



GRUPO ÉXITO

Presentación Corporativa

1T21

MEMBER OF
Dow Jones Sustainability Indices
 In Collaboration with RobecoSAM



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

Este documento contiene declaraciones sobre el futuro que no corresponden a datos históricos y no deben ser interpretadas como garantía de la ocurrencia futura de los hechos y datos aquí mencionados. Las declaraciones sobre el futuro están basadas en información, supuestos y estimaciones que Grupo Éxito considera razonables.

Grupo Éxito opera en un entorno competitivo que cambia rápidamente. Por lo tanto, la Compañía no puede predecir todos los riesgos, incertidumbres y otros factores que pueden afectar su negocio, el potencial impacto en su negocio, o el grado en que la ocurrencia de un riesgo o de una combinación de riesgos, que podrían ocasionar resultados significativamente diferentes a los señalados en cualquier declaración sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro contenidas en este documento son establecidas únicamente a la fecha aquí señalada.

Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, Grupo Éxito renuncia expresamente a cualquier obligación o compromiso de publicar actualizaciones de cualquier declaración sobre el futuro contenida en este documento para reflejar cambios en sus expectativas o en los eventos, condiciones o circunstancias sobre las que se basan las declaraciones sobre el futuro aquí contenidas.

- Estructura de propiedad, Administradores, Junta Directiva
y estructura accionaria 5
- Visión de Grupo Éxito y Estrategia 2021-23 10
- Hechos destacados Colombia 24
- Hechos destacados Operacionales internacionales 40
- Anexos y Resultados financieros 2020 43

Grupo Éxito es la plataforma líder de retail 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.

El 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 monetización del tráfico y de activos, ha permitido al Grupo Éxito ser pionero en ofrecer un portafolio rentable de negocios complementarios. Se destaca en negocio inmobiliario con centros comerciales en Colombia y Argentina y servicios financieros como tarjeta de crédito, billetera virtual y redes de pago. La Compañía también ofrece otros negocios en Colombia, como viajes, seguros, operador móvil y transferencias de dinero.

A partir de 2019, 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 y libertad.com en Argentina. Además, la Compañía ofrece servicios de click and collect, catálogos digitales, entrega a domicilio y canales en crecimiento como Apps y Marketplace, a través de los cuales el Grupo Éxito ha logrado una impresionante cobertura digital en los países donde opera.

En 2020, los Ingresos operacionales consolidados alcanzaron los COP\$15,7 billones impulsados por la fuerte ejecución de la venta al por menor, la exitosa estrategia omnicanal en la región y la innovación en los modelos de retail. La Compañía operó 629 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 es líder con Surtimax, Super Inter y Surtimayorista en Colombia.

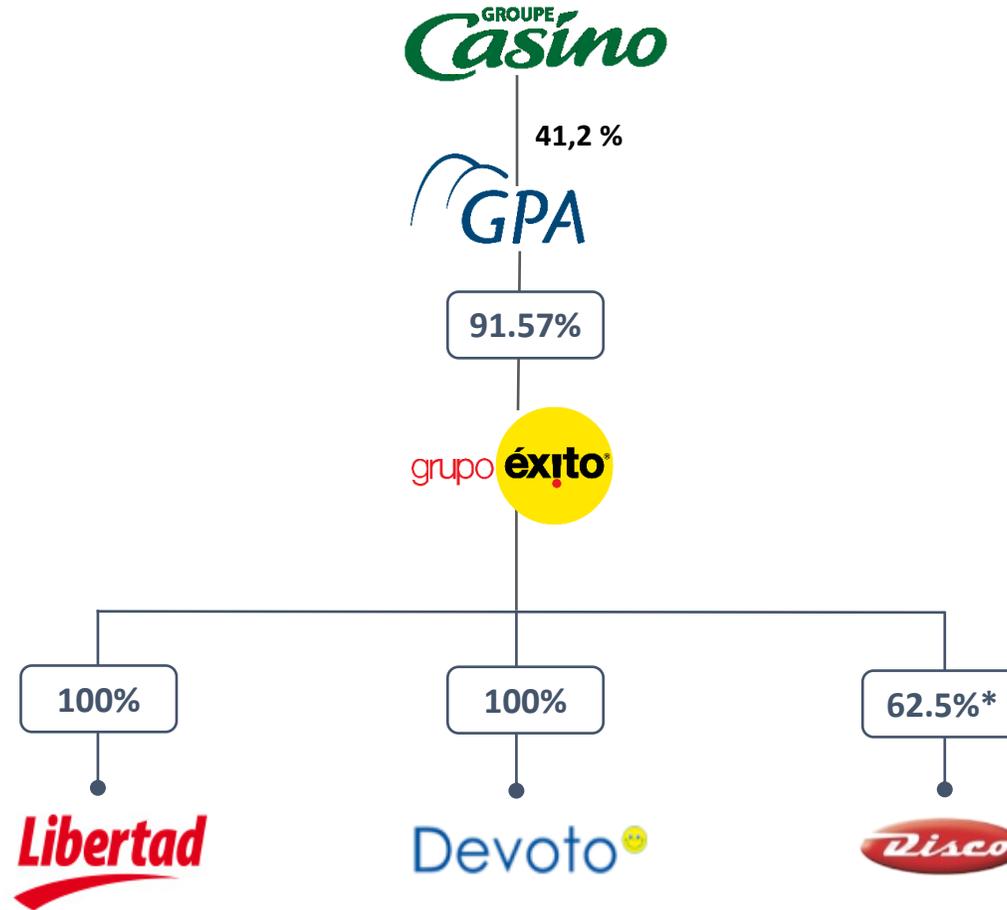


Estructura de propiedad, Administradores,

Junta Directiva y estructura accionaria

Estructura de Propiedad

Estructura de propiedad internacional consolida la mejor plataforma retail de LATAM



* Grupo Éxito consolida a Grupo Disco desde Enero 1 de 2015

Alta Dirección

Alta dirección con experiencia en retail de alimentos



Carlos Mario Giraldo
Presidente



Jacky Yanovich
Presidente Operativo



Ruy Souza
VP Financiero



Juan Lucas Vega
VP Inmobiliario



Guillaume Seneclauze
VP Omnicanal



Luis E. Cardoso
Director General



Guillermo Destefanis
Devoto



Jean Christophe Tijeras
Director General

Miembros Independientes

Luis Fernando Alarcón



Miembro desde

11 de Junio de 2015

Felipe Ayerbe M



11 de Octubre de 2010

Ana María Ibáñez



20 de marzo de 2014

Miembros Patrimoniales

**Ronaldo Iabrudi
dos Santos**



Miembro desde

23 de enero de 2020

**Peter Paul
Estermann**



23 de enero de 2020

**Christophe José
Hidalgo**



23 de enero de 2020

Rafael Russowsky



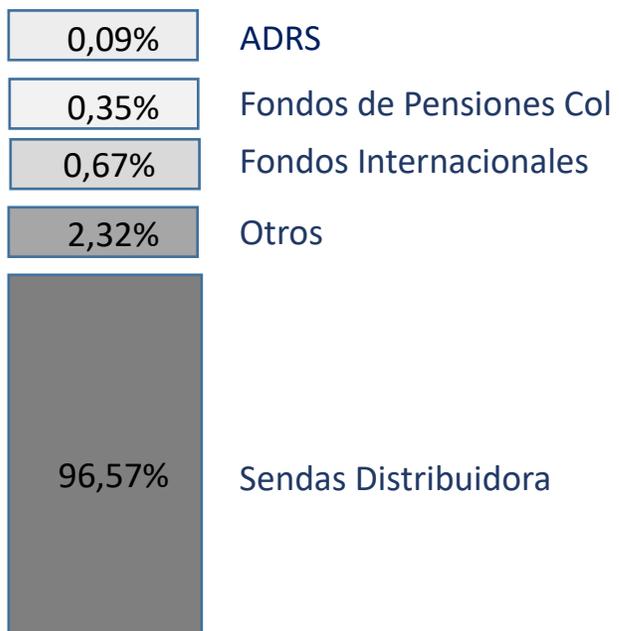
23 de enero de 2020

Philippe Alarcon



16 de marzo de 2012

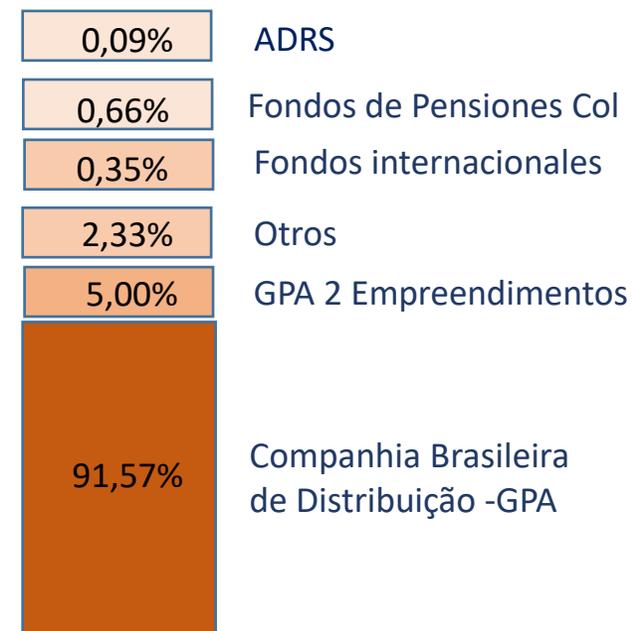
Estructura accionaria a dic 31 de 2020



Total accionistas a diciembre 31 de 2020: 5,085

* Ninguna institución gubernamental posee más del 5% de los derechos de voto

Estructura accionaria a mar 31 de 2021



Total accionistas a marzo 31 de 2021: 5,063

*Ninguna institución gubernamental posee más del 5% de los derechos de voto



Visión y estrategia 2021-23



Plataforma líder en retail de alimentos en Colombia y Uruguay

Liderazgo y diversificación
Marcas del más alto reconocimiento
Estructura financiera optimizada
Sólida generación de flujo de caja



Ecosistema integral, incluyendo negocios complementarios relevantes y estrategias de monetización

Tiendas físicas
Omnicanal
Centros comerciales Viva
Tuya
Puntos Colombia
Otros



Pioneros en innovación con nuevos modelos y marcas propias

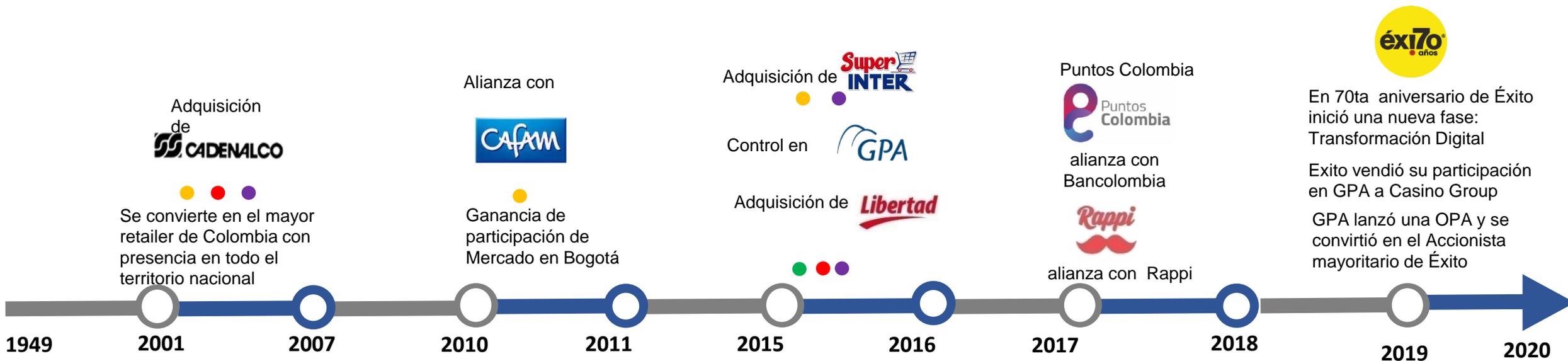
Éxito WOW
Carulla Fresh Market
Surtimayorista
Taeq / Frescampo
Arkitect / Finlandek



Plataforma potente con capacidad omnicanal y digital

Sólida plataforma
Gran cobertura digital
Generación de valor esperado de las iniciativas en curso

Historial de integraciones exitosas



Incorporación de



Adquisición de



Adquisición de



Viva Malls
alianza con FIC



Lanzamiento de formatos innovadores



Fortalecimiento de la estrategia omnicanal

● Expansión local

● Expansión internacional

● Expansión de formato

● Adquisición de nuevas marcas

Líder en Super mercados Premium, fuerte presencia en Bogotá

Expansión internacional a Uruguay

Lanzamiento de **MAYORISTA**
Economía para usted y su negocio

Grupo Éxito, líder absoluto del retail de alimentos en Colombia y Uruguay

Liderazgo en el mercado, con una adecuada cobertura de clientes y mercados



#1 Retailer de alimentos
en Colombia y Uruguay
629 alm en la región



\$15.7 billones
Ingresos Opr Consolidados



\$1.3 billones – 8.1% margen
EBITDA Recurrente



#1 E-commerce de alimentos
en Colombia

Alm: 513
Hiper, super, bajo costo, Cash & Carry
y centros comerciales

Ing Operacionales: **\$12.2 bn**
Margen EBITDA: **8.0%**
Part mercado retail: **31%** ⁽¹⁾
Part mercado inmobiliario: **32%** ⁽¹⁾



Alm: 25
Hiper, conveniencia y centros
comerciales

Ing Operacionales: **\$0,87 bn**
Margen EBITDA: **1.8%**
Part mercado retail: **2%** ⁽¹⁾
Part mercado inmobiliario: **32%** ⁽¹⁾



Alm: 91
Hiper, super and proximidad

Ing Operacionales: **\$2.7 bn**
Margen EBITDA: **10.3%**
Part mercado retail: **43%** ⁽¹⁾



Estudio de reputación con clientes

45.8



Reconocimiento de marca

La más alta calificación entre los
retailers de alimentos en Colombia
(~2 veces el segundo)

Source: Follow Brand

7,800
/10,000

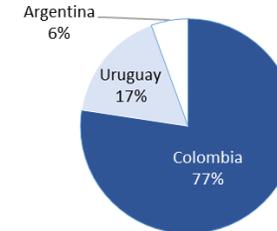


Reputación Corporativa

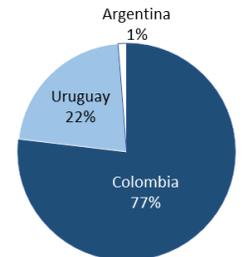
#1 en reputación corporativa entre los
retailers en Colombia. #8 a nivel general

Source: Merco

Participación en Ingresos Operac

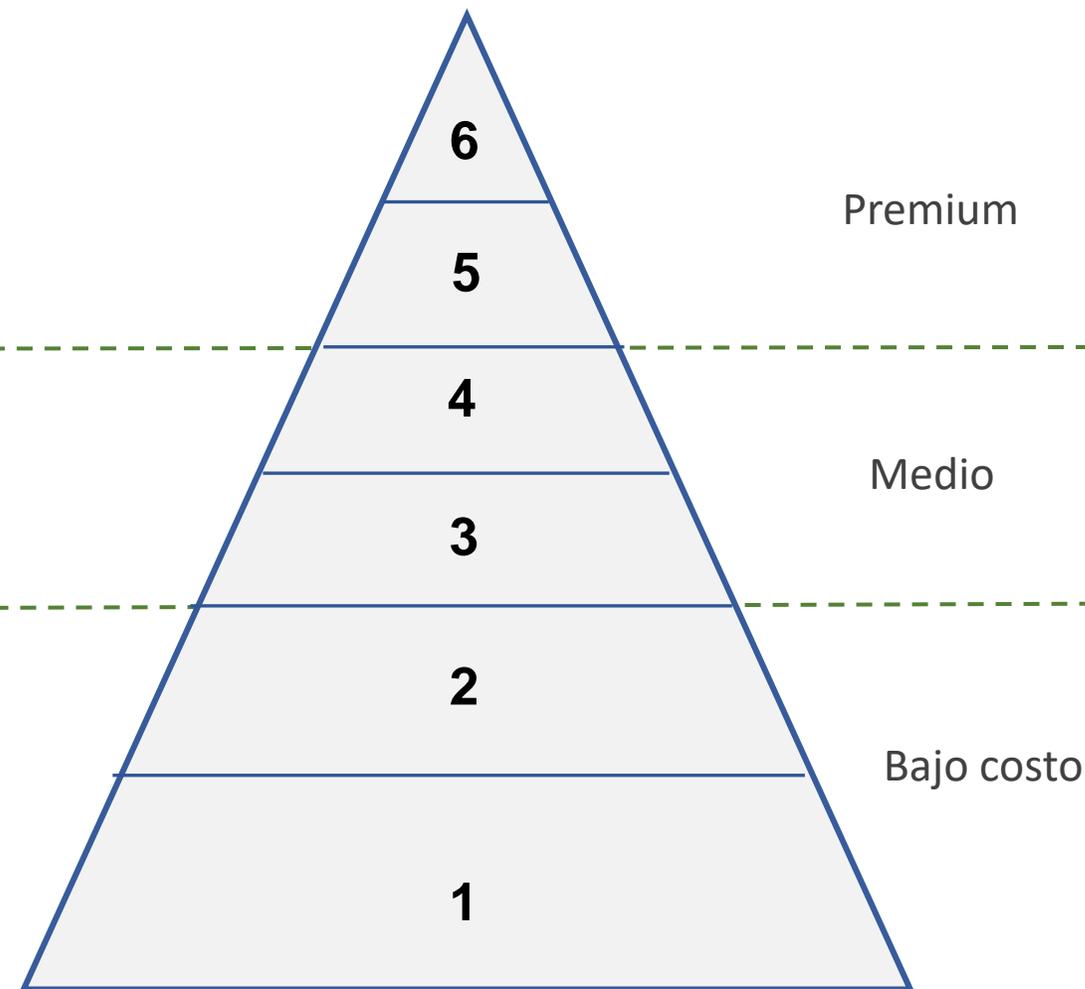


Participación en margen EBITDA recurrente



Completa cobertura de clientes y mercados

Marcas y formatos adaptados a todos los segmentos de la población



Ecosistema Grupo Éxito

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



Pilares estratégicos Grupo Éxito

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



Omnicliente



Nuestros empleados

1. Innovación	2. Omnicanal	3. Transformación digital	4. Monetización activos-tráfico & mejores prácticas	5. Sostenibilidad y valor compartido
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos & Formatos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Premium & Mid: FreshMarket / WOW ✓ Bajo costo: Surtimayorista / Aliados ▪ Marca propia <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alimentos/no alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> ✓ exito.com / carulla.com ✓ disco.com / geant.com / devoto.com ✓ hiperlibertad.com ▪ Market Place ▪ Catálogos digitales ▪ Domicilios ▪ Última milla <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rappi ▪ Click & Collect / Click & Car 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apps <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éxito / Carulla ✓ Disco / Geant / Devoto ✓ Hiperlibertad ▪ Otros: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éxito Media ✓ Renta de autos ✓ Startups ▪ Desarrollos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Frictionless ✓ Servicio al cliente ✓ Análisis de datos ✓ Logística, abastecimiento ✓ Gerencia Recurso H 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coalición de lealtad <ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntos Colombia ▪ Negocios complementarios <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inmobiliario: VIVA / Paseo ✓ Negocio financiero: TUYA / Hiper más / Giros / Red de pagos ✓ Viajes ✓ Seguros ✓ Operador virtual telefónico ▪ Excelencia operacional <ul style="list-style-type: none"> ✓ Logística y cadena de abastecimiento ✓ Esquemas de productividad ✓ Compras conjuntas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gen Cero <ul style="list-style-type: none"> ✓ Foco en la nutrición infantil ▪ Comercio sostenible <ul style="list-style-type: none"> ✓ Compra directa local ▪ Mi Planeta <ul style="list-style-type: none"> ✓ Protección del ambiente ▪ Estilo de vida saludable <ul style="list-style-type: none"> ✓ Portafolio saludable clientes ▪ Bienestar laboral <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de RRHH

Foco en mejorar



Servicio al cliente



Mercadeo relacional



RH & Relación proveedores



Desarrollos TI



Estrategia Gen Cero

- Liderando la lucha contra la desnutrición infantil. Embajador del ODS # 2
- Más de 120 mil niños menores de cinco años recibieron una mejor nutrición al año



Mi Planeta

- Reducción del 35% de nuestra huella de carbono para 2023
- Más de 20 K Toneladas de reciclaje en la operación del Grupo Éxito
- El 100% de nuestros proveedores de carne vacuna son monitoreados por satélite



Comercio sostenible

- 82% de compras locales directas
- El 93% de las frutas y verduras vendidas fueron adquiridas en el país



Bienestar de los empleados

- La igualdad de género, la diversidad y la inclusión en el centro de nuestra estrategia de desarrollo humano.
- Equipares de plata certificados
- +COP 85.000 M en beneficios para los empleados y sus familias al año



Impulsando un estilo de vida saludable

- Ofrecer una cartera saludable a los clientes
- + 3.300 referencias de alimentos saludables
- Desarrollo de APPs para guiar al consumidor hacia una cartera equilibrada.

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados ⁽¹⁾ en 2020



Sólida ejecución del retail, exitosa estrategia omnicanal e innovación, impulsaron los resultados ⁽¹⁾

Hechos destacados
en 2020

Ventas mismos metros
+7.2% (exc. TC y EC)

Utilidad Neta
+4.0x

Ventas Omnicanal
2.6x (a nivel consolidado)

Hechos financieros destacados

- Ventas netas impulsadas por:
 - ✓ Crecimiento Omnicanal (2.7x en Col, 1.6x en Uru)
 - ✓ Crecimiento en VMM consolidadas (7.2% ⁽²⁾)
 - ✓ Innovación en modelos
- GA&V crecieron por debajo del aumento en ventas producto de la excelencia operacional
- Utilidad Neta impulsada por un sólido resultado en Uruguay, del retail en Colombia y de una estructura de capital más liviana

Hechos operacionales destacados

- Mayor participación anual del Omnicanal sobre las ventas (12.4% Col, 3.3% Uru y 0.9% Arg)
- Sólido desempeño del retail por una estrategia asertiva, una rápida respuesta al nuevo contexto y la innovación
- Los negocios Inmobiliario y Tuya apoyaron a los clientes durante el año y ejecutaron modelos resilientes

Inversiones y Expansión

- Inversiones por COP \$241.810 M.
- ✓ 75% invertido innovación, omnicanalidad y actividades de transformación digital
- Expansión Retail
- ✓ 19 almacenes en 2020 entre aperturas, conversiones y remodelaciones (Col 17 y Uru 2)
- Total de 629 tiendas, 1.04 M m²

Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

- #1 a nivel de retailers y #8 a nivel general en reputación corporativa ⁽³⁾
- Ratificado en el DJSI como uno de los 10 retailers de alimentos más sostenibles en el mundo
- Disposición de 255 mil paquetes nutricionales a través de la Fundación Éxito; pago anticipado a mil proveedores
- Participación accionaria de Éxito transferida a GPA por Sendas

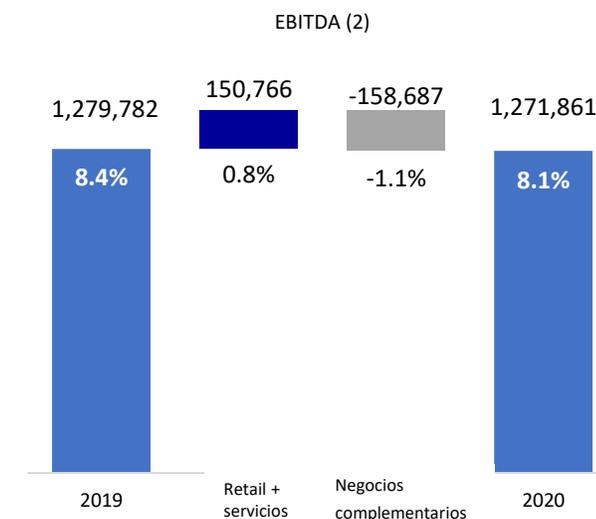


Resultados Operacionales Consolidados 4T/2020

Un EBITDA anual estable beneficiado por una fuerte contribución del retail



en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	4.173.671	4.079.945	2,3%	15.141.244	14.503.846	4,4%
Otros Ingresos Operacionales	171.342	244.583	(29,9%)	594.595	789.237	(24,7%)
Total Ingresos Operacionales	4.345.013	4.324.528	0,5%	15.735.839	15.293.083	2,9%
Utilidad Bruta	1.142.061	1.184.311	(3,6%)	3.956.929	3.954.106	0,1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26,3%</i>	<i>27,4%</i>	<i>(110) bps</i>	<i>25,1%</i>	<i>25,9%</i>	<i>(71) bps</i>
Total Gastos	(814.191)	(844.064)	(3,5%)	(3.203.101)	(3.186.599)	0,5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18,7%</i>	<i>19,5%</i>	<i>(78) bps</i>	<i>20,4%</i>	<i>20,8%</i>	<i>(48) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	327.870	340.247	(3,6%)	753.828	767.507	(1,8%)
<i>Margen ROI</i>	<i>7,5%</i>	<i>7,9%</i>	<i>(32) bps</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,0%</i>	<i>(23) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	144.284	77.121	87,1%	230.872	57.602	300,8%
<i>Margen Neto</i>	<i>3,3%</i>	<i>1,8%</i>	<i>154 bps</i>	<i>1,5%</i>	<i>0,4%</i>	<i>109 bps</i>
EBITDA Recurrente	460.429	470.421	(2,1%)	1.271.861	1.279.782	(0,6%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10,6%</i>	<i>10,9%</i>	<i>(28) bps</i>	<i>8,1%</i>	<i>8,4%</i>	<i>(29) bps</i>



Net Revenue

- Evolución anual de los ingresos impulsada por i) los niveles de VMM (+7.2%(1)), ii) el crecimiento omnicanal (2,6x), iii) la contribución de los modelos innovadores, y iv) las 19 tiendas abiertas en 2020
- Otros ingresos reflejaron los efectos negativos de COVID-19 sobre el retail, los centros comerciales y los servicios financieros

Gross Margin

- Los márgenes anuales reflejaron un mejor desempeño operacional (+40 pb) afectado por el efecto de COVID-19 en la menor contribución de los negocios complementarios.

Recurring EBITDA

- GA&V crecieron por debajo de la inflación en todos los países gracias al estricto control de gastos con el programa de excelencia operacional
- El margen anual reflejó un sólido resultado operacional del retail por menores gastos, afectado por el efecto de COVID-19 en una menor contribución de los negocios complementarios

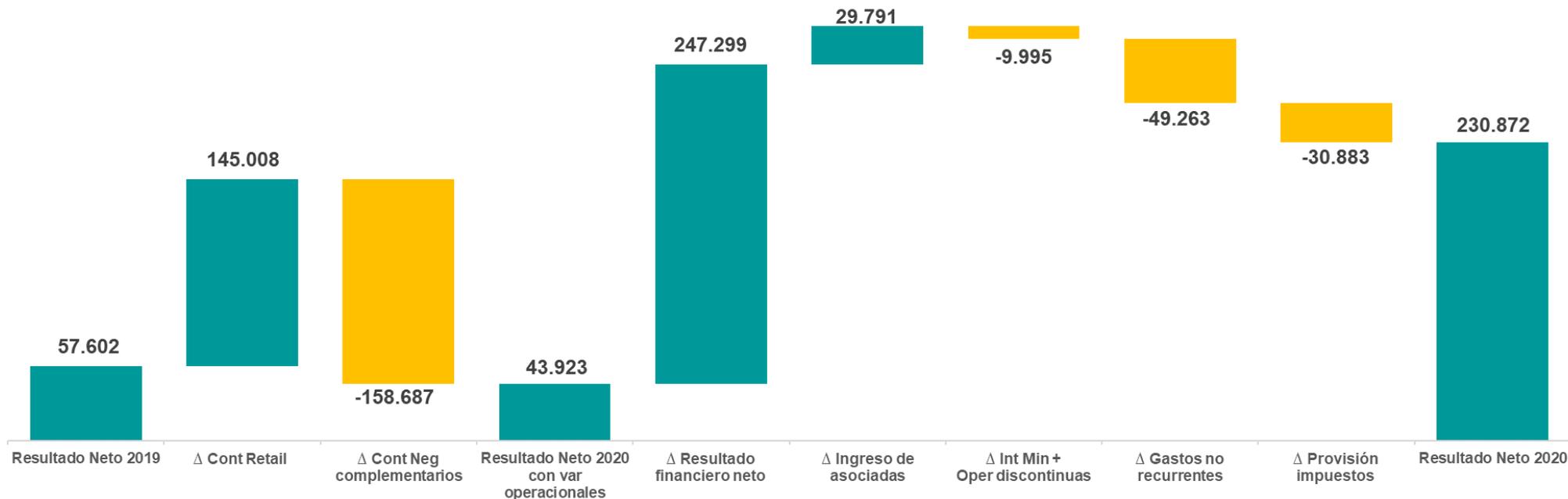
Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (-4,4% y -2,9% en las ventas y en EBITDA recurrente en el 4T20 y de -2,6% y -1,7% en 2020, respectivamente). (1) Excluyendo el efecto TC y el efecto calendario. (2) Los negocios complementarios se refieren a las variaciones de ingresos de los negocios inmobiliario, financiero, móvil y de viajes y servicios logísticos. Retail y servicios se refieren a las variaciones del EBITDA del retail, los serv.bancarios en tienda, las comisiones, transferencia de dinero y los cánones, entre otros.



Resultado Neto del Grupo 2020



La Utilidad Neta aumentó 4 veces gracias al mejor desempeño del retail y a una estructura más liviana



Hechos destacados:

- Variaciones positivas en el sólido resultado en Uruguay, el desempeño retail en Colombia y una estructura financiera más liviana.
- Variaciones negativas en el impuesto sobre la renta y los gastos no recurrentes (en su mayoría relacionados con COVID-19), el resultado de Argentina y la desconsolidación de las operaciones internacionales en 2019.

Nota: El ROI de las operaciones internacionales incluye el efecto de TC. Los datos incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Transacciones Energéticas S.A.S. (antes Gemex O&W S.A.S.) en 2019 y 2020 y el resultado de 2019 del segmento Brasil (Companhia Brasileira de Distribuição CBD, Segisor S A S y Wilkes Participações S A vendidas el 27 de noviembre de 2019 y Via Varejo S A, vendida en junio de 2019), registrado como operación discontinua y eliminaciones. La ausencia de regalías de TUYA afectó el resultado operativo, sin embargo, el negocio contribuyó a través del método de participación. Los negocios complementarios se refieren a las variaciones de ingresos de los negocios inmobiliario, financiero, móvil y de viajes y servicios logísticos.

Consolidado

- Utilidad Neta aumentó 4 veces gracias a los sólidos resultados del retail en Colombia y Uruguay y a una estructura financiera más liviana.
- Nivel EBITDA y la generación de caja condujeron a niveles de caja más altos y a una estructura financiera saludable.
- Enfoque estratégico en Omnicanalidad rentable favoreció la expansión de las VMM y la mayor participación en e-commerce de alimentos.
- Las tiendas WOW y FreshMarket crecieron por encima de las tiendas no convertidas, demostrando su relevancia estratégica.

Colombia

- La omnicanalidad alcanzó su punto más alto, las ventas crecieron 2,7 veces hasta \$1.5 billones y una participación en las ventas del 12,4%.
- El dinamismo de la categoría de alimentos y las estrategias comerciales asertivas llevaron a obtener ganancias de cuota de mercado.

Uruguay

- La unidad de negocio más rentable del Grupo gracias a los sólidos resultados del retail (+112 pb para un margen del 10,3%).
- Una sólida evolución de VMM (+9.3%⁽¹⁾), beneficiadas por la diferenciación con las tiendas Fresh Market y el crecimiento del omnicanal (1,6x).

Argentina

- Sólidos resultados operacionales trimestrales (10,8% de margen EBITDA recurrente) favorecieron un margen EBITDA resiliente y positivo en 2020, a pesar de la situación macro.
- Las actividades de control de gastos favorecieron la generación de EBITDA y la posición de caja.

Cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, el resultado neto de Transacciones Energéticas S.A.S. (antes Gemex O&W S.A.S.) en 2019 registrado como operación discontinua y eliminaciones. (1) En moneda local, incluyendo el ajuste por efecto calendario del 0,4% en 2020. Números expresados en escala larga, mil millones de COP representan 1.000.000.000.

Resultados 2020 Obtenidos versus Esperados



	Guía 2020	Guía 2020 Post-Covid	Resultado 2020	
Colombia	Expansión Retail: 20 a 24 tiendas (6 a 7 WOW y FreshMarket y de 8 a 10 Surtimayorista)	La inversión en retail se desplaza hacia el omnicanal	17 tiendas (2 WOW, 1 FM, 4 Surtimayorista, 7 Superinter y 3 Éxito Express) + 176 Click&Collect y capacidades omnicanal	●
	Crecimiento de los ingresos retail y negocios complementarios		Ingresos aumentaron 3.7% (Ventas retail +5,6%)	●
	Más del 50% del crecimiento en ventas atribuidas a la innovación y Omnicanal		75% del total de ventas provenientes de Innovación y Omnicanal	●
	Margen EBITDA recurrente al menos en línea con el del 2019		Margen EBITDA recurrente del 8.0% (-56pb vs 2019), con sólida mejora del retail y un impacto negativo de los negocios complementarios	●
	Inversiones por \$400,000 M; \$300,000 M para retail y \$100,000 M para negocio inmobiliario	Aplazamiento de inversiones, con un nuevo objetivo de \$200.000 M / Deuda y caja en niveles saludables	Inversiones de \$ 241,810 M / Indicador Deuda bruta de -1,09x EBITDA y posición de caja de \$1.97 billones	●
Uruguay	Expansión Retail Expansion: 4 a 6 tiendas (FreshMarket y Express)	La inversión en retail se desplaza hacia el omnicanal	Expansión retail de 2 tiendas FreshMarket stores (1 apertura y 1 conversión)	●
	Margen EBITDA recurrente al menos en línea con el del 2019		Margen EBITDA recurrente de 10.3%, +112pb vs 2019	●
Argentina	Expansión Retail: 1 a 2 tiendas (FreshMarket)	La inversión en retail se desplaza hacia el omnicanal	Ventas Omnicanal mejoraron su participación en 90 pb por el desplazamiento de las inversiones	●
	Desarrollo del <i>casual leasing</i> dentro del portafolio actual inmobiliario		<i>Casual leasing</i> permaneció estable en términos de área	●
Latam	Compartir las mejores prácticas centradas en la innovación y el fortalecimiento de la transformación digital	La inversión en retail se desplaza hacia el omnicanal	Objetivos alcanzados en los tres países	●
		Aplicación de protocolos en todos los países para afrontar y mitigar los efectos del COVID-19	Protocolos implementados, pagos anticipados a más de mil proveedores y distribución de ~255 mil paquetes nutricionales para los niños.	●

Consolidado

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

Colombia

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

Uruguay

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

Argentina

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



Hechos destacados de las operaciones colombianas
e internacionales



Palancas de crecimiento en Colombia: Tiendas retail



Marcas

Formatos

Propuesta de Valor

Foco

% participación en las ventas
de tiendas

Hipers, Supermercados & Conveniencia

Value for Money
High quality customer service

Nueva generación de hipermercados: Éxito WOW

69%

241



Supermercados & Conveniencia

Lo mejor en productos frescos y premium
La mejor experiencia

Innovación bajo el modelo FreshMarket

14%

95



Cash & Carry

B2B y B2C
Bajos precios

Posicionamiento del programa "Club del Comerciante"

6%

34



Bajo costo

Donde comprar cuesta menos
Alto % de Marca Propia

Roll out of "Vecino" concept at Super Inter

11%

74

69





Palancas de crecimiento en Colombia: Innovación



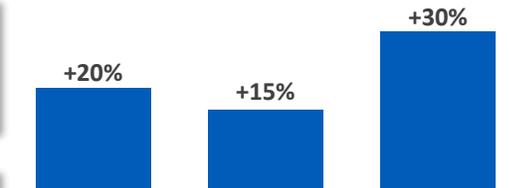
Éxito Wow: Innovación en Hipermercados



11 tiendas
20.7% /total de las ventas de la marca

La mayor fusión de los mundos digital y físico

Potencial para convertir **43 tiendas a Éxito Wow** y 101 más a Éxito WOW Econo t



Crec Ventas Crec EBITDA Ut. Op. Rec.

Métricas del primer año posterior a la conversión, considerando solo tiendas de formato estándar

Reconocido por el British Institute of Grocery Distribution como "Tienda del Mes", en octubre de 2020 (Éxito Wow Laureles)



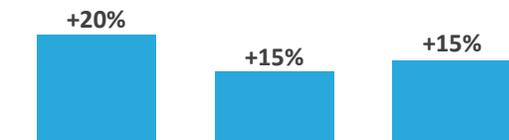
Carulla FreshMarket: Una propuesta premium, fresca y sostenible



14 tiendas
26.5% /total de las ventas de la marca

Desempeño del modelo impulsado por las iniciativas digital y omnicanal

Potencial para convertir 34 tiendas a Carulla FreshMarket y 46 más Carulla FreshMarket Midi



Crec Ventas Crec EBITDA Ut. Op. Rec.

Métricas del primer año posterior a la conversión, considerando solo tiendas de formato estándar

Reconocido por el British Institute of Grocery Distribution Entre los "16 mejores supermercados para visitar en 2019"

Marca Propia

Alimentos



Taeq

La única marca saludable ofrecida por un retailer en Colombia



Frescampo

Una marca relevante de bajo costo



~ 6 mil Referencias



16.6% Participación en ventas

No alimentos



Vestuario

Entre las 10 marcas de ropa mas reconocidas en Colombia



Hogar

Marca con presencia internacional



~ 44 mil Referencias



36% participación (textiles & hogar)



Area de productos frescos



Zona Co-working



Mundo de las mascotas



Universo Digital y de gaming

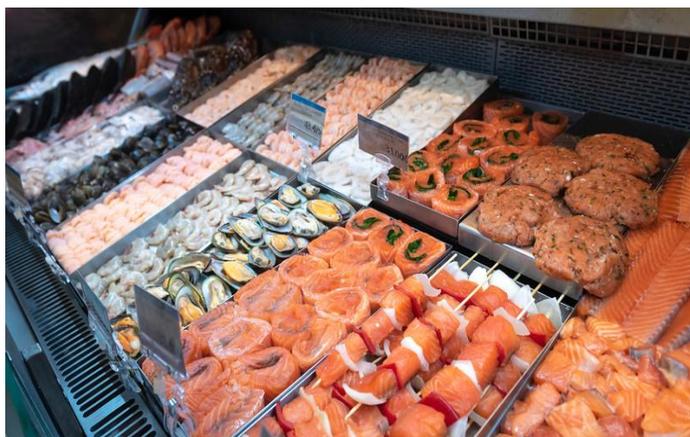


Zona de dermo-cosmética



Integración Omnicanal

Carulla Fresh y Smart Market



Surtimayorista

surti **MAYORISTA**





Palancas de crecimiento en Colombia: Omnicanal



No hay otro operador en Latinoamérica con tanta penetración Omnicanal como Grupo Éxito en Colombia

Hechos destacados en 2020

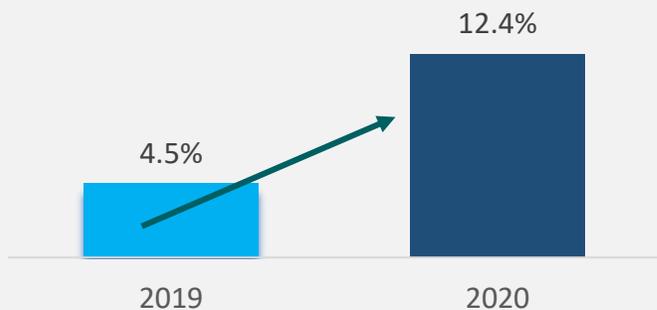
Ventas totales \$1,46 Bn (2.7x)
49% ventas alimentos

Participación en las ventas 12.4% (vs. 4.5% in 2019)

Pedidos 8.5 M (1.8x)
3.1x GE orders (70%/ventas)

Inigualable penetración omnicanal

Participación Omnicanal en las ventas (%)



2.8x alimentos / 2.6x no alimentos
crecimiento en 2020



8.8% alimentación / 20.1% no alimentos
penetración al 2020

Contribución positiva al margen del negocio retail de almacenes



E-commerce
+240% en tráfico



Marketplace
735 vendedores



Catálogos digitales
+3.6% en ventas



Última milla y domicilios
+83% vs 2019



Click & Collect
800k+ órdenes en 2020

Éxito continuará fortaleciendo la estrategia Omnicanal en 2021

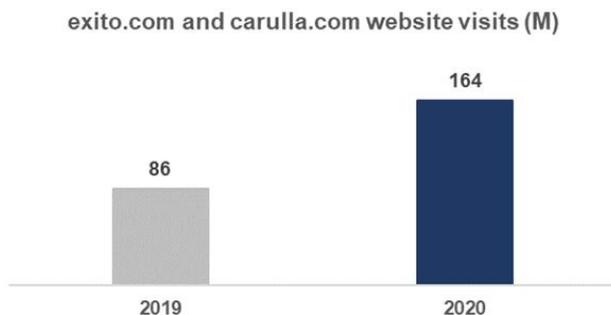
- 1 Incrementar la monetización de la Plataforma
- 2 Mantener el crecimiento doble dígito y la alta penetración en 2021
- 3 Incrementar la penetración de la categoría de vestuario
- 4 Continuar invirtiendo en innovación y omnicanalidad (~ 30% del CAPEX total en 2020)

1) Incluye .com, domicilios, Shop & Go, Click & Collect y catálogos digitales. Las cifras expresadas en billones de pesos representan 1.000.000.000.000.



E-commerce

- ✓ Presencia digital **inigualable** en Colombia
- ✓ 1.9x en visitas
- ✓ Unidad rentable con margen EBITDA positivo
- ✓ 164 M de visitas a los sitios web en 2020 vs. 86 M en 2019



Click & Collect

1 millón pedidos



- ✓ Servicio disponible en **430 tiendas** (vs. 254 en 2019)
- ✓ **5.6x** crecimiento en ventas
- ✓ **15%** de alimentos/**9%** de no alimentos de las ventas en línea

Última milla y domicilios

Fortalecimiento de las capacidades logísticas para alcanzar la mayor penetración de mercado



8.5M órdenes (+83% vs 2019)



3.1x órdenes de Grupo Éxito⁽¹⁾ y 70% /ventas

Marketplace



Marketplace
735 vendedores

- ✓ **52%** aumento de productos vendidos a través de MP
- ✓ **+82%** GMV vs 2019
- ✓ **26%** de ventas de no alimentos vía comercio electrónico a través de Market Place



Transformation Digital

Soluciones digitales enfocadas en las necesidades del cliente para mejorar el crecimiento y la experiencia



Apps

La nueva versión de la app Éxito mejoró las tendencias históricas



- ✓ Más de 350.000 de usuarios activos
- ✓ Integración con Tuya Pay
- ✓ SmileID en la aplicación Carulla
- ✓ Venta de pólizas de seguros
- ✓ Listas de compras inteligentes

Plataforma de Pagos

Una alianza para centralizar y monetizar las transacciones electrónicas

Tuya Pay

“Billetera Digital” integrada con el Sistema POS del Éxito



- ✓ Transferencias de dinero entre cuentas
- ✓ Retiro de dinero en tiendas Éxito
- ✓ Un "bolsillo" para obtener el cambio de compras
- ✓ Pago QR en tiendas

Éxito Media

Un conector en la relación entre la marca y el retailer que utiliza puntos de contacto físicos / digitales (phygital) como espacio publicitario disponible para mercadeo



Carulla SmartMarket: el primer laboratorio inteligente de retail en Colombia

Iniciativas exitosas desarrolladas en el laboratorio para implementarse en otras tiendas



Co-work con 12 startups



Localizada en Bogotá

Paga Conmigo	Smile ID	Etiquetas electrónicas	3D Sales Circuit
Check & Go	E-sommelier	Enhanced Reality	Ready to Go



Check & Go



Virtual Assistant



Actividades de monetización de tráfico en 2020

Adaptando las estrategias de otras unidades de negocio para maximizar la creación de valor



Puntos Colombia

Una alianza ganadora entre el retailer y el banco, más grandes de Colombia



13.4 M clientes
registrados



4.7 M clientes
con Habeas Data ⁽¹⁾



Fortalecimiento del marketplace

mejor experiencia del usuario y aumento en la monetización de la lealtad



105 aliados

fortalecen el ecosistema y ayudan a impulsar el crecimiento de la compañía



Lanzamiento del Marketplace

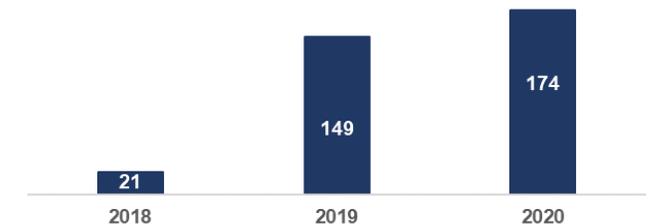
Integrado con el ecosistema: Apps, locatarios de Viva, Viajes, Mobile, etc



Creciendo con Éxito

Éxito representa ~75% del total de las redenciones

Puntos redimidos
(en miles de millones de \$)



Iniciativa potente

Potencial de convertirse en la segunda "moneda" de Colombia

(1) Derecho constitucional a proteger, por demanda presentada ante un tribunal, la imagen, privacidad, honor, información, autodeterminación y libertad de información de una persona.



Monetización de activos: Negocio Inmobiliario

Viva Malls mantuvo la rentabilidad y la alta ocupación mientras apoyaba a los locatarios en 2020



Negocio Inmobiliario

Hechos destacados

- Viva Malls, El operador más grande de Colombia
- Alianza con F.I. Colombia (Éxito posee el 51%)
- Opera 34 activos, con 32% de participación de mercado⁽¹⁾
- Marketplace Online y omnicanal
- Viva Malls con más de 164 millones de visitantes

Diferenciación

- Modelo dual: retail-negocio inmobiliario
- Centros comerciales ubicados dentro de las ciudades
- Éxito o Carulla como anclas de los centros comerciales
- Alto contenido de entretenimiento/ diversión



Experiencia gastronómica diversificada



Parque de diversiones en Viva Envigado, +6.000 m2

Iniciativas de innovación

Reinventando los centros comerciales con una experiencia híbrida on / off



Lanzamiento de Viva Online, Click & Collect y Servicio de domicilios a través de la Plataforma omnicanal de la compañía

Fortalecimiento de la relación con las marcas

Liderazgo del mercado le permite a Viva Malls ser la vía de entrada de las marcas internacionales al mercado Colombiano



Tasa de ocupación
92%

758 mil m2 de área
arrendable

Más de 23% crecimiento compuesto del EBITDA
De 2017 a 2020

(1) Fuente: DB Inmobiliaria GEE, Developer aids, Sura AM, Corredores Davivienda, Inmoval, FIC, PEI. Participación de mercado inmobiliario incluye activos de Viva Malls y no Viva Malls.



Monetización del tráfico: Negocios complementarios



Crean valor para los clientes y contribuyen al crecimiento de la Compañía

Un sólido portafolio de otros servicios

~20% - 30% del ROI de Colombia (incl Neg. Inmobiliario)

~ 30% Alianzas con socios de primera categoría

Fortalecen la oferta de retail

Retail Financiero



- ✓ Tarjeta de crédito y billetera móvil
- ✓ Subsidiaria de consumo financiero de Éxito
- ✓ Alianza 50%/50% con Bancolombia
- ✓ La mejor opción para compras rápidas y cómodas

2.7 millones de tarjetas de crédito emitidas con más de 320 mil emitidas en 2020



Sólido portafolio de crédito con cerca de 18% de tarjetas en categoría B o superior en 2020



Penetración cercana al 18% de las ventas de Éxito en 2020

TUYA Pay (billetera digital)



- ✓ Servicio de billetera digital ofrecido por Grupo Éxito en alianza con Bancolombia
- ✓ Servicio integrado con el sistema POS de Éxito
- ✓ ~200 mil usuarios a diciembre de 2020

Viajes



- ✓ 45 agencias de viaje en el país
- ✓ Crecimiento doble dígito en ventas online
- ✓ Oferta completa de paquetes de turismo

Seguros



- ✓ 1 millón de clientes
- ✓ Alianza con Sura
- ✓ Micro pólizas: desempleo, estudio, otros.

Transferencias de dinero



- ✓ Servicio de transferencia local de dinero
- ✓ Integración con el sistema POS del Éxito

Telefonía móvil virtual



- ✓ Operador virtual de telefonía móvil
- ✓ ~ 500 mil líneas activas

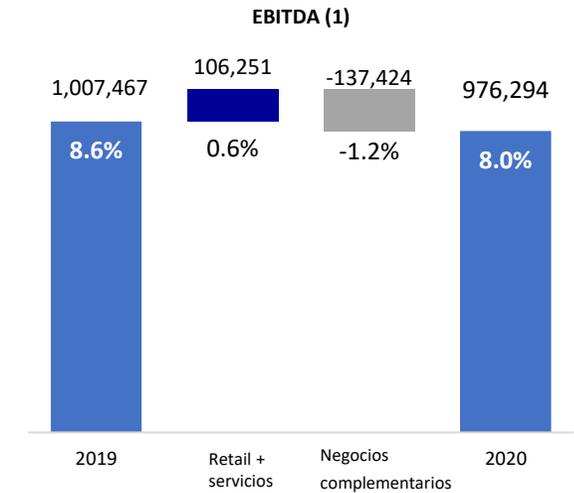


Resultados Operacionales: Colombia 4T/2020

Desempeño anual impulsado por un sólido negocio retail y eficiencias operacionales



en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	3.330.661	3.106.881	7,2%	11.642.685	11.029.843	5,6%
Otros Ingresos Operacionales	158.410	223.816	(29,2%)	539.587	721.586	(25,2%)
Total Ingresos Operacionales	3.489.071	3.330.697	4,8%	12.182.272	11.751.429	3,7%
Utilidad Bruta	833.575	848.828	(1,8%)	2.758.438	2.757.850	0,0%
<i>Margen Bruto</i>	<i>23,9%</i>	<i>25,5%</i>	<i>(159) bps</i>	<i>22,6%</i>	<i>23,5%</i>	<i>(83) bps</i>
Total Gastos	(580.345)	(572.788)	1,3%	(2.229.763)	(2.197.115)	1,5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>16,6%</i>	<i>17,2%</i>	<i>(56) bps</i>	<i>18,3%</i>	<i>18,7%</i>	<i>(39) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	253.230	276.040	(8,3%)	528.675	560.735	(5,7%)
<i>Margen ROI</i>	<i>7,3%</i>	<i>8,3%</i>	<i>(103) bps</i>	<i>4,3%</i>	<i>4,8%</i>	<i>(43) bps</i>
EBITDA Recurrente	368.713	388.731	(5,1%)	976.294	1.007.467	(3,1%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10,6%</i>	<i>11,7%</i>	<i>(110) bps</i>	<i>8,0%</i>	<i>8,6%</i>	<i>(56) bps</i>



Ingresos operacionales

- Ventas netas anuales crecieron por encima del IPC (1,6%) impulsadas por: (i) el crecimiento de las ventas omnicanal (2,7x), (ii) el resultado positivo de los eventos comerciales y (iii) la mayor contribución de WOW y FreshMarket.
- Otros ingresos reflejaron el efecto de las restricciones a la movilidad en los centros comerciales y la ausencia de regalías de TUYA.

Margen bruto

- Reflejó una mejora de los resultados operativos de retail + servicios (1) (+40 pb), compensado por la menor contribución de los negocios inmobiliario y financiero, afectados por el efecto negativo de COVID-19.

EBITDA recurrente

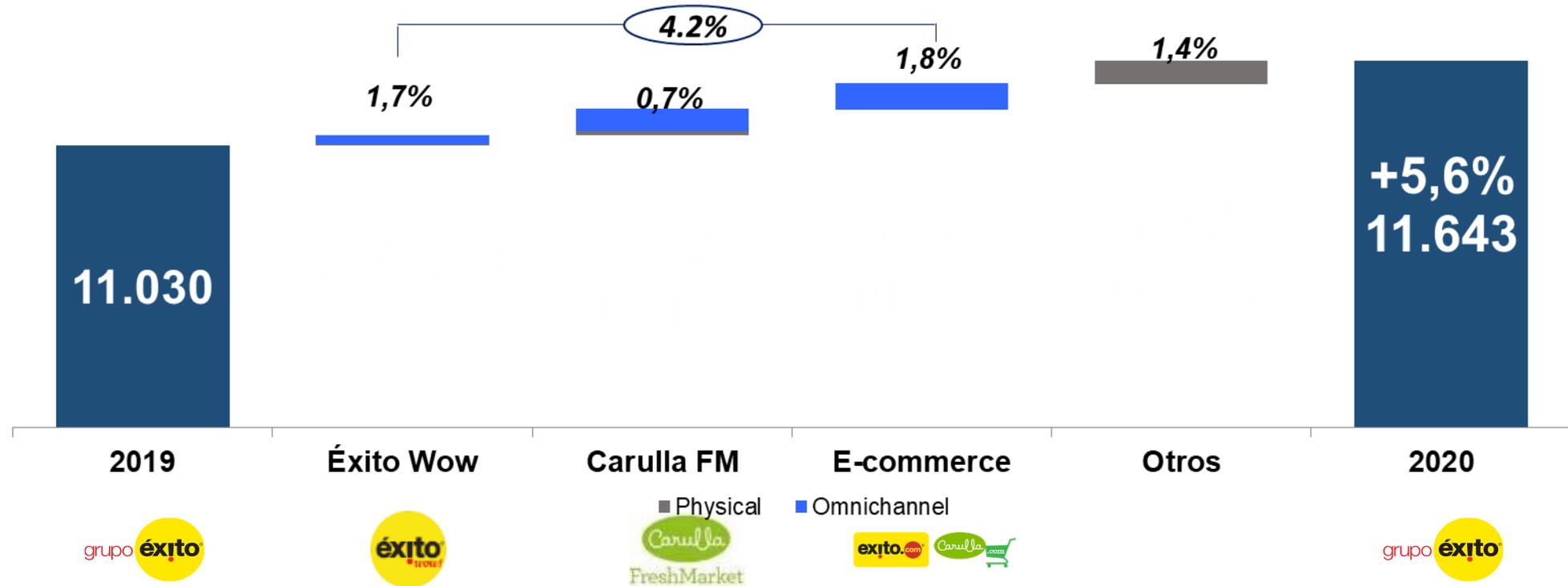
- Los GA&V crecieron por debajo del IPC, del aumento del salario mínimo y de las ventas, gracias a las estrictas iniciativas de control al gasto y a una estructura más liviana.
- El margen EBITDA(1) recurrente en 2020 reflejó un sólido desempeño operacional retail + servicios (+60 pb), compensado por una menor contribución de neg complementarios (-120 pb).



Resultados de Innovación y Omnicanalidad



75% del crecimiento de las ventas proviene de las iniciativas Omnicanal y de Innovación



La contribución a las ventas netas totales en Colombia de las tiendas WOW y FreshMarket alcanzó el 17.4% en 2020



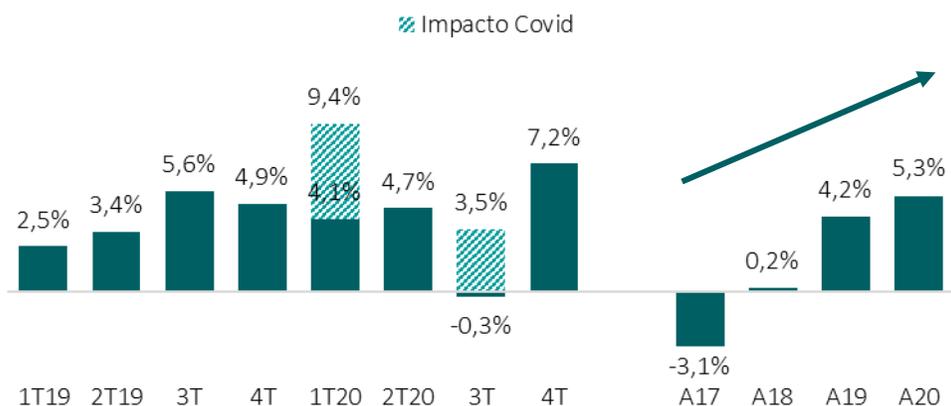
Ventas Netas ⁽¹⁾ y Ventas Mismos Metros ⁽¹⁾ (VMM) 4T/2020 Colombia



Los mejores resultados de ventas netas de los últimos 4 años impulsados por la omnicanalidad y la innovación

	4T20					12M20				
Variaciones	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI ⁽²⁾	B2B & Otros ⁽³⁾	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI ⁽²⁾	B2B & Otros ⁽³⁾
VMM	8,8%	10,0%	10,2%	5,9%	-7,7%	6,0%	5,5%	13,6%	4,3%	-5,7%
Total	7,2%	9,7%	10,2%	0,2%	-15,5%	5,6%	5,4%	13,6%	-1,4%	1,3%
VMM ex EC ⁽¹⁾	8,8%	10,1%	10,3%	5,3%	-7,7%	5,8%	5,3%	13,4%	3,9%	-5,7%
Total ex EC ⁽¹⁾	7,2%	9,7%	10,4%	-0,4%	-15,5%	5,3%	5,1%	13,4%	-1,8%	1,3%
Total MCOP	3.330.661	2.383.004	474.774	305.662	167.221	11.642.685	8.049.843	1.763.133	1.155.156	674.553

Evolución ventas totales ⁽¹⁾



Crecimiento en Ventas Netas por encima de la inflación, impulsadas por:

- ✓ Sólido resultado trimestral por el día sin IVA, Black Days y Navidad
- ✓ Aumento de ventas anuales del Omnicanal (2,7 veces, 12,4%/ventas totales)
- ✓ Sólido crecimiento anual de las ventas de los formatos innovadores Éxito WOW (+13,9%) y Carulla FreshMarket (+18,4%)
- ✓ 17 tiendas incluidas en la base de 2020 entre aperturas, conversiones y remodelaciones
- ✓ Una clara estrategia off y online ha impulsado la evolución de las ventas netas en los últimos 3 años

(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del 0,0% en el 4T20 y del 0,2% en 2020. (2) Ventas de las marcas Surtimax y Super Inter. (3) Ventas de Surtimayorista, Aliados, Institucionales y terceros y la venta de proyectos inmobiliarios por valor de COP \$67.255M en 2020.



Desempeño de Ventas Netas ⁽¹⁾ y VMM ⁽¹⁾ por segmento en 2020



Mejor desempeño en todas las marcas por la innovación y la ejecución comercial

Éxito:

- 11 tiendas Éxito WOW con 12,4 p.p. de crecimiento de ventas por encima de las demás de la marca
- Fuerte desempeño de los eventos comerciales y de la omnicanalidad
- Categoría de no alimentos impulsada por electrónica (+17,8%)

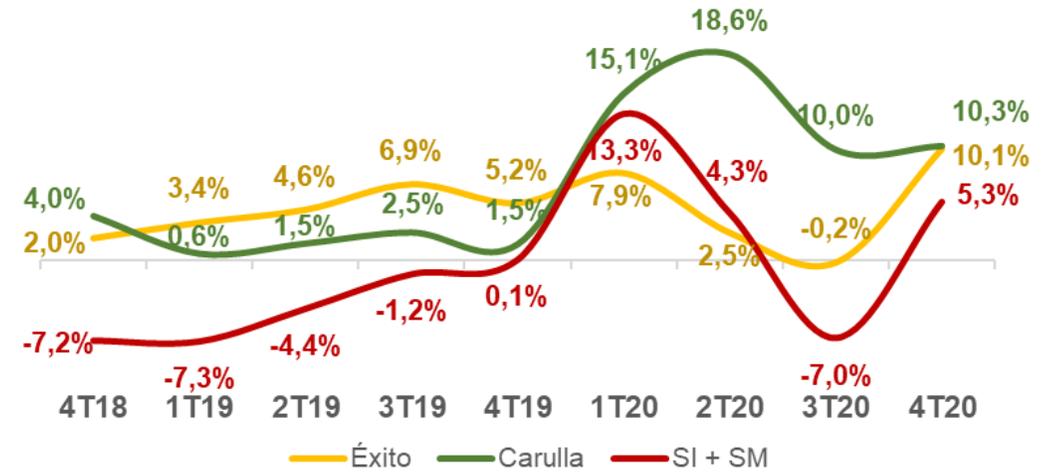
Carulla:

- El segmento con el mejor desempeño durante 2020
- Impulsado por las ventas omnicanal (2,4x, 14,9% de participación anual)
- Las tiendas FreshMarket aumentaron sus ventas 7,1 p.p. por encima de otras tiendas Carulla

Bajo costo⁽²⁾:

- Recuperación de las ventas mismos metros por:
 - ✓ Optimización de la base de las tiendas
 - ✓ Remodelación de 7 tiendas
 - ✓ Implementación de estrategias omnicanal: servicio de última milla

Evolución VMM ⁽¹⁾



B2B y Otros⁽³⁾:

- Ventas fuertemente afectadas por la escasa actividad comercial de los negocios HORECA y las restricciones de movilidad
- Lanzamiento de la app "Misurtii" para digitalizar la venta de alimentos al pequeño comercio (principalmente tiendas de barrio)
- 34 tiendas Surtimayorista y cerca de 1.500 aliados al 2020

Operaciones Internacionales

Un portafolio diversificado en la región



Uruguay

Éxito es el #1 con presencia en el mercado de más alta gama de América Latina

- Líder absoluto del mercado con 43% de cuota de mercado
- Pionero en el concepto Fresh Market en la región, con una experiencia de compra diferenciadora
- Consistente crecimiento compuesto del ~5.5% en ventas ('16-'19)
- Consistentemente altos márgenes de ~9-10% desde 2018
- Alta generación de caja de U\$60 M por año



30 Supermercados



59 Supermercados y tiendas de proximidad

Omnicanal

- devoto.com y geant.com
- Self check-out: 66 tiendas
- Shop & Go: 56 tiendas
- Click & Collect: 41 tiendas
- Tiendas Plataforma: 3
- ~3% participación de ventas omnicanal en 2020



Argentina

Portafolio inmobiliario diversificado y una plataforma retail resiliente

- EBITDA positivo y atractiva cobertura de activos
- Tiendas Libertad presente en 9 provincias en el país
- Modelo dual: Retail-Inmobiliario
- 2o retailer con 14.7% de participación en su zona de influencia



Libertad 15 Hipermercados



Mini Libertad

10 Tiendas de conveniencia y premium

Negocio Inmobiliario



- 3er participante inmobiliario en el país
- 15 centros comerciales en 9 provincias
- 169mil m2 de área arrendable
- ~90% de ocupación en 2020



Resultados Operacionales: Uruguay 4T/2020



El crecimiento de la rentabilidad trimestral (+175 pb) favoreció el nivel anual más alto impulsado por la innovación

en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	686.492	699.028	(1,8%)	2.654.336	2.554.885	3,9%
Otros Ingresos Operacionales	9.679	7.871	23,0%	28.325	25.290	12,0%
Total Ingresos Operacionales	696.171	706.899	(1,5%)	2.682.661	2.580.175	4,0%
Utilidad Bruta	249.060	234.026	6,4%	913.563	869.860	5,0%
<i>Margen Bruto</i>	<i>35,8%</i>	<i>33,1%</i>	<i>267 bps</i>	<i>34,1%</i>	<i>33,7%</i>	<i>34 bps</i>
Total Gastos	(189.389)	(185.128)	2,3%	(688.320)	(682.409)	0,9%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>27,2%</i>	<i>26,2%</i>	<i>102 bps</i>	<i>25,7%</i>	<i>26,4%</i>	<i>(79) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	59.671	48.898	22,0%	225.243	187.451	20,2%
<i>Margen ROI</i>	<i>8,6%</i>	<i>6,9%</i>	<i>165 bps</i>	<i>8,4%</i>	<i>7,3%</i>	<i>113 bps</i>
EBITDA Recurrente	72.944	61.705	18,2%	277.618	238.064	16,6%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10,5%</i>	<i>8,7%</i>	<i>175 bps</i>	<i>10,3%</i>	<i>9,2%</i>	<i>112 bps</i>

Ingresos operacionales

- Las ventas netas anuales (1) y VMM (1) crecieron 9,7% y 9,3% respectivamente
- Sólido crecimiento de las ventas, a pesar de los cierres de fronteras que afectaron las temporadas turística y navideña, derivado de: i) el crecimiento omnicanal (1,6x frente a 2019), y ii) las ventas de alimentos (+9,7%) impulsadas por las tiendas FreshMarket

Margen bruto

- Aumento de los márgenes por i) la ejecución asertiva de las actividades promocionales, y ii) la eficiencia en las rebajas de precio y la logística.

EBITDA recurrente

- Los gastos crecieron por debajo del IPC en moneda local gracias al estricto control de costos y gastos, principalmente laborales y de mercadeo.
- Expansión del margen (2) por eficiencias operativas y el efecto de dilución por las ventas, llevó a la operación de Uruguay a ser la más rentable del Grupo en 2020



Resultados Operacionales: Argentina 4T/2020



El aumento de la rentabilidad trimestral (+393 pb), contribuyó a los resultados anuales a pesar del desafiante ambiente macro

en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	157.045	276.875	(43,3%)	847.060	925.062	(8,4%)
Otros Ingresos Operacionales	3.369	13.363	(74,8%)	27.153	45.752	(40,7%)
Total Ingresos Operacionales	160.414	290.238	(44,7%)	874.213	970.814	(10,0%)
Utilidad Bruta	57.977	102.254	(43,3%)	282.994	329.853	(14,2%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>36,1%</i>	<i>35,2%</i>	<i>91 bps</i>	<i>32,4%</i>	<i>34,0%</i>	<i>(161) bps</i>
Total Gastos	(44.456)	(86.992)	(48,9%)	(285.007)	(310.611)	(8,2%)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>27,7%</i>	<i>30,0%</i>	<i>(226) bps</i>	<i>32,6%</i>	<i>32,0%</i>	<i>61 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	13.521	15.262	(11,4%)	(2.013)	19.242	(110,5%)
<i>Margen ROI</i>	<i>8,4%</i>	<i>5,3%</i>	<i>317 bps</i>	<i>(0,2%)</i>	<i>2,0%</i>	<i>(221) bps</i>
EBITDA Recurrente	17.324	19.938	(13,1%)	16.026	34.172	(53,1%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10,8%</i>	<i>6,9%</i>	<i>393 bps</i>	<i>1,8%</i>	<i>3,5%</i>	<i>(169) bps</i>

Ingresos operacionales

- Crecimiento de las ventas netas y VMM (21.7%⁽¹⁾) en 2020 reflejó: i) las restricciones a la movilidad y la limitación de las horas de apertura de tiendas, ii) menores niveles de consumo⁽²⁾, y iii) la ampliación de restricciones de política de aumento de precios.
- Ingresos del negocio inmobiliario se vieron afectados por los toques de queda, sin embargo, la tasa de ocupación alcanzó el 90%.

Margen bruto

- El margen trimestral se benefició del efecto volumen.
- Los márgenes anuales reflejaron: (i) las restricciones que fijan los niveles máximos de precios, (ii) un entorno más competitivo, (iii) limitaciones de abastecimiento, y (iii) la menor contribución del negocio inmobiliario.

EBITDA recurrente

- Gastos crecieron por debajo del IPC en moneda local beneficiados por el adecuado programa de excelencia operacional.
- Margen de EBITDA recurrente trimestral contribuyó al resultado anual y permitió que la operación mantuviera una posición de caja estable.



Anexos: Resultados Financieros 2020

Resultados financieros consolidados 4T/2020

Cifras consolidadas



en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	4.173.671	4.079.945	2,3%	15.141.244	14.503.846	4,4%
Otros Ingresos Operacionales	171.342	244.583	(29,9%)	594.595	789.237	(24,7%)
Total Ingresos Operacionales	4.345.013	4.324.528	0,5%	15.735.839	15.293.083	2,9%
Costo de Ventas	(3.186.064)	(3.123.986)	2,0%	(11.704.185)	(11.277.231)	3,8%
Costo Depreciación y Amortización	(16.888)	(16.231)	4,0%	(74.725)	(61.746)	21,0%
Utilidad Bruta	1.142.061	1.184.311	(3,6%)	3.956.929	3.954.106	0,1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26,3%</i>	<i>27,4%</i>	<i>(110) bps</i>	<i>25,1%</i>	<i>25,9%</i>	<i>(71) bps</i>
Gastos O&AV	(698.520)	(730.121)	(4,3%)	(2.759.793)	(2.736.070)	0,9%
Gasto Depreciación y Amortización	(115.671)	(113.943)	1,5%	(443.308)	(450.529)	(1,6%)
Total Gastos	(814.191)	(844.064)	(3,5%)	(3.203.101)	(3.186.599)	0,5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18,7%</i>	<i>19,5%</i>	<i>(78) bps</i>	<i>20,4%</i>	<i>20,8%</i>	<i>(48) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	327.870	340.247	(3,6%)	753.828	767.507	(1,8%)
<i>Margen ROI</i>	<i>7,5%</i>	<i>7,9%</i>	<i>(32) bps</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,0%</i>	<i>(23) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(54.087)	(55.036)	(1,7%)	(142.583)	(93.320)	52,8%
Utilidad Operacional (EBIT)	273.783	285.211	(4,0%)	611.245	674.187	(9,3%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>6,3%</i>	<i>6,6%</i>	<i>(29) bps</i>	<i>3,9%</i>	<i>4,4%</i>	<i>(52) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(55.726)	(143.315)	(61,1%)	(245.631)	(492.930)	(50,2%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	6.769	(4.026)	N/A	19.668	(10.123)	N/A
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	224.826	137.870	63,1%	385.282	171.134	125,1%
Impuesto Renta	(55.378)	(15.495)	N/A	(54.179)	(23.296)	132,6%
Resultado Neto Operaciones Continuas	169.448	122.375	38,5%	331.103	147.838	124,0%
Participación de no Controlantes	(24.984)	(30.097)	(17,0%)	(99.030)	(865.074)	(88,6%)
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	(180)	(15.157)	(98,8%)	(1.201)	774.838	(100,2%)
Resultado Neto Grupo Éxito	144.284	77.121	87,1%	230.872	57.602	300,8%
<i>Margen Neto</i>	<i>3,3%</i>	<i>1,8%</i>	<i>154 bps</i>	<i>1,5%</i>	<i>0,4%</i>	<i>109 bps</i>
EBITDA Recurrente	460.429	470.421	(2,1%)	1.271.861	1.279.782	(0,6%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10,6%</i>	<i>10,9%</i>	<i>(28) bps</i>	<i>8,1%</i>	<i>8,4%</i>	<i>(29) bps</i>
EBITDA	406.342	415.385	(2,2%)	1.129.278	1.186.462	(4,8%)
<i>Margen EBITDA</i>	<i>9,4%</i>	<i>9,6%</i>	<i>(25) bps</i>	<i>7,2%</i>	<i>7,8%</i>	<i>(58) bps</i>

Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (-4,4% y -2,9% en las ventas y en EBITDA recurrente en el 4T20 y de -2,6% y -1,7% en 2020, respectivamente). (1) Excluyendo el efecto TC y el efecto calendario. (2) Los negocios complementarios se refieren a las variaciones de ingresos de los negocios inmobiliario, financiero, móvil y de viajes y servicios logísticos. Retail y servicios se refieren a las variaciones del EBITDA del retail, los serv.bancarios en tienda, las comisiones, transferencia de dinero y los cánones, entre otros.

Estado de Resultados e inversiones por país 4T/2020



Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	FY20	FY20	FY20	FY20
Ventas netas	11.642.685	2.654.336	847.061	15.141.244
Otros Ingresos Operacionales	539.587	28.325	27.152	594.595
Total Ingresos Operacionales	12.182.272	2.682.661	874.213	15.735.839
Costo de Ventas	(9.355.135)	(1.763.753)	(590.538)	(11.704.185)
Costo Depreciación y Amortización	(68.699)	(5.345)	(681)	(74.725)
Utilidad Bruta	2.758.438	913.563	282.994	3.956.929
<i>Margen Bruto</i>	<i>22,6%</i>	<i>34,1%</i>	<i>32,4%</i>	<i>25,1%</i>
Gastos O&AV	(1.850.843)	(641.290)	(267.649)	(2.759.793)
Gasto Depreciación y Amortización	(378.920)	(47.030)	(17.358)	(443.308)
Total Gastos	(2.229.763)	(688.320)	(285.007)	(3.203.101)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18,3%</i>	<i>25,7%</i>	<i>32,6%</i>	<i>20,4%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	528.675	225.243	(2.013)	753.828
<i>Margen ROI</i>	<i>4,3%</i>	<i>8,4%</i>	<i>(0,2%)</i>	<i>4,8%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(110.054)	(23.411)	(9.118)	(142.583)
Utilidad Operacional (EBIT)	418.621	201.832	(11.131)	611.245
<i>Margen EBIT</i>	<i>3,4%</i>	<i>7,5%</i>	<i>(1,3%)</i>	<i>3,9%</i>
Resultado Financiero Neto	(217.963)	(6.564)	(19.181)	(245.631)
EBITDA Recurrente	976.294	277.618	16.026	1.271.861
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8,0%</i>	<i>10,3%</i>	<i>1,8%</i>	<i>8,1%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	175.669	50.203	7.389	233.261
<i>en moneda local</i>	175.669	571	181	

Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (-4,4% y -2,9% en las ventas y en EBITDA recurrente en el 4T20 y de -2,6% y -1,7% en 2020, respectivamente). El perímetro colombiano incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

Balance General Consolidado



en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2020	Var %
ACTIVOS	15.861.015	15.649.999	(1,3%)
Activo corriente	5.356.665	5.290.949	(1,2%)
Caja y equivalentes de caja	2.562.674	2.409.391	(6,0%)
Inventarios	1.900.660	1.931.701	1,6%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	379.921	470.006	23,7%
Activos por impuestos	333.850	362.383	8,5%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	37.928	19.942	(47,4%)
Otros	141.632	97.526	(31,1%)
Activos No Corrientes	10.504.350	10.359.050	(1,4%)
Plusvalía	2.929.751	2.853.535	(2,6%)
Otros activos intangibles	304.215	307.797	1,2%
Propiedades, planta y equipo	3.845.092	3.699.738	(3,8%)
Propiedades de Inversión	1.626.220	1.578.746	(2,9%)
Derechos de uso	1.303.648	1.317.545	1,1%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	210.487	267.657	27,2%
Activo por impuesto diferido	177.269	234.712	32,4%
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	107.668	99.320	(7,8%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2020	Var %
PASIVOS	7.416.173	8.245.726	11,2%
Pasivo corriente	5.906.214	6.422.972	8,7%
Cuentas por pagar	4.662.801	4.678.103	0,3%
Pasivos por arrendamiento	222.177	223.803	0,7%
Obligaciones financieras	616.822	1.110.883	80,1%
Otros pasivos financieros	114.871	87.289	(24,0%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	72.910	76.111	4,4%
Otros	216.633	246.783	13,9%
Pasivos no corrientes	1.509.959	1.822.754	20,7%
Cuentas por pagar	114	68	(40,4%)
Pasivos por arrendamiento	1.308.054	1.319.092	0,8%
Obligaciones financieras	43.531	344.779	N/A
Otras provisiones	18.998	14.542	(23,5%)
Pasivo por impuesto diferido	116.503	118.722	1,9%
Pasivos por impuestos	800	4.463	N/A
Otros	21.959	21.088	(4,0%)
PATRIMONIO	8.444.842	7.404.273	(12,3%)

Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Dec 2019	Var %
Ganancia	329.902	922.676	(64,2%)
Total ajustes para conciliar la ganacia (pérdida)	1.046.607	2.321.985	(54,9%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	621.752	(462.317)	N/A
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(265.377)	(6.734.779)	(96,1%)
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(469.470)	3.977.780	N/A
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio	(113.095)	(3.219.316)	(96,5%)
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	(40.188)	(191.690)	(79,0%)
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(153.283)	(3.411.006)	(95,5%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2.562.674	5.973.680	(57,1%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada	-	-	
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	2.409.391	2.562.674	(6,0%)

Deuda por país y vencimiento 2020

Deuda neta por país

31 Dic de 2020 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	729.300	753.749	427.282	17.141	1.198.172
Deuda de largo plazo	325.864	344.873 -	0	-	344.873
Total deuda bruta ⁽¹⁾	1.055.164	1.098.622	427.282	17.141	1.543.045
Efectivo y equivalentes de efectivo	1.969.470	2.083.836	251.736	73.819	2.409.391
Deuda Neta	914.306	985.214 -	175.546	56.678	866.346

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Dic de 2020 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-dic-20
Crédito rotativo - Bilateral	100.000	Variable	Enero 2023	
Corto Plazo - Bilateral	600.000	Variable	Marzo 2021	570.000
Mediano Plazo - Bilateral	135.000	Variable	Junio 2022	135.000
Crédito rotativo - Bilateral	100.000	Variable	Agosto 2022	
Crédito rotativo - Sindicado	500.000	Variable	Agosto 2022	
Largo Plazo - Bilateral	290.000	Variable	Marzo 2026	253.750
Total deuda bruta (2)	1.725.000			958.750

Note: El perímetro colombiano 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 100% en pesos colombianos con una tasa de interés inferior al IBR3M + 4,0%; deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 1,693%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida.

Estado de Resultados a nivel Holding 4T/2020



en millones de pesos colombianos	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Ventas Netas	3.329.904	3.109.562	7,1%	11.649.896	11.044.128	5,5%
Otros Ingresos Operacionales	97.578	146.491	(33,4%)	312.443	440.143	(29,0%)
Total Ingresos Operacionales	3.427.482	3.256.053	5,3%	11.962.339	11.484.271	4,2%
Costo de Ventas	(2.636.146)	(2.463.529)	7,0%	(9.345.057)	(8.930.322)	4,6%
Costo Depreciación y Amortización	(13.287)	(15.037)	(11,6%)	(62.513)	(52.487)	19,1%
Utilidad Bruta	778.049	777.487	0,1%	2.554.769	2.501.462	2,1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22,7%</i>	<i>23,9%</i>	<i>(118) bps</i>	<i>21,4%</i>	<i>21,8%</i>	<i>(42) bps</i>
Gastos O&AV	(470.255)	(469.015)	0,3%	(1.779.943)	(1.727.257)	3,1%
Gasto Depreciación y Amortización	(96.986)	(88.166)	10,0%	(352.303)	(360.064)	(2,2%)
Total Gastos	(567.241)	(557.181)	1,8%	(2.132.246)	(2.087.321)	2,2%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(16,5%)</i>	<i>(17,1%)</i>	<i>56 bps</i>	<i>(17,8%)</i>	<i>(18,2%)</i>	<i>35 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	210.808	220.306	(4,3%)	422.523	414.141	2,0%
<i>Margen ROI</i>	<i>6,2%</i>	<i>6,8%</i>	<i>(62) bps</i>	<i>3,5%</i>	<i>3,6%</i>	<i>(7) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(31.851)	(37.520)	(15,1%)	(96.847)	(70.375)	37,6%
Utilidad Operacional (EBIT)	178.957	182.786	(2,1%)	325.676	343.766	(5,3%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>5,2%</i>	<i>5,6%</i>	<i>(39) bps</i>	<i>2,7%</i>	<i>3,0%</i>	<i>(27) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(63.509)	(146.074)	(56,5%)	(260.317)	(473.382)	(45,0%)
Resultado Neto Grupo Éxito	144.284	77.121	87,1%	230.872	57.602	300,8%
<i>Margen Neto</i>	<i>4,2%</i>	<i>2,4%</i>	<i>184 bps</i>	<i>1,9%</i>	<i>0,5%</i>	<i>143 bps</i>
EBITDA Recurrente	321.081	323.509	(0,8%)	837.339	826.692	1,3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9,4%</i>	<i>9,9%</i>	<i>(57) bps</i>	<i>7,0%</i>	<i>7,2%</i>	<i>(20) bps</i>

Balance General a nivel Holding⁽¹⁾



en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2020	Var %
ACTIVOS	13.519.213	13.468.080	(0,4%)
Activo corriente	4.448.466	4.309.539	(3,1%)
Caja y equivalentes de caja	2.206.153	1.969.470	(10,7%)
Inventarios	1.555.865	1.583.972	1,8%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	199.712	292.941	46,7%
Activos por impuestos	314.736	339.539	7,9%
Otros	172.000	123.617	(28,1%)
Activos No Corrientes	9.070.747	9.158.541	1,0%
Plusvalía	1.453.077	1.453.077	0,0%
Otros activos intangibles	159.225	166.511	4,6%
Propiedades, planta y equipo	2.027.180	1.909.426	(5,8%)
Propiedades de Inversión	91.889	89.246	(2,9%)
Derechos de uso	1.411.410	1.570.161	11,2%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios	3.614.639	3.618.703	0,1%
Otros	313.327	351.417	12,2%

en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2020	Var %
PASIVOS	6.322.685	7.264.217	14,9%
Pasivo corriente	4.847.078	5.310.807	9,6%
Cuentas por pagar	3.901.549	3.931.085	0,8%
Pasivos por arrendamiento	224.492	230.240	2,6%
Obligaciones financieras	204.705	647.934	N/A
Otros pasivos financieros	95.437	81.366	(14,7%)
Pasivos por impuestos	66.270	68.274	3,0%
Otros	354.625	351.908	(0,8%)
Pasivos no corrientes	1.475.607	1.953.410	32,4%
Pasivos por arrendamiento	1.394.323	1.554.725	11,5%
Obligaciones financieras	6.293	325.770	N/A
Otras provisiones	53.056	51.846	(2,3%)
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	21.935	21.069	(3,9%)
PATRIMONIO	7.196.528	6.203.863	(13,8%)

(1) Holding: Almacenes Éxito S.A. excluyendo las subsidiarias.

Almacenes y área de ventas 2020



<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m²)</u>
Colombia		
Éxito	241	619.954
Carulla	95	85.129
Surtimax	74	34.271
Super Inter	69	65.557
Surtimayorista	34	33.621
Total Colombia	513	838.532



Uruguay		
Devoto	59	40.127
Disco	30	35.252
Geant	2	16.411
Total Uruguay	91	91.790



Argentina		
Libertad	15	103.967
Mini Libertad	10	1.796
Total Argentina	25	105.763

TOTAL	629	1.036.085
--------------	------------	------------------



Anexos: Resultados Financieros 1T21

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados ⁽¹⁾ en 1T21



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

Hechos destacados
en 1T21

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

Utilidad Neta
+3,9 veces

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

Hechos financieros

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

Hechos operacionales

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

Inversión y Expansión

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

Gobierno Corporativo y Sostenibilidad

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

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



Estrategia Omnicanal^(1,2) en 1T21

Mejores resultados y mayor participación sobre las ventas



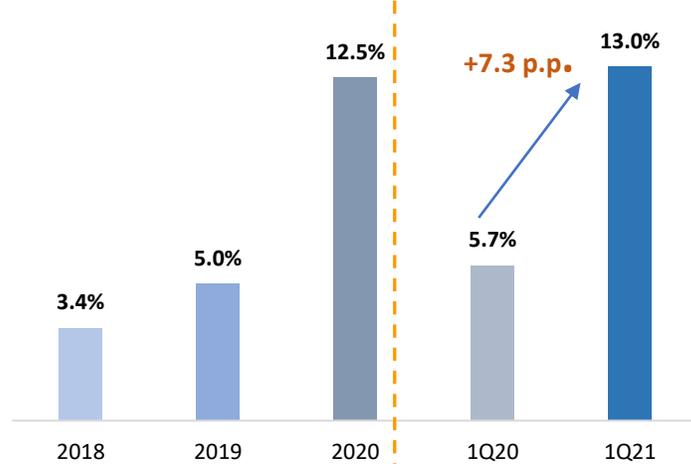
Hechos destacados
en 1T21

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

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

Pedidos
2.0 M (+60%)

Participación del Omnicanal sobre las
ventas



2.2x crecimiento en ventas de
alimentos en 1T21

2.2x crecimiento en ventas
de no alimentos en 1T21

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

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

E-commerce

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

Apps

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

Última milla & Domicilios

- ✓ 2.0 M deliveries
- ✓ 60% orders growth

Click & Collect

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

Marketplace

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



Omni-client

(1) Incluye .com, marketplace, entrega a domicilio, Shop&Go, compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) Datos ajustados frente a la cifra reportada en el 1T20 debido a la inclusión de B2B virtual en la base. Números expresados en escala larga, mil millones de COP representan 1.000.000.000. GMV: Valor Bruto de la Mercancía.



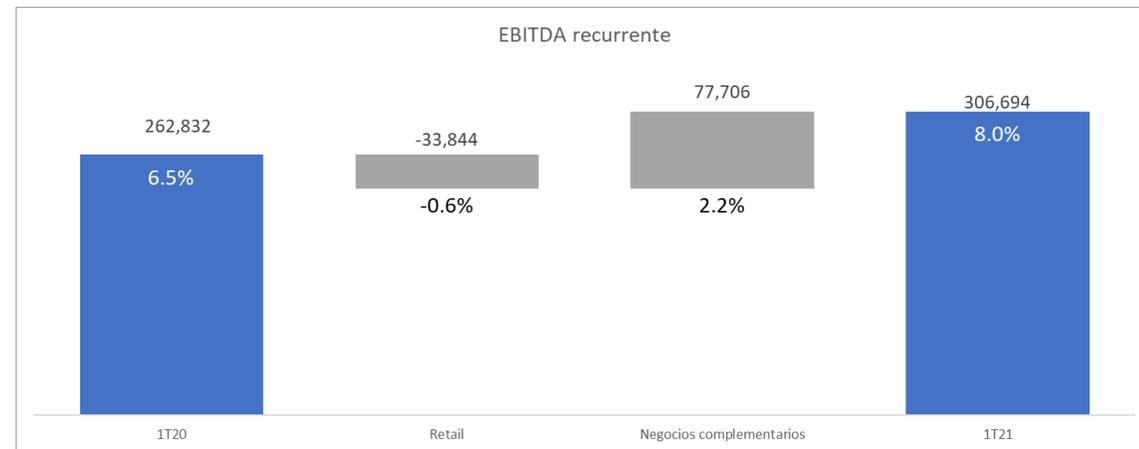
Resultados Operacionales Consolidados 1T21

Sólidos negocios complementarios y retail resiliente impulsaron el EBITDA recurrente



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

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



Ingresos Operacionales

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

Margen bruto

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

EBITDA recurrente

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

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

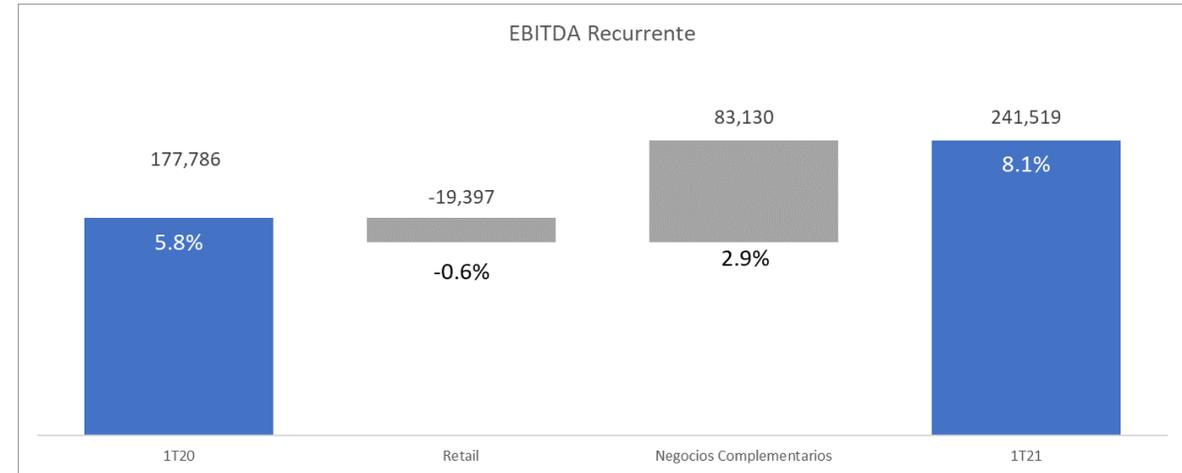


Resultados Operacionales 1T21: Colombia

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



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



Ingresos Operacionales

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

Margen bruto

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

EBITDA recurrente

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

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



Resultados Operacionales 1T21: Uruguay



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

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

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

Ingresos Operacionales

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

Margen bruto

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

EBITDA recurrente

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



Resultados Operacionales 1T20: Argentina



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

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

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

Ingresos Operacionales

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

Margen bruto

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

EBITDA recurrente

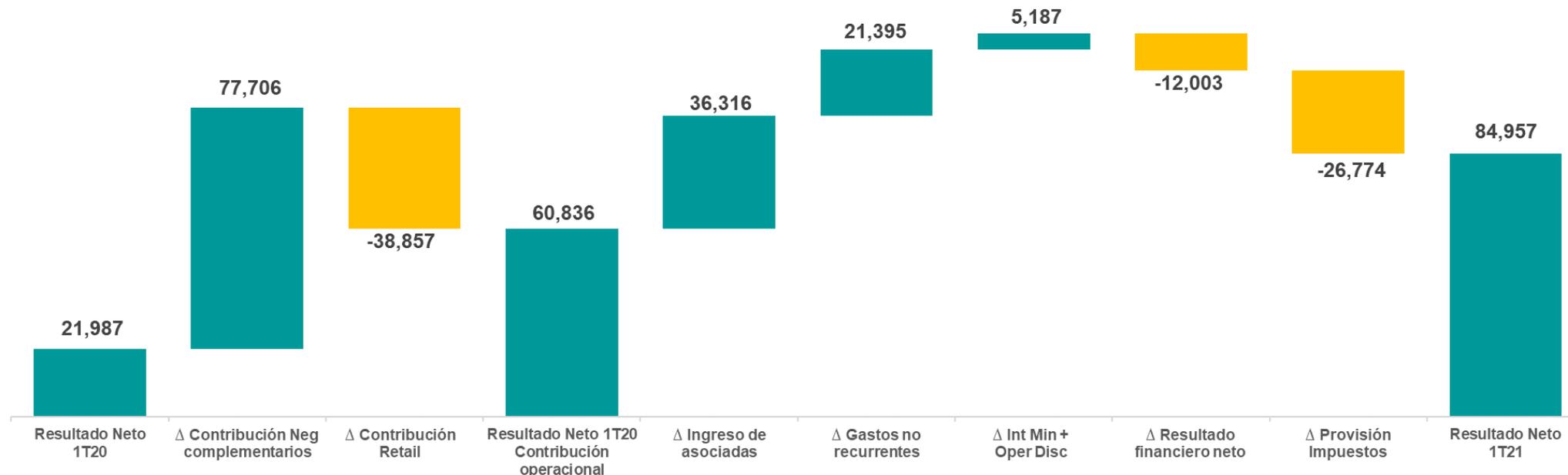
- Los gastos crecieron por debajo del IPC en moneda local beneficiados por ahorros en gastos laborales, servicios públicos y de mercadeo.
- Libertad logró mantener una posición de caja estable a pesar de tener un margen operacional afectado por menores volúmenes.

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



Resultado Neto del Grupo 1T21

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



Hechos destacados

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

Resultados financieros consolidados 1T21

Cifras consolidadas



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

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

Estado de Resultados e inversiones por país 1T21



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

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

Balance General Consolidado



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

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

Estado de Resultados a nivel Holding 1T21 (1)



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

Balance General a nivel Holding⁽¹⁾



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

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

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias Colombianas.

LatAm

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

Colombia

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

Uruguay

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

Argentina

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



María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas

+574 6049696 Ext 306560

maria.morenorodriguez@grupo-exito.com

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

Envigado, Colombia

www.grupoexito.com.co

exitoinvestor.relations@grupo-exito.com