septiembre.
- 'Todo a 25 pesos', en las tiendas Disco, Devoto y Geant.
- 'Día del niño' se celebró durante julio y agosto.
- En todas las marcas se ofreció un 20% de descuento con la tarjeta Hipermás Santander en productos seleccionados.

Argentina

Las principales acciones comerciales del trimestre fueron:

- 'Hiper Ahorro', 'Arrasadoras', 'Todo X' y eventos 'Aniversario'.
- 'Hipermartes' con descuentos del 25% para pagos con tarjetas de débito y del 15% al utilizar la tarjeta de crédito del Banco Hipotecario.
- Se realizó el evento 'Ahora 12' que otorgó cero intereses hasta en 12 cuotas de pago con tarjetas de crédito Visa, Mastercard, Cabal y American Express.

III. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

El PIB reportado aumentó 12.6% en el 2T22 (vs. 18.3% del 2T21), por encima del dinámico 8.5% registrado durante el primer trimestre del año. La tasa de desempleo al mes de septiembre fue del 10,7%, una fuerte disminución frente al 12,0% registrado el mismo mes del año anterior. El Banco Central elevó la tasa repo al 10% al final del tercer trimestre (vs. 1,75% al 3T21; 6% al 2T22), buscando reducir las presiones inflacionarias y moderar el crecimiento económico a un ritmo sostenible en el mediano plazo. Durante el 3T22, la economía colombiana mostró signos de moderación en el consumo; el Índice de Confianza del Consumidor disminuyó a 11,4 a septiembre debido a la incertidumbre económica y política. La inflación de los últimos doce meses a septiembre alcanzó el 11,4% (frente al 4.5% en el mismo periodo de 2021), siendo alimentos el que más contribuyó, ya que alcanzó el 26,6% (frente al 12,4% en el mismo periodo de 2021).

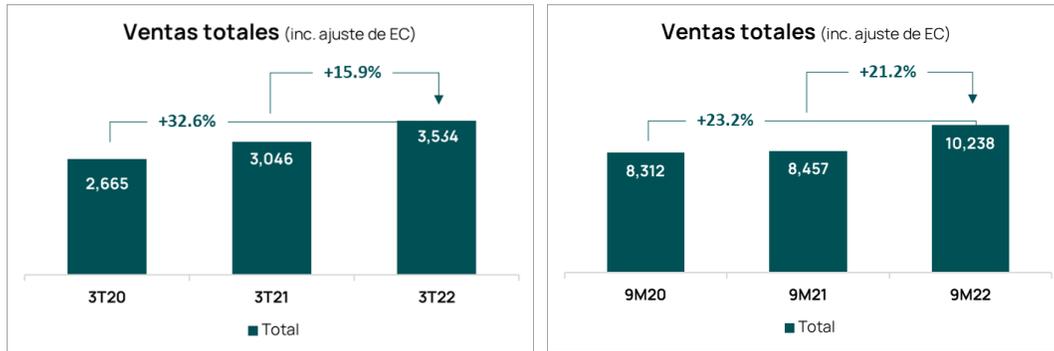
Ventas Netas y VMM en Colombia

	3T22				9M22			
				Bajo costo y Otros (2)				Bajo costo y Otros (2)
Variaciones								
VMM ex EC⁽¹⁾	14.2%	13.0%	17.3%	17.0%	21.0%	22.1%	18.1%	19.0%
Total ex EC⁽¹⁾	15.9%	14.6%	16.5%	21.4%	21.2%	22.5%	17.5%	18.8%
Total MCOP	3,534,482	2,435,045	529,902	569,535	10,238,174	7,128,024	1,491,894	1,618,256

(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de 0.2% en 3T22 y de -0,1% en 9M22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, las ventas institucionales y a terceros, y la venta de desarrollos inmobiliarios (inventario) de \$26.300 M en 1T22 vs \$56.300 M en 2T21).

- La operación en Colombia representó el 72% y 74% de las Ventas Netas consolidadas en 3T22 y 9M22. Las Ventas Netas ⁽¹⁾ en Colombia totalizaron \$3,5 billones, un crecimiento de 15.9% en 3T22, crecieron 21.2% y totalizaron \$10,2 billones en 9M22, contra el mismo periodo del año anterior. Las ventas mismos metros (VMM) ⁽¹⁾ en Colombia crecieron 14.2% en 3T22 y 21% en 9M22. El resultado trimestral el cual estuvo por encima de la inflación y a pesar de una base elevada en 2021 por el levantamiento de las restricciones comerciales por la pandemia en la base de 2020, se benefició de: (i) el dinamismo comercial, (ii) el sólido desempeño Omnicanal (+23,2% de crecimiento, 11,9% de participación), (iii) la mayor contribución de los formatos innovadores (39% de cuota, +340 pb vs 2T22), (iv) el aumento de los niveles de tráfico en las tiendas (+13%), y (v) las ventas de las 75 tiendas incluidas en la base 12M entre aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones. Los niveles de ventas netas también reflejaron una menor inflación interna de alimentos de la Compañía (5,7 p.p. por debajo del IPC de alimentos) y la sólida mejora en el nivel de Net

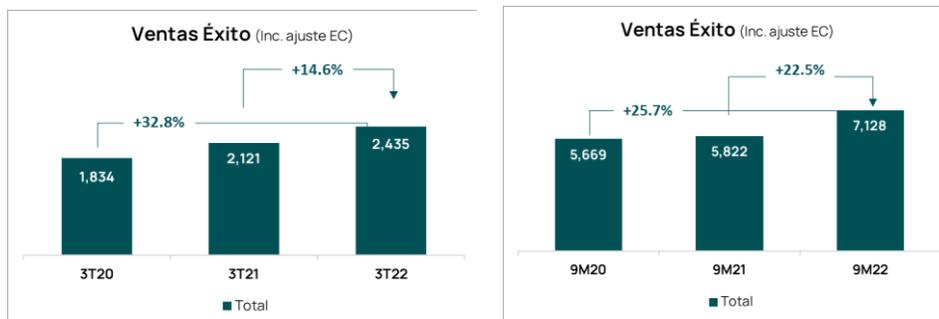
Promoter Score (NPS), que aumentó a 72 frente a los 50 registrados en 9M21, a partir de una exitosa estrategia centrada en el cliente.



Note: Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de 0.1% en el 3T22 y de -0,1% en 9M22

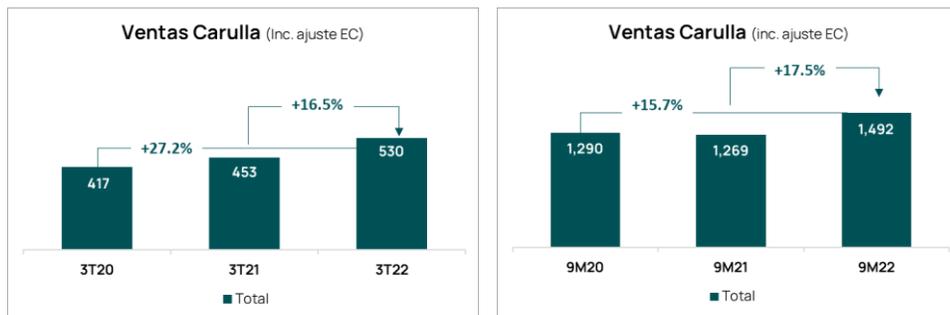
Ventas netas y VMM Colombia – Por segmento

- Las ventas de la marca **Éxito** representaron aproximadamente el 69% de la mezcla de la Compañía en Colombia en 3T22 y el 70% en 9M22. Durante el trimestre, las ventas netas del segmento crecieron 14,6% y 13% en ventas mismos metros (VMM) y un 22,5% y 22,1%, respectivamente, durante los 9M22, al incluir el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de 0,2% en el 3T22 y -0,1% en 9M22. Las ventas trimestrales se beneficiaron del sólido resultado de los eventos comerciales clave "Megaprima", "Días de Precios Especiales" y "San Valentín". Se destaca el fuerte crecimiento de las ventas en el eje cafetero, Cali y la costa atlántica, el sólido desempeño de la categoría de alimentos (+19%) y el crecimiento doble dígito medio de la categoría textil. También contribuyó el sólido desempeño de las 26 tiendas Éxito WOW que operaban al 3T22, de las cuales, 3 nuevas tiendas se abrieron con la adquisición de La 14 en las ciudades de Jamundí, Tuluá y Cartago y 3 adicionales se abrieron a partir de remodelaciones durante el trimestre. Las ventas del formato innovador representaron el 32,7% (+249 pb vs 2T22) sobre las ventas del segmento.



Note: Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de 0.2% en el 3T22 y de -0,1% en 9M22

- El segmento **Carulla** representó aproximadamente el 15% de la mezcla de ventas en Colombia en 3T22 y 9M22. Durante el trimestre, las ventas de Carulla crecieron 16,5% y 17,3% en términos de VMM y 17,5% y 18,1%, respectivamente, durante los 9M22, al incluir el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario. La participación de ventas del segmento procedente de la omnicanalidad alcanzó el 21%, frente al 17,6% registrado en el 2T22, impulsado por el crecimiento del 32% de la última milla Rappi (impulsada por el servicio Turbo-Fresh para entregas inferiores a 10 minutos). Se destaca el crecimiento de las ventas de la marca en Medellín y la Costa Atlántica y de la categoría de alimentos (+16%), impulsado por un crecimiento doble dígito de los productos de gran consumo y por los eventos comerciales realizados, como 'Aniversario Carulla', 'Feria de la Pasta' y 'Expovinos'. Carulla abrió 4 tiendas bajo el modelo Fresh Market y alcanzó 26 tiendas al 3T22 que representaron el 53,1% sobre las ventas de Carulla (+650 pb vs 2T22).



Nota: Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de 0.3% en el 3T22 y de 0% en 9M22

- El **segmento de bajo costo y otros** relacionado con las marcas Super Inter, Surtimax, Surtimayorista, aliados, institucionales, terceros vendedores y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario (inventario) y otros, representó aproximadamente el 16% de la mezcla de ventas en Colombia en 3T22 y 9M22. Las ventas netas crecieron 21.4% y LFL 17.0% durante el 3T22 y 18.8% y 19.0%, respectivamente, durante los 9M22, al incluir el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.6% en 3T22 y -0.2% en 9M22. Las ventas netas trimestrales se vieron impulsadas por: (i) el sólido desempeño de las 42 tiendas Surtimayorista (+1 tienda en 3T22) con un aumento en ventas del 36,6% (5,4% de participación en las ventas de Colombia) y VMM en 29,8%, (ii) el sólido desempeño principalmente en la Región Cafetera, Costa Atlántica, y (iii) el crecimiento material del 40% de la categoría de productos de gran consumo que es la que más aporta a la mezcla. Las 67 tiendas Surtimax (30 ya remodeladas), crecieron en ventas 9,8% y VMM 12,4%; 60 tiendas Super Inter (incluyendo 35 de Vecino, +6 tiendas durante el 3T22) crecieron 9,3% y en VMM 9,4%, al incluir el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario.



Nota: Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.6% en el 3T22 y de -0.2% en 9M22

Desempeño operacional en Colombia

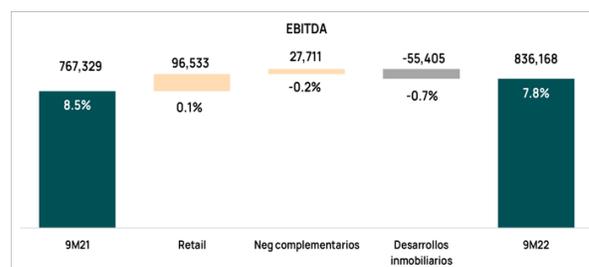
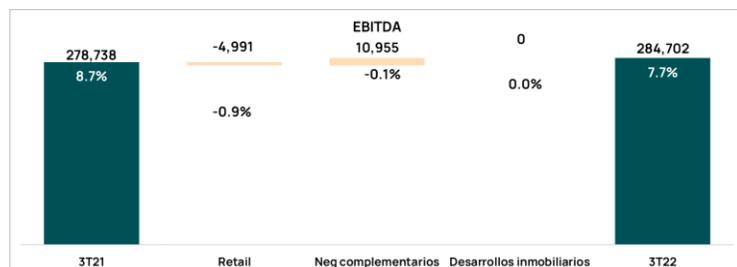
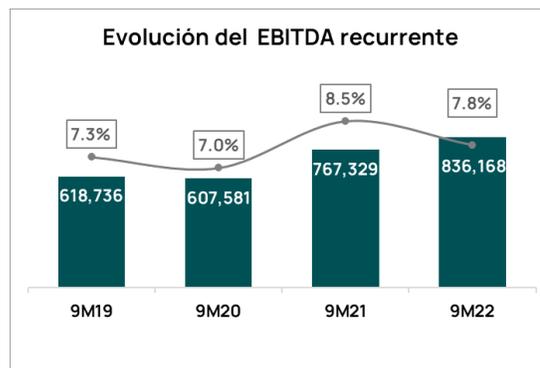
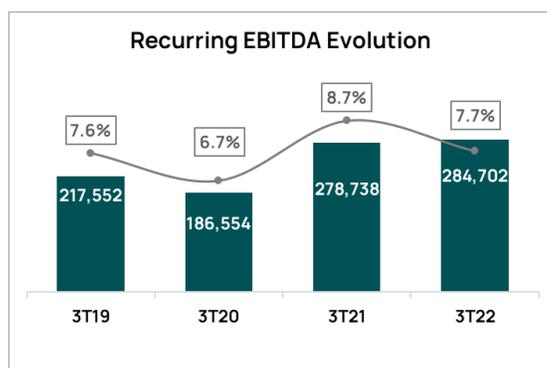
en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	3,534,482	3,045,630	16.1%	10,238,174	8,456,876	21.1%
Otros Ingresos Operacionales	172,118	162,998	5.6%	545,805	528,778	3.2%
Total Ingresos Operacionales	3,706,600	3,208,628	15.5%	10,783,979	8,985,654	20.0%
Utilidad Bruta	815,655	733,706	11.2%	2,409,842	2,119,489	13.7%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>22.9%</i>	<i>(86) bps</i>	<i>22.3%</i>	<i>23.6%</i>	<i>(124) bps</i>
Total Gastos	(658,440)	(571,254)	15.3%	(1,949,003)	(1,699,369)	14.7%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>17.8%</i>	<i>17.8%</i>	<i>(4) bps</i>	<i>18.1%</i>	<i>18.9%</i>	<i>(84) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	157,215	162,452	(3.2%)	460,839	420,120	9.7%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.2%</i>	<i>5.1%</i>	<i>(82) bps</i>	<i>4.3%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(40) bps</i>
EBITDA Recurrente	284,702	278,738	2.1%	836,168	767,329	9.0%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>8.7%</i>	<i>(101) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>(79) bps</i>

Nota: El perímetro incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en Colombia. (1) 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). (2) 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.

- Los **ingresos operacionales** en Colombia crecieron 15,5% en 3T22 impulsados por el crecimiento de las ventas netas del 16,1% y la ejecución consistente de la estrategia del grupo, y reflejaron un mejor desempeño del retail ⁽¹⁾ gracias a: (i) mayor contribución de los formatos innovadores (39%, +340 pb frente al 2T22), (ii) crecimiento del Omnicanal (+23,2%), (iii) aumento del tráfico en las tiendas (+13%), y (iv) mejores resultados de los eventos y el dinamismo comercial. El crecimiento de otros ingresos reflejó el mejor resultado de los negocios complementarios, principalmente el inmobiliario ⁽²⁾ (+25%). Durante los 9M22, los Ingresos Operacionales crecieron 20% impulsados por las Ventas Netas (+21.1%), por encima de la inflación 12M (11.4%), así como el efecto de los ingresos por desarrollo de \$ 33.000 M contabilizados por la finalización de VIVA Envigado en el 1T22 en otros ingresos (comparado con los \$ 75.000 M por la finalización de los proyectos VIVA Envigado y Tunja en el 1T21) y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario de \$26,300 M en 1T22 (comparado con los \$56,500 M en 2T21).
- La **Utilidad bruta** aumentó 11,2% y 13,7% en 3T22 y 9M22 y el margen se redujo 86 pb y 124 pb, a 22,0% y 22,3%, respectivamente, como porcentaje de los Ingresos operacionales. El margen trimestral reflejó la evolución positiva de los ingresos operacionales y el efecto volumen (principalmente en frescos y productos de gran consumo) y mayores ingresos por rentas del negocio inmobiliario, parcialmente compensados por (i) la inversión en precios (para garantizar la competitividad y captar tráfico adicional), (ii) la ausencia de regalías de TUYA debido a las mayores provisiones por el aumento del portafolio de crédito (+46%), (iii) el efecto inflacionario en la estructura de costos, y (iv) la mezcla de ventas.
- Los **gastos de administración y ventas** crecieron por debajo de los ingresos durante el 3T22 y 9M22, a pesar del efecto de las presiones inflacionarias, principalmente en julio y agosto, sobre los salarios, los servicios públicos y los costos de ocupación. Como porcentaje de los ingresos operacionales, los gastos se mantuvieron bajo control durante el 3T22 y se diluyeron en 84 pb en 9M22, favorecidos por el crecimiento de

los ingresos operacionales y una estrategia centrada en las eficiencias internas apoyada en el programa de excelencia operacional y los ajustes en los gastos sin afectar a los niveles de servicio (NPS 72).

- El **EBITDA recurrente** registró un crecimiento del 2,1% a un margen del 7,7% (-101 pb) en 3T22 y aumentó un 9,0% para un margen del 7,8% (-79 pb) en 9M22 como porcentaje de los ingresos operacionales. Los márgenes reflejaron eficiencias operacionales parcialmente compensadas por la ausencia de regalías de TUYA debido a mayores provisiones, la inversión en precios para mantener la competitividad, la mezcla de ventas y el efecto de la inflación en la estructura de costos y gastos. Se destaca que el resultado del EBITDA recurrente reflejó niveles de caja en línea con una base histórica elevada y por encima de los niveles pre y post pandemia; el crecimiento anual compuesto a tres años fue del 10,6% a 9M22.



Al excluir en el perímetro de Colombia los ingresos percibidos por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios (\$33.000 M de ingresos de desarrollo en VIVA Envigado en 9M22 vs \$75.000 M de VIVA Envigado y Tunja en 9M21), y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario (inventario) (\$26.300 M en 1T22 vs \$56.500 M en 2T21), hay un efecto positivo en el desempeño del EBITDA Recurrente al crecer de 9.0% a 18.6% y los márgenes mejoran al pasar de perder 70 pb a 16 pb durante el periodo 9M.

El efecto en los periodos del 3T es nulo ya que se registraron comisiones no relacionadas con el desarrollo.

En millones de pesos colombianos	9M22	9M21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	10,238,174	8,456,876	21.1%	10,211,914	8,400,342	21.6%
Otros Ingresos operacionales	545,805	528,778	3.2%	512,857	453,840	13.0%
Ingresos operacionales	10,783,979	8,985,654	20.0%	10,724,771	8,854,182	21.1%
Utilidad bruta	2,409,842	2,119,489	13.7%	2,367,377	2,021,619	17.1%
<i>Margen bruto</i>	<i>22.35%</i>	<i>23.59%</i>	<i>(124) bps</i>	<i>22.1%</i>	<i>22.8%</i>	<i>(76) bps</i>
EBITDA recurrente	836,168	767,329	9.0%	793,703	669,459	18.6%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>(70) bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.6%</i>	<i>(16) bps</i>

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

Uruguay

En Uruguay, todos los sectores productivos crecieron, siendo la agricultura y las exportaciones los principales motores durante el 2T22 (PIB +7,7%). La inflación 12M a septiembre fue del 9,95%, superior al 9,3% del 2T22 y muy por encima del 7,4% del 3T21. El componente de alimentos continuó siendo el principal desviador de los precios y creció un 13,3% (vs el 10,85% del 2T22 y el 5,95% del 3T21). El Banco Central aumentó los tipos de interés a 10,25% (+100 pb frente a junio de 2022) a partir de agosto de 2022, para controlar las presiones inflacionarias.

Ventas Netas y VMM en Uruguay

3TQ22			9M22		
Ventas Netas	%Var	%Var	Ventas	%Var	%Var
M COP	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾	M COP	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾
872,514	11.1%	11.1%	2,405,612	9.8%	9.7%

(1) Incluye el ajuste por efecto calendario del 0,6% en 3T22 y de 0.21% en 9M22

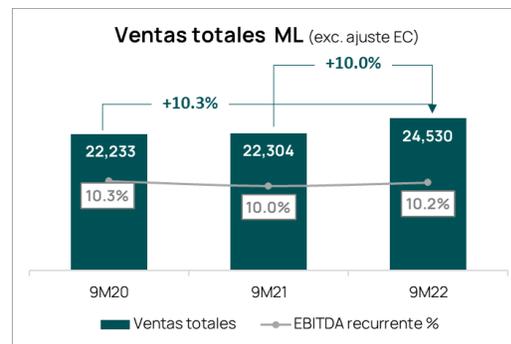
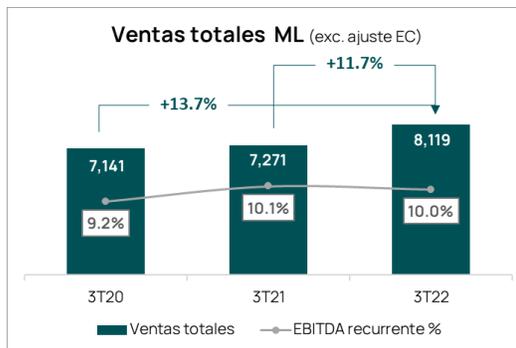
Uruguay contribuyó con el 18% de las ventas netas consolidadas en 3T22 y 9M22. Tanto las ventas netas como las VMM crecieron 11,1%⁽¹⁾ en 3T22, en moneda local y por encima de la inflación. Esta evolución refleja (i) un impulso del consumo frente a la tendencia observada en el trimestre anterior, (ii) el sólido crecimiento de las tiendas Fresh Market (+17,1%, +7,7 p.p. por encima de las tiendas regulares) y una mayor participación en las ventas (51,5%, +100 p.b. vs 2T22), y (iii) la participación del Omnicanal (2,6%). En 9M22, las ventas netas y las VMM crecieron un 9,8%⁽¹⁾ y un 9,7%⁽¹⁾, respectivamente y en moneda local, frente al mismo periodo del año anterior.

Desempeño operacional en Uruguay

en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	872,514	647,716	34.7%	2,405,612	1,898,958	26.7%
Otros Ingresos Operacionales	8,856	6,258	41.5%	22,584	18,382	22.9%
Total Ingresos Operacionales	881,370	653,974	34.8%	2,428,196	1,917,340	26.6%
Utilidad Bruta	307,444	225,809	36.2%	839,064	658,955	27.3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.9%</i>	<i>34.5%</i>	<i>35 bps</i>	<i>34.6%</i>	<i>34.4%</i>	<i>19 bps</i>
Total Gastos	(238,414)	(173,944)	37.1%	(641,794)	(507,910)	26.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>27.1%</i>	<i>26.6%</i>	<i>45 bps</i>	<i>26.4%</i>	<i>26.5%</i>	<i>(6) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	69,030	51,865	33.1%	197,270	151,045	30.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>7.8%</i>	<i>7.9%</i>	<i>(10) bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>7.9%</i>	<i>25 bps</i>
EBITDA Recurrente	87,800	66,378	32.3%	247,987	191,830	29.3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.0%</i>	<i>10.1%</i>	<i>(19) bps</i>	<i>10.2%</i>	<i>10.0%</i>	<i>21 bps</i>

Nota: Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 20.6% y del 15.2% en 3T22 y 9M22 respectivamente

- Los **ingresos operacionales** crecieron 11,7% en 3T22 y 9,9% en 9M22, en moneda local. Las ventas se vieron impulsadas por la sólida tendencia del consumo (+8,9% en ganancias de tráfico), el desempeño de las tiendas Fresh Market y el Omnicanal, y la sólida respuesta de los clientes a la oferta comercial. El fuerte crecimiento de otros ingresos fue impulsado principalmente por el aumento de los ingresos inmobiliarios (+32,6%).
- La **Utilidad bruta** creció 36,2% para un margen del 34,9% (+35 pb) en 3T22 como porcentaje de los ingresos operacionales, en línea con la tendencia del trimestre anterior. En 9M22, la utilidad bruta creció un 27,3% para un margen del 34,6% (+19 pb) como porcentaje de los ingresos operacionales.
- Los **gastos de administración y ventas** en 3T22 reflejaron las presiones inflacionarias sobre los salarios (un aumento adicional del 6,7% en julio al 3,7% desde enero) y los servicios públicos, así como mayores gastos variables para apoyar el crecimiento de las ventas. Los gastos a 9M22 crecieron por debajo del crecimiento de los ingresos y adicional al control de gastos, favorecieron una dilución de 6 pb como porcentaje de los ingresos operacionales.
- El **EBITDA recurrente** creció 32,3% para un margen del 10,0% en 3T22 y creció 29,3% para un margen del 10,2% en 9M22 como porcentaje de los ingresos operacionales, impulsado por el control de costos y las eficiencias operacionales. La operación en Uruguay siguió siendo la unidad de negocio más rentable del grupo.



Nota: Los datos en COP incluyen un efecto cambiario del 20.6% y del 15.2% en 3T22 y 9M22 respectivamente

Argentina

El PIB de Argentina creció 6,9% en 2T22, impulsado por el consumo privado (+10,7%) y la inversión (+18,8%). El tipo de interés repo aumentó hasta el 75% en septiembre, frente al 52% de junio. El desempleo se mantuvo estable en el 7%, mientras que el IPC alcanzó el 83,1% en septiembre (frente al 62,1% de junio), según Ecolatina (consultora argentina). El índice de ventas al por menor reportado por CAME reveló un aumento del 0,5% y el índice de confianza del consumidor creció 37,2 en septiembre.

Ventas netas y VMM en Argentina

3TQ22			9M22		
Ventas Netas	%Var	%Var	Ventas	%Var	%Var
M COP	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾	Netas	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾
494,474	132.1%	125.1%	1,163,070	95.0%	92.3%

(1) En moneda local. Incluye el ajuste por efecto calendario del -0.5% y -0.1% en 3T22 y 9M22, respectivamente.

La operación en Argentina aportó cerca del 10,0% de las ventas consolidadas en 3T22 y del 9% en 9M22. Las ventas netas y las VMM trimestrales crecieron 132,1% y 125,1% ⁽¹⁾, respectivamente en moneda local, y por encima de la inflación, impulsados por el mayor dinamismo comercial, el aumento del tráfico (+12,1%), el lanzamiento del nuevo formato C&C con la apertura de 5 tiendas Mini Mayorista (de las cuales 4 tiendas procedentes de conversiones) y un sólido crecimiento omnicanal (+69%, 5,2% /ventas, +243 pb vs 2T22). Durante los 9M22, las ventas netas y VMM crecieron un 95% y un 92,3% ⁽¹⁾, respectivamente, en moneda local.

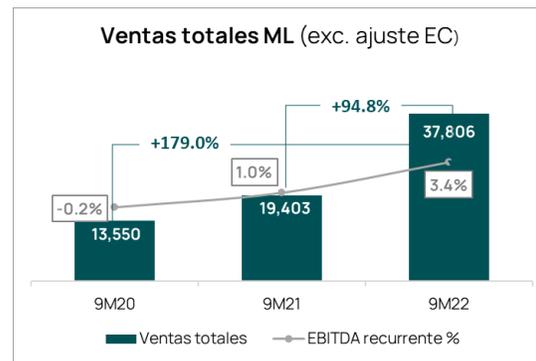
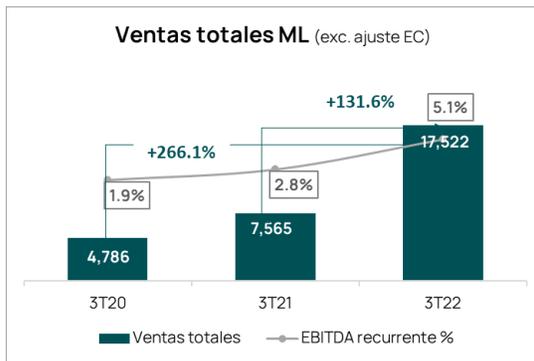
Desempeño operacional en Argentina

en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	494,474	288,943	71.1%	1,163,070	753,511	54.4%
Otros Ingresos Operacionales	21,876	12,512	74.8%	48,467	24,046	101.6%
Total Ingresos Operacionales	516,350	301,455	71.3%	1,211,537	777,557	55.8%
Utilidad Bruta	180,543	102,111	76.8%	416,014	259,287	60.4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>35.0%</i>	<i>33.9%</i>	<i>109 bps</i>	<i>34.3%</i>	<i>33.3%</i>	<i>99 bps</i>
Total Gastos	(161,317)	(100,375)	60.7%	(390,919)	(268,725)	45.5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>31.2%</i>	<i>33.3%</i>	<i>(206) bps</i>	<i>32.3%</i>	<i>34.6%</i>	<i>(229) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	19,226	1,736	1007.5%	25,095	(9,438)	365.9%
<i>Margen ROI</i>	<i>3.7%</i>	<i>0.6%</i>	<i>315 bps</i>	<i>2.1%</i>	<i>(1.2%)</i>	<i>329 bps</i>
EBITDA Recurrente	26,457	8,346	217.0%	40,792	7,491	444.5%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.1%</i>	<i>2.8%</i>	<i>236 bps</i>	<i>3.4%</i>	<i>1.0%</i>	<i>240 bps</i>

Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -26.1% y -20.8% en 3T22 y 9M22 respectivamente calculado con el tipo de cambio de cierre

- Los **ingresos operacionales** aumentaron 131,8% en 3T22 y 96,7% en 9M22 en moneda local. El resultado trimestral se vio beneficiado por el dinamismo del retail, el aumento del tráfico, el desempeño omnicanal y una mayor contribución del negocio inmobiliario por el aumento del tráfico y de las tarifas variables (la tasa de ocupación de los centros comerciales alcanzó el 90,3% a septiembre de 2022).
- El **margen bruto** ganó 109 pb a 35% en 3T22, beneficiado por (i) el mayor crecimiento del negocio inmobiliario (+97,1%), (ii) una menor inversión en precios en un contexto de control de precios, y (iii) menores costos logísticos (90 pb). En 9M22, el margen bruto aumentó 99 pb al 34,3% como porcentaje de los ingresos operacionales.

- Los **gastos de administración y ventas** reflejaron la dilución por el sólido crecimiento de los ingresos operacionales y disminuyeron 206 pb y 229 pb, en el tercer trimestre y en los nueve meses de 2022, como porcentaje de los ingresos operacionales.
- El **margen EBITDA recurrente** aumentó 236 pb a 5,1% en 3T22 como porcentaje de los ingresos operacionales, gracias a la dilución de los gastos y a las eficiencias operacionales, a pesar de las presiones inflacionarias. En 9M22, el margen EBITDA recurrente aumentó 240 pb al 3,4%, como porcentaje de los ingresos operacionales. Libertad continuó con una posición de caja estable.



Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -26.1% y -20.8% en 3T22 y 9M22 respectivamente calculado con el tipo de cambio de cierre

IV. Negocio Inmobiliario en Colombia

Grupo Éxito es el mayor operador de centros comerciales en Colombia y opera 34 activos con un total de 758.000 metros cuadrados de área bruta arrendable a 9M22. Durante 2021, el negocio reforzó su estrategia omnicanal a través del desarrollo de la plataforma de marketplace Viva Online y del servicio click & collect, que actualmente opera en 12 centros comerciales.

El desempeño del negocio inmobiliario en Colombia mostró claras mejoras durante 2021: aumento de los niveles de tráfico (+27%) que benefició las tasas de ocupación (96,5%) y favoreció un mayor índice de recaudo (110%). Desde el punto de vista operativo, hubo una clara tendencia de recuperación en términos de ventas para los arrendatarios (+44%), con un componente omnicanal que alcanzó más de \$12.000 M en ventas y cerca de 47.000 pedidos. Los centros comerciales VIVA también firmaron alianzas estratégicas con instituciones de salud y gubernamentales para adaptar su mix de inquilinos a los nuevos requerimientos de la pandemia.

Durante el 3T22, los ingresos totales del negocio inmobiliario en Colombia crecieron un 25% frente al mismo periodo del año anterior, beneficiados por el mayor tráfico a los centros comerciales y la mejor dinámica comercial que se tradujo en mayores ingresos por rentas y tasas de ocupación, que alcanzaron el 96,3% al cierre de septiembre. En los 9M22, los ingresos de la unidad de negocio se mantuvieron planos ya que incluyeron un sólido crecimiento del 32% en los ingresos por rentas y \$33,000 de comisiones ingresos por desarrollo (VIVA Envigado), afectados por una mayor base (con rentas más bajas pero comisiones de desarrollo más altas de \$75,000 de VIVA Envigado y Tunja).

Al excluir los ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios (\$33,000 M de comisiones de desarrollo en VIVA Envigado en 9M22 versus \$75,000 M de VIVA Envigado y Tunja en 9M21), y la venta de proyectos inmobiliarios (inventario) (\$26,300 M en el 1T22 vs \$56,500 M en el 2T21), a nivel consolidado durante los periodos 9M, hay un efecto positivo en el desempeño del EBITDA Recurrente ya que crece del 16.4% a 24.6% y los márgenes pasan de perder 48 pb a ganar 1 pb. El efecto en los periodos 3M es neutro ya que no se registraron comisiones por desarrollo.

En millones de pesos colombianos	Consolidado reportado			P&G ajustado		
	9M22	9M21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	13,806,433	11,108,912	24.3%	13,780,173	11,052,378	24.7%
Otros Ingresos operacionales	616,594	570,804	8.0%	583,646	495,866	17.7%
Ingresos operacionales	14,423,027	11,679,716	23.5%	14,363,819	11,548,244	24.4%
Utilidad bruta	3,665,051	3,037,846	20.6%	3,622,586	2,939,976	23.2%
<i>Margen bruto</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.0%</i>	<i>(60) bps</i>	<i>25.2%</i>	<i>25.5%</i>	<i>(24) bps</i>
EBITDA recurrente	1,125,078	966,765	16.4%	1,082,613	868,895	24.6%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(48) bps</i>	<i>7.5%</i>	<i>7.5%</i>	<i>1 bps</i>

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

Asimismo, el efecto en el perímetro de Colombia se representa en la siguiente tabla:

En millones de pesos colombianos	9M22	9M21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	10,238,174	8,456,876	21.1%	10,211,914	8,400,342	21.6%
Otros Ingresos operacionales	545,805	528,778	3.2%	512,857	453,840	13.0%
Ingresos operacionales	10,783,979	8,985,654	20.0%	10,724,771	8,854,182	21.1%
Utilidad bruta	2,409,842	2,119,489	13.7%	2,367,377	2,021,619	17.1%
<i>Margen bruto</i>	<i>22.35%</i>	<i>23.59%</i>	<i>(124) bps</i>	<i>22.1%</i>	<i>22.8%</i>	<i>(76) bps</i>
EBITDA recurrente	836,168	767,329	9.0%	793,703	669,459	18.6%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>(70) bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.6%</i>	<i>(16) bps</i>

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

Hay un efecto positivo en el EBITDA recurrente, ya que crece del 9,0% al 18,6% y los márgenes mejoran, pasando de perder 70 pb a 16 pb durante el periodo 9M. El efecto en los periodos 3T es neutro ya que no se registraron comisiones por el desarrollo.

VIVA Malls

La contribución de Viva Malls, nuestro vehículo de inversión en alianza con FIC - Fondo Inmobiliario Colombia, conformado por 18 Activos y 568,000 m2 de área bruta arrendable, también registró un sólido desempeño. Considerando los datos ajustados para representar de manera independiente el P&L de Viva Malls, se debe considerar lo siguiente dentro del análisis:

En millones de pesos	9M22	9M21	% Var	FY2021
Ingresos operacionales	249,013	204,599	21.7%	288,858
EBITDA recurrente	148,392	121,286	22.3%	182,980
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>59.6%</i>	<i>59.3%</i>	<i>31 bps</i>	<i>63.3%</i>

- El resultado de Viva Malls representó el 40% de otros ingresos y el 13% del EBITDA recurrente a nivel consolidado en los 9M22 para un margen del 59,6% (+610 pb vs 1S22). El margen EBITDA recurrente en 9M22 reflejó el efecto negativo del pago anual del impuesto al sobre bienes inmuebles causado en enero, comparado con el nivel anual de 2021.
- El margen EBITDA recurrente del 63,3%⁽¹⁾ y del 59,6%⁽¹⁾ a nivel consolidado en 2021 y 9M22 calculado según las normas NIIF 15, parece menor si se compara con el cálculo de actores inmobiliarios puros, ya que los ingresos operacionales incluyen el ajuste de costes y gastos según la NIIF 15 (un nivel de margen del 73,4% cuando se ajusta).

El pipeline reactivado tras la pandemia, incluye los siguientes proyectos para los próximos 3 años (+115.000 m2 de área arrendable):

- IKEA: Una tienda de bricolaje y muebles de cerca de 17.000 m² se integrará en el actual centro comercial VIVA Envigado. Su construcción se inició en enero de 2022 y su apertura está prevista para noviembre de 2024. Con este desarrollo, se espera agregar 700 celdas de estacionamiento y cerca de 3.000 m2 de nueva área arrendable al centro comercial existente para complementar su operación.

- Puerta del Norte: Este desarrollo se refiere a la renovación y ampliación del centro comercial existente para crear 30.000 m2 adicionales de área arrendable. El desarrollo incluirá la apertura de 150 nuevas tiendas, 410 nuevos parqueaderos, el lanzamiento de conceptos VIVA como Calle Bistró, VIVA Park y VIVA Motors, así como 7 nuevas salas de cine modernas y la conversión de la actual tienda Éxito en un formato WOW. La construcción comenzará en el 1T23 y la fecha de apertura prevista es el 1S25.

Otros proyectos pendientes se darán a conocer cuando sea posible.

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

Colombia

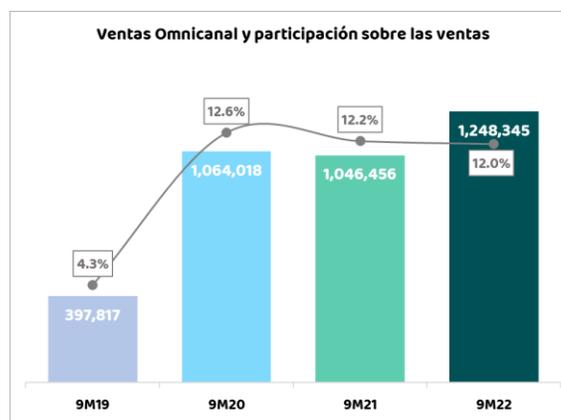
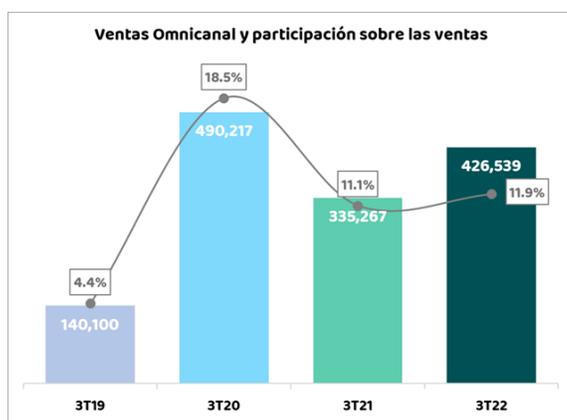
Omnicanal⁽¹⁾

Las ventas omnicanal sumaron más de \$426K millones durante el 3T22, un crecimiento de 23.2% frente al mismo periodo del año anterior. La participación en las ventas totales alcanzó el 11,9% en el trimestre, que se compara con el 12,4% reportado en el 2T22, ya que la base incluía un día adicional sin IVA. Los pedidos ascendieron a cerca de 3,5 millones (+115% respecto al 3T21).

Se destaca en el trimestre:

- La participación doble dígito bajo sobre las ventas, a pesar de un día adicional sin IVA en la base
- Sólido crecimiento de las ventas de alimentos, +36,4% y una participación del 10,8% sobre las ventas
- Las ventas no alimentos ya participan con el 14,4%.

Las ventas omnicanal sumaron más de \$1,25 billones en 9M22, un crecimiento del 19,1% frente al mismo periodo del año anterior. La participación en las ventas alcanzó el 12% en el trimestre, que se compara con el 12,1% reportado en 1S22, y las órdenes totalizaron cerca de 9,2 millones (+58,6% versus 9M22).



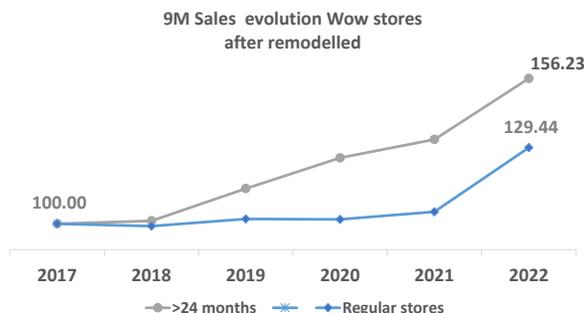
Incluye: .com, marketplace, domicilios, Shop&Go, Compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) GMV: Gross Merchandise Value – Valor bruto de la mercancía..

- **Ecommerce:** en 9M22, éxito.com y carulla.com alcanzaron \$330.000 millones en ventas, 119 millones de visitas (+11%) y registraron más de 641.000 pedidos.
- **Marketplace:** Representó 22% del GMV Omnicanal de no alimentos en los 9M22, con +20% de unidades vendidas a través de 1.500 vendedores.

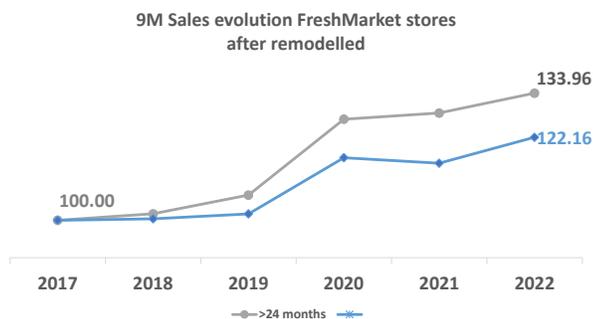
- **Entregas de última milla y a domicilios:** El servicio disponible para los clientes de Carulla, Éxito, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, alcanzó 9,2 M de pedidos en 9M22, un crecimiento del 58,6%. El servicio se prestó principalmente a través de la alianza con la última milla Rappi (el 22% de los pedidos se realizan a través de la plataforma logística del Grupo Éxito). El servicio Turbo, de reciente implementación, representó el 37% de las ventas de Rappi en lo que va de año (+2,4 p.p. vs 1S22).
- **Catálogos digitales:** En las tiendas de Colombia se dispusieron 144 quioscos. Las ventas a través de catálogos digitales crecieron un 50% y los pedidos alcanzaron más de 97.000 a lo largo del año, beneficiados por un mayor tráfico y volumen en las tiendas.
- **Click & Collect:** las ventas alcanzaron los \$315.000 millones, los pedidos superaron los 884.000 y representaron el 27% en el valor bruto de la mercancía omnicanal en lo que va de año. El servicio estuvo disponible en 279 tiendas y 12 centros comerciales VIVA, a través de telefonía fija.

Innovación

- **Éxito WOW:** 26 tiendas (+6 ToT) bajo el formato representaron el 33% de las ventas de Éxito al 3T22 (+249 pb ToT). Las tiendas WOW aumentaron sus ventas en 26,8 p.p. tras 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares, durante los 9 meses del año. El modelo tiene un potencial de agregar 22 tiendas Wow full más 67 tiendas bajo el modelo Wow Econo, incluyendo 6 tiendas adquiridas a La 14, en los próximos 5 años.



- **Carulla Fresh Market:** 26 tiendas bajo este formato (+4 ToT) representaron el 53% de las ventas totales de la marca al 3T22 (+650 pb ToT). Las tiendas Fresh Market aumentaron sus ventas en 11,8 puntos porcentuales tras 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares. 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:** Surtimayorista aumentó sus ventas un 36,6% y VMM un 29,8% durante el trimestre y alcanzó una cuota del 5,4% en las ventas de Colombia; la marca abrió 1 tienda durante el trimestre para un total de 42 tiendas y tiene un potencial de +80 tiendas adicionales en los próximos 5 años. La innovación continuó con 35 tiendas 'Super Inter Vecino' (+6 ToT), las cuales alcanzaron el 71% de las ventas de Super Inter; Super Inter Vecino tiene un potencial de +40 tiendas adicionales en los próximos 5 años. Surtimax renovó 6 tiendas más durante el trimestre, para ofrecer un nuevo surtido, secciones y descuentos especiales; 67 tiendas en la base 12M crecieron sus ventas un 8,8% frente al 3T21.

Transformación Digital

- Apps:** Las aplicaciones Éxito y Carulla alcanzaron más de 1,1 millones de descargas (+15%) hasta la fecha, impulsadas por las alianzas con TUYA y Puntos Colombia. 'Mi Descuento' alcanzó más de 3,2 M de cupones redimidos con un incremento del 22% en las transacciones. La aplicación 'Misurtii' registró ventas cercanas a los \$35.000 millones en lo corrido del año (un 24% de participación en las ventas de la marca) y contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente en tiendas de barrio.
- La Compañía continuó implementando desarrollos sin fricción, servicio al cliente, analítica de datos, logística y cadena de suministro y gestión de recursos humanos, de acuerdo con la estrategia 2022 - 2024. Otros pilotos relativos a la realidad virtual o ampliada para la categoría de hogar y el servicio de entrega mediante drones.

Proyectos adicionales:

- **Clickam**, el modelo de marketing de referidos permite a las personas generar ingresos recomendando productos/servicios a través del ecosistema de la compañía. Se registraron más de 75.000 usuarios y las ventas crecieron un 8%.
- **VIVA Online** la 1a plataforma colombiana para el sector 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** totalizó 6,1 millones de clientes activos con habeas data (+16,6% respecto a 9M21), con 158 marcas aliadas. Los clientes redimieron más de 26 M de puntos, de los cuales Éxito representó el 70% de participación. La Compañía centró sus esfuerzos en continuar la consolidación de su Marketplace, integrado con el ecosistema del Grupo Éxito (Apps, locatarios de VIVA, financieras, viajes, seguros, móviles, etc).
- **Negocios Complementarios:**
 - **TUYA:** el negocio financiero alcanzó cerca de 485.000 nuevas tarjetas emitidas para un total de 2,5 millones de tarjetas a 9M22. TUYA alcanzó una cartera de créditos de \$4.6 billones (+46%) y TUYA Pay llegó a más de 984.000 (+53%). Se han realizado alianzas de servicios bancarios con Alkosto, Viva Air, Transmilenio y Claropay.
 - **Móvil:** la unidad de negocio reportó más de 530.000 líneas activas (+17% 9M21) y continuó su crecimiento apalancado en los canales on-line y en la integración con el ecosistema de la Compañía, principalmente a través de la nueva funcionalidad de pago como Tuya Pay 'Dinero y Puntos' con Puntos Colombia.
 - **Travel:** la unidad de negocio se benefició de la estrategia digital con el sitio TUYA; las ventas crecieron un 60% en 9M22.

Uruguay

Omnicanal

La cuota Omnicanal en las ventas alcanzó el 2,8% en los 9M22.

- **Entregas a domicilio:** El servicio de última milla 'Devoto Ya' ofrece a través de las tiendas Devoto, entregas 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 9M22; se enviaron más de 28.000 pedidos durante los primeros nueve meses de 2022 (+6% frente a los 9M21).

Innovación

- Las 23 tiendas del formato **Fresh Market** crecieron un 15,4% en ventas, representaron el 51,4% de las ventas totales en los 9M22, y crecieron 8,9 p.p. por encima de otras tiendas.

Digital Transformation

- **Apps:** los pedidos a través de las apps crecieron un 41% con más de 28.000 pedidos durante los 9M22.
- **Start-ups:** La Compañía continuó asesorando a 7 start-ups y trabajó en iniciativas centradas en la sostenibilidad, la última milla, la logística y la innovación.

Argentina

Omnicanal

Las ventas omnicanal en Argentina alcanzaron el 5,2% (+243 pb) en el 3T22 y del 3,7% sobre las ventas totales en los 9M22 (+116 pb).

- **Comercio electrónico:** Las ventas en línea alcanzaron los ARS 842 millones en 9M22 y aumentaron 2,9 veces respecto al mismo periodo de 2021.
- **Click and Collect / Click and Car:** el servicio estuvo disponible en 15 tiendas y en 1 tienda oscura.
- **Last Mile & Home Deliveries:** en asociación con 'Rappi' y 'Pedidos Ya', el servicio de última milla está disponible en 23 tiendas. Las ventas han crecido un 49% comparadas con el mismo periodo de 2021, impulsadas por actividades comerciales exclusivas para este canal.

Innovación

- **Fresh Market:** las 4 tiendas de Fresh Market aumentaron sus ventas en un 62,1% respecto a los 9M21 y registraron una contribución del 28,9% a las ventas del hipermercado.
- **Cash and Carry:** Libertad lanzó el formato con la apertura de 5 tiendas en el país bajo la marca 'Mini Mayorista'

Transformación digital

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

VI. Caja y deuda a nivel holding ⁽¹⁾



Cifras en billones de pesos colombianos

Nota: Números expresados en escala larga. Billones de pesos representan 1.000.000.000. tasa repo del Banco Central en Colombia a 10% (vs 6,0% en el 2T22 y 1,75% al 3T21) para controlar la inflación. (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

- Deuda financiera neta mejoró \$262.000 M (antes del pago 12M de dividendos y de la recompra de acciones cercana a \$554.000 M)
- Desempeño operacional favoreció la consistencia de los niveles de caja (+\$9.000 M)
- Presiones en los gastos financieros por mayores tasas repo (+400 pb vs 2T21)
- La deuda bruta aumentó 25.7% (\$301,000 M), sin embargo, la deuda estructural se mantuvo sin cambios
- Generación de flujo de caja a los accionistas en 12M en línea con el mismo periodo del año anterior
- El Banco Central aumentó la tasa repo en Colombia al 10% (vs. 6% al 2T22 y 1.75% al 3T21) para controlar la inflación.

VII. Conclusiones

Consolidado

- Sólido aumento en ventas netas (+23,1%) impulsadas por el dinamismo comercial, el crecimiento omnicanal (24,4%) y la contribución de formatos innovadores
- El EBITDA recurrente creció 12,9% en 3T22, impulsado por la dilución de los costos y la contribución del negocio inmobiliario ⁽¹⁾; en 9M22 +24.5% para un margen del 7,5% (+1 pb, ajustado por los ingresos por desarrollo y venta de inmuebles), el crecimiento anual compuesto de 11.6% a septiembre de 2022
- El Resultado Neto reflejó el sólido desempeño operacional parcialmente compensado por el aumento de las tasas (repo e impuestos), el ajuste inflacionario en Argentina y mayores provisiones de TUYA (por aumento de la dinámica comercial)
- Claros logros en los 6 pilares estratégicos ASG

Colombia

- Ventas totales y VMM ⁽²⁾ crecieron doble dígito medio impulsadas por la innovación (participación 39%, +340 pb vs 2T22) y el aumento del tráfico en las tiendas (+13%)
- Sólido crecimiento omnicanal (23,2%, 11,9% /ventas) impulsado por las ventas de alimentos (+36,4%, 10,8%/ventas)
- El EBITDA recurrente (+2,1%) refleja el crecimiento de los ingresos operacionales impulsados por el retail y el negocio inmobiliario ⁽¹⁾ y las presiones del IPC a nivel operacional; CAGR a 3 años del 10,6% en 9M22
- Plan de conversiones en curso a Éxito WOW de las 6 tiendas adquiridas a La 14 (5 tiendas en 2022, 1 tienda en 2023)

Uruguay

- Crecimiento doble dígito bajo de los ingresos y eficiencias en costos/gastos mejoraron el EBITDA recurrente (+32.3% in 3T22, +29.3% en 9M22)

Argentina

- Las ventas netas crecieron 2,3 veces en moneda local y por encima de la inflación, el impulso de los ingresos inmobiliarios ⁽¹⁾ y las eficiencias operacionales llevaron a notable incremento del margen EBITDA recurrente (+236 pb en 3T, +240 pb en 9M).
- La operación mantuvo una posición de caja estable.

Nota: Datos consolidados incluyen Colombia, Uruguay y Argentina y eliminaciones. (1) Ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios (venta de inmuebles (inventario) (nota 30 de los estados financieros consolidados). (2) Incluye el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario

VIII. Perspectivas 2022

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

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

IX. 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	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	4,901,047	3,982,284	23.1%	13,806,433	11,108,912	24.3%
Otros Ingresos Operacionales	202,798	181,573	11.7%	616,594	570,804	8.0%
Total Ingresos Operacionales	5,103,845	4,163,857	22.6%	14,423,027	11,679,716	23.5%
Costo de Ventas	(3,776,016)	(3,080,818)	22.6%	(10,685,110)	(8,581,904)	24.5%
Costo Depreciación y Amortización	(24,148)	(21,361)	13.0%	(72,866)	(59,966)	21.5%
Utilidad Bruta	1,303,681	1,061,678	22.8%	3,665,051	3,037,846	20.6%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>25.5%</i>	<i>5 bps</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.0%</i>	<i>(60) bps</i>
Gastos O&AV	(928,831)	(729,525)	27.3%	(2,612,839)	(2,131,047)	22.6%
Gasto Depreciación y Amortización	(129,340)	(116,048)	11.5%	(368,877)	(344,957)	6.9%
Total Gastos	(1,058,171)	(845,573)	25.1%	(2,981,716)	(2,476,004)	20.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.7%</i>	<i>20.3%</i>	<i>43 bps</i>	<i>20.7%</i>	<i>21.2%</i>	<i>(53) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	245,510	216,105	13.6%	683,335	561,842	21.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.8%</i>	<i>5.2%</i>	<i>(38) bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(7) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(6,080)	(17,178)	(64.6%)	1,438	(40,590)	103.5%
Utilidad Operacional (EBIT)	239,430	198,927	20.4%	684,773	521,252	31.4%
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(9) bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.5%</i>	<i>28 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(103,683)	(42,706)	142.8%	(246,219)	(134,865)	82.6%
Resultado de Asociadas y Negocios Conjunto	(11,245)	11,772	(195.5%)	(28,008)	15,572	(279.9%)
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	124,502	167,993	(25.9%)	410,546	401,959	2.1%
Impuesto Renta	(30,932)	(6,187)	N/A	(130,706)	(63,018)	107.4%
Resultado Neto Operaciones Continuas	93,570	161,806	(42.2%)	279,840	338,941	(17.4%)
Participación de no Controlantes	(43,633)	(35,463)	23.0%	(103,100)	(76,645)	34.5%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	-	(28)	100.0%	-	(280)	100.0%
Resultado Neto Grupo Éxito	49,937	126,315	(60.5%)	176,740	262,016	(32.5%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.0%</i>	<i>3.0%</i>	<i>(206) bps</i>	<i>1.2%</i>	<i>2.2%</i>	<i>(102) bps</i>
EBITDA Recurrente	398,998	353,514	12.9%	1,125,078	966,765	16.4%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>(67) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(48) bps</i>
EBITDA	392,918	336,336	16.8%	1,126,516	926,175	21.6%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.7%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(38) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>7.9%</i>	<i>(12) bps</i>
Acciones	441.389	447.604	(1.4%)	441.389	447.604	(1.4%)
Utilidad por Acción	113.1	282.2	(59.9%)	400.4	585.4	(31.6%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio 1.4% en las ventas y 3.3% en el EBITDA recurrente en 3T22 y 1.1% y 2.9% en 9M22 respectivamente. **UPA de \$113.1** por acción ordinaria en 3T22 (vs. \$282.2 del 3T21), considerando el número promedio de acciones en circulación durante el periodo (IFRS 33), correspondiente a 441,389,202 acciones, después de la recompra a junio 30 de 2022 (total acciones en circulación son 432.621.453)

2. Estado de Resultados e Inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q22	3Q22	3Q22
Ventas netas	3,534,482	872,514	494,474	4,901,047
Otros Ingresos Operacionales	172,118	8,856	21,876	202,798
Total Ingresos Operacionales	3,706,600	881,370	516,350	5,103,845
Costo de Ventas	(2,868,018)	(572,251)	(336,261)	(3,776,016)
Costo Depreciación y Amortización	(22,927)	(1,675)	454	(24,148)
Utilidad Bruta	815,655	307,444	180,543	1,303,681
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>34.9%</i>	<i>35.0%</i>	<i>25.5%</i>
Gastos O&AV	(553,880)	(221,319)	(153,632)	(928,831)
Gasto Depreciación y Amortización	(104,560)	(17,095)	(7,685)	(129,340)
Total Gastos	(658,440)	(238,414)	(161,317)	(1,058,171)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>17.8%</i>	<i>27.1%</i>	<i>31.2%</i>	<i>20.7%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	157,215	69,030	19,226	245,510
<i>Margen ROI</i>	<i>4.2%</i>	<i>7.8%</i>	<i>3.7%</i>	<i>4.8%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(8,697)	(236)	2,853	(6,080)
Utilidad Operacional (EBIT)	148,518	68,794	22,079	239,430
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.0%</i>	<i>7.8%</i>	<i>4.3%</i>	<i>4.7%</i>
Resultado Financiero Neto	(75,035)	(2,337)	(26,272)	(103,683)
EBITDA Recurrente	284,702	87,800	26,457	398,998
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>10.0%</i>	<i>5.1%</i>	<i>7.8%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	163,599	25,320	6,799	195,718
<i>en moneda local</i>	163,599	247	225	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto de TC (1.4% en las ventas y 3.3% en EBITDA recurrente en el 3T22 y 1.1% y 2.9% en 9M22 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	Sep 2022	Var %
ACTIVOS	16,901,179	17,245,252	2.0%
Activo corriente	5,834,432	5,363,144	(8.1%)
Caja y equivalentes de caja	2,542,651	1,175,637	(53.8%)
Inventarios	2,104,303	2,998,166	42.5%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	625,998	626,792	0.1%
Activos por impuestos	358,613	368,154	2.7%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	24,601	5,392	(78.1%)
Otros	178,266	189,003	6.0%
Activos No Corrientes	11,066,747	11,882,108	7.4%
Plusvalía	3,024,983	3,336,620	10.3%
Otros activos intangibles	363,987	410,699	12.8%
Propiedades, planta y equipo	4,024,697	4,307,227	7.0%
Propiedades de Inversión	1,656,245	1,796,224	8.5%
Derechos de uso	1,370,512	1,433,866	4.6%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	289,391	305,884	5.7%
Activo por impuesto diferido	205,161	175,064	(14.7%)
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	131,771	116,524	(11.6%)
PASIVOS	8,872,702	8,931,912	0.7%
Pasivo corriente	6,518,400	6,605,094	1.3%
Cuentas por pagar	5,136,626	4,405,045	(14.2%)
Pasivos por arrendamiento	234,178	251,666	7.5%
Obligaciones financieras	674,927	1,590,432	N/A
Otros pasivos financieros	81,544	63,347	(22.3%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	-	-	N/A
Otros	391,125	294,604	(24.7%)
Pasivos no corrientes	2,354,302	2,326,818	(1.2%)
Cuentas por pagar	49,929	67,252	34.7%
Pasivos por arrendamiento	1,360,465	1,392,067	2.3%
Obligaciones financieras	742,084	604,432	(18.5%)
Otras provisiones	11,086	15,588	40.6%
Pasivo por impuesto diferido	166,751	224,044	34.4%
Pasivos por impuestos	3,924	3,114	(20.6%)
Otros	20,063	20,321	1.3%
PATRIMONIO	8,028,477	8,313,340	3.5%

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

4. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Sep 2022	Sep 2021	Var %
Ganancia	279,840	338,661	(17.4%)
Total ajustes para conciliar la ganancia (pérdida)	1,029,367	894,398	15.1%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(763,937)	(720,013)	6.1%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(340,932)	(389,329)	(12.4%)
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(307,682)	(355,572)	(13.5%)
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio	(1,412,551)	(1,464,914)	(3.6%)
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	45,537	19,098	N/A
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(1,367,014)	(1,445,816)	(5.5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2,542,651	2,409,391	5.5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	1,175,637	963,575	22.0%

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	1.93	1.90	1.98	1.91
Liquidez (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	0.81	0.90	0.80	0.91

6. Estado de Resultados Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	3Q22	3Q21	% Var	9M22	9M21	% Var
Ventas Netas	3,535,836	3,046,957	16.0%	10,247,650	8,462,717	21.1%
Otros Ingresos Operacionales	87,994	92,008	(4.4%)	304,407	340,005	(10.5%)
Total Ingresos Operacionales	3,623,830	3,138,965	15.4%	10,552,057	8,802,722	19.9%
Costo de Ventas	(2,861,824)	(2,452,314)	16.7%	(8,293,471)	(6,803,839)	21.9%
Costo Depreciación y Amortización	(21,425)	(17,984)	19.1%	(63,019)	(50,406)	25.0%
Utilidad Bruta	740,581	668,667	10.8%	2,195,567	1,948,477	12.7%
<i>Margen Bruto</i>	<i>20.4%</i>	<i>21.3%</i>	<i>(87) bps</i>	<i>20.8%</i>	<i>22.1%</i>	<i>(133) bps</i>
Gastos O&AV	(547,223)	(467,858)	17.0%	(1,581,091)	(1,350,680)	17.1%
Gasto Depreciación y Amortización	(99,651)	(91,650)	8.7%	(294,252)	(276,202)	6.5%
Total Gastos	(646,874)	(559,508)	15.6%	(1,875,343)	(1,626,882)	15.3%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(17.9%)</i>	<i>(17.8%)</i>	<i>(3) bps</i>	<i>(17.8%)</i>	<i>(18.5%)</i>	<i>71 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	93,707	109,159	(14.2%)	320,224	321,595	(0.4%)
<i>Margen ROI</i>	<i>2.6%</i>	<i>3.5%</i>	<i>(89) bps</i>	<i>3.0%</i>	<i>3.7%</i>	<i>(62) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(4,293)	(18,313)	(76.6%)	(13,414)	(37,427)	(64.2%)
Utilidad Operacional (EBIT)	89,414	90,846	(1.6%)	306,810	284,168	8.0%
<i>Margen EBIT</i>	<i>2.5%</i>	<i>2.9%</i>	<i>(43) bps</i>	<i>2.9%</i>	<i>3.2%</i>	<i>(32) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(83,780)	(44,121)	89.9%	(193,999)	(139,056)	39.5%
Resultado Neto Grupo Éxito	49,937	126,315	(60.5%)	176,740	262,016	(32.5%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.4%</i>	<i>4.0%</i>	<i>(265) bps</i>	<i>1.7%</i>	<i>3.0%</i>	<i>(130) bps</i>
EBITDA Recurrente	214,783	218,793	(1.8%)	677,495	648,203	4.5%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.9%</i>	<i>7.0%</i>	<i>(104) bps</i>	<i>6.4%</i>	<i>7.4%</i>	<i>(94) bps</i>

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas

7. Balance General Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Sep 2022	Var %
ACTIVOS	14,422,470	14,381,962	(0.3%)
Activo corriente	4,687,546	3,986,712	(15.0%)
Caja y equivalentes de caja	2,064,600	625,950	(69.7%)
Inventarios	1,680,108	2,368,937	41.0%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	434,945	463,464	6.6%
Activos por impuestos	331,424	366,059	10.5%
Otros	176,469	162,302	(8.0%)
Activos No Corrientes	9,734,924	10,395,250	6.8%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	191,559	193,932	1.2%
Propiedades, planta y equipo	1,984,771	2,003,753	1.0%
Propiedades de Inversión	78,586	80,565	2.5%
Derechos de uso	1,609,599	1,615,906	0.4%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios	4,085,625	4,834,326	18.3%
Otros	331,707	213,691	(35.6%)
PASIVOS	7,541,065	7,255,947	(3.8%)
Pasivo corriente	5,137,135	4,986,357	(2.9%)
Cuentas por pagar	4,249,804	3,383,556	(20.4%)
Pasivos por arrendamiento	239,831	255,322	6.5%
Obligaciones financieras	136,184	944,336	N/A
Otros pasivos financieros	66,817	45,366	(32.1%)
Pasivos por impuestos	76,238	63,380	(16.9%)
Otros	368,261	294,397	(20.1%)
Pasivos no corrientes	2,403,930	2,269,590	(5.6%)
Pasivos por arrendamiento	1,580,954	1,562,261	(1.2%)
Obligaciones financieras	742,084	604,432	(18.5%)
Otras provisiones	10,991	15,427	40.4%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	69,901	87,470	25.1%
PATRIMONIO	6,881,405	7,126,015	3.6%

1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas

8. Deuda por país y vencimiento

Deuda neta por país

30 Sep de 2022 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	989,702	1,005,329	648,450	-	1,653,779
Deuda de largo plazo	604,432	604,432	0	-	604,432
Total deuda bruta ⁽¹⁾	1,594,134	1,609,761	648,450	-	2,258,211
Efectivo y equivalentes de efectivo	625,950	738,865	376,485	60,287	1,175,637
Deuda Neta	(968,184)	(870,896)	(271,965)	60,287	(1,082,574)

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Sep de 2022 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	30-sep-22
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2023	90,000
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	200,000
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	169,166
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	172,729
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	133,350
Total deuda bruta (3)	1,665,000			1,500,245

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: 10.17%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda nominal.

9. Tiendas y área de ventas

<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u> <u>Área de ventas (m2)</u>	
	<u>3Q22</u>	
Colombia		
Exito	210	620,015
Carulla	104	88,669
Surtimax	67	28,855
Super Inter	60	57,008
Surtimayorista	42	41,031
Total Colombia	483	835,578
Uruguay		
Devoto	58	40,042
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	90	91,705
Argentina		
Libertad	14	99,507
Mini Libertad	10	1,796
Mayorista	5	6,447
Total Argentina	29	107,750
TOTAL	602	1,035,033

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.

MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



‘The Issuers Recognition -IR granted by the Colombian Stock Exchange is not a certification about the quality of the securities listed at the BVC nor the solvency of the issuer’.

X. Información adicional

Detalles de la Teleconferencia de resultados

Almacenes Éxito S.A.

(BVC: EXITO)

Le invita a participar en su teleconferencia de

Resultados del tercer trimestre de 2022

Fecha: viernes 4 de noviembre de 2022

Hora: 11:00 a.m. hora New York

10:00 a.m. hora Colombia

Presentando por Grupo Éxito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente

Ruy Souza, Vicepresidente Financiero

María Fernanda Moreno, Directora de Relación con Inversionistas

Para participar, por favor haga clic aquí:

[Unirse a reunión de Microsoft Teams](#)

Los resultados del 3T22 estarán acompañados de una presentación disponible en la página web de la compañía www.grupoexito.com.co en "Accionistas e Inversionistas" en el siguiente enlace:

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

Próximas publicaciones

Cuarto trimestre y 2022 – Por confirmar

Contactos de Relación con Inversionistas y Prensa

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas

+(57) 312 796 2298

mmorenor@grupo-exito.com

Éxito Calle 80, Cr 59 A No. 79 – 30, Bogotá, Colombia

Claudia Moreno B.

RP y directora de Comunicaciones

+(57) 604 96 96 ext. 305174

claudia.moreno@grupo-exito.com

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

Descripción de la Compañía

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

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

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

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

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