



Presentación Corporativa

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.

- Visión de Grupo Éxito y Estrategia 2022-24 6
- Estructura de propiedad, Administradores, Junta Directiva y estructura accionaria 15
- Hechos destacados Colombia 20
- Hechos destacados Operacionales Internacionales 33
- Anexos y Resultados financieros 2T22 41
- Anexos y Resultados financieros 2021 50

Grupo Éxito: Una historia de Innovación



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 soportadas 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 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 2021, los Ingresos operacionales consolidados alcanzaron \$16.9 billones impulsados por la fuerte ejecución del retail, la exitosa estrategia omnicanal en la región y la innovación en los modelos de 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 las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista en Colombia.



Visión y estrategia 2022-24



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



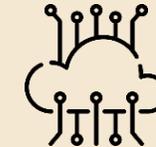
Ecosistema integral, incluyendo negocios complementarios relevantes y estrategias de monetización

Tiendas físicas
Omnicanal
Centros comerciales- Viva
Servicios Financieros - Tuya
Lealtad - Puntos Colombia



Pioneros en innovación con nuevos modelos y marcas propias

Hipermercados -Éxito WOW
SM- Carulla FreshMarket
C&C- Surtimayorista
Marcas Propias:
Alimentos -Taeq / Frescampo
No alimentos -Arkitekt / Finlandek



Plataforma potente con capacidad omnicanal y digital

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

Historia de integraciones exitosas



- Expansión local
- Expansión internacional
- Expansión de formatos
- Adquisición de nuevas marcas

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



Posición de liderazgo con una adecuada cobertura de clientes y mercados



#1 Retailer de alimentos
620 tiendas en la región



\$16.9 billones
Ingresos Op consolidados



\$1.5 billones – **9.1%** margen
EBITDA recurrente



#1 e-commerce de alimentos
en Colombia

Tiendas: 503
Hiper, super, bajo costo, Cash & Carry y centros comerciales

Ingresos Op: **\$13.0 bn**
Margen EBITDA: **9.4%**



Tiendas: 25
Hiper, conveniencia y centros comerciales

Ingresos Op: **\$1,21 bn**
Margen EBITDA: **.3.4%**

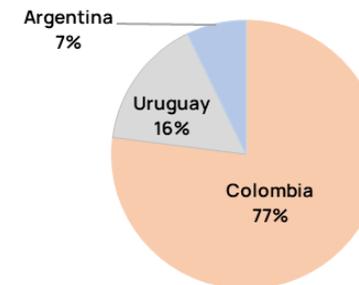


Tiendas: 92
Hiper, super y proximidad

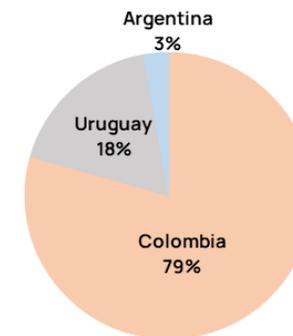
Ingresos Op: **COP\$2.7 bn**
Margen EBITDA: **10.2%**



Participación en los Ingresos operacionales

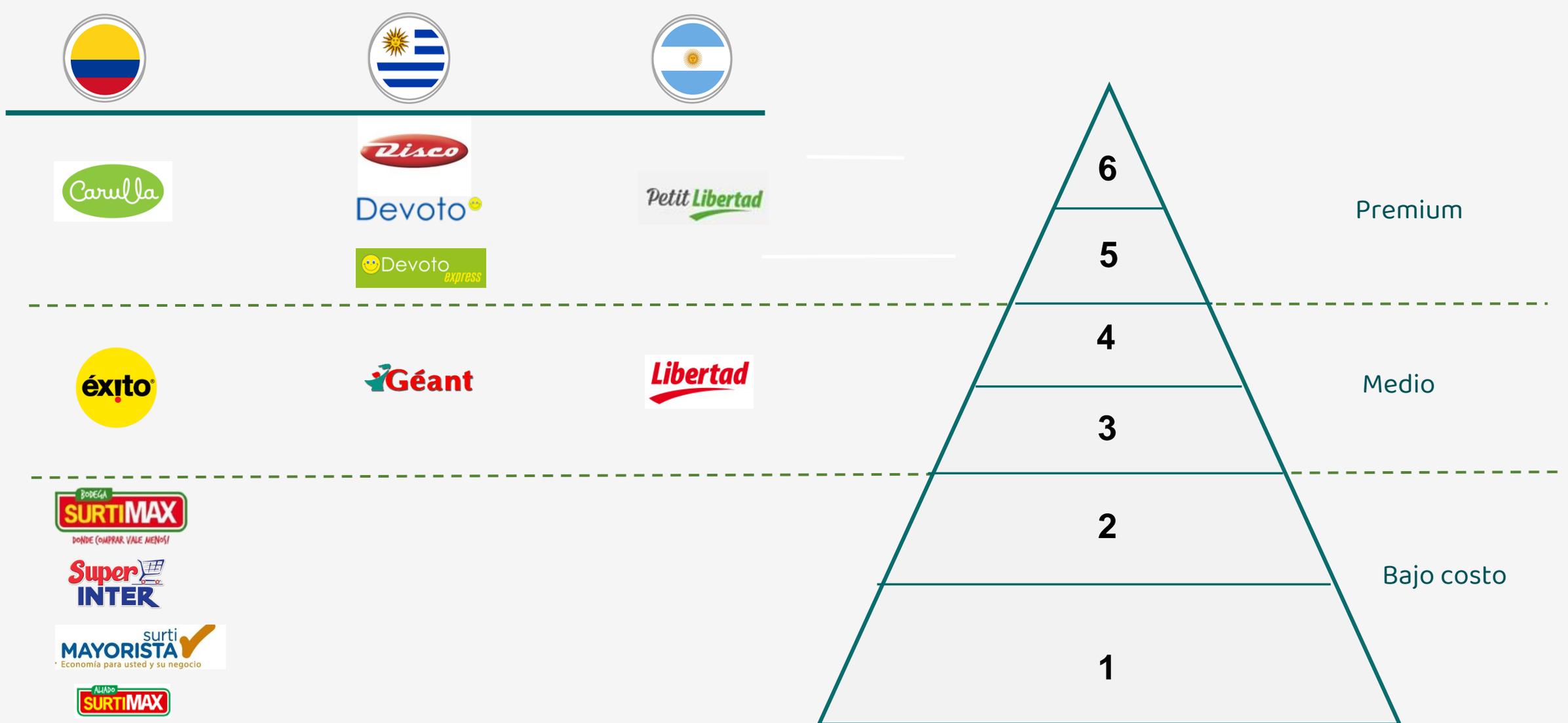


Participación en el EBITDA recurrente



Completa cobertura de clientes y mercados

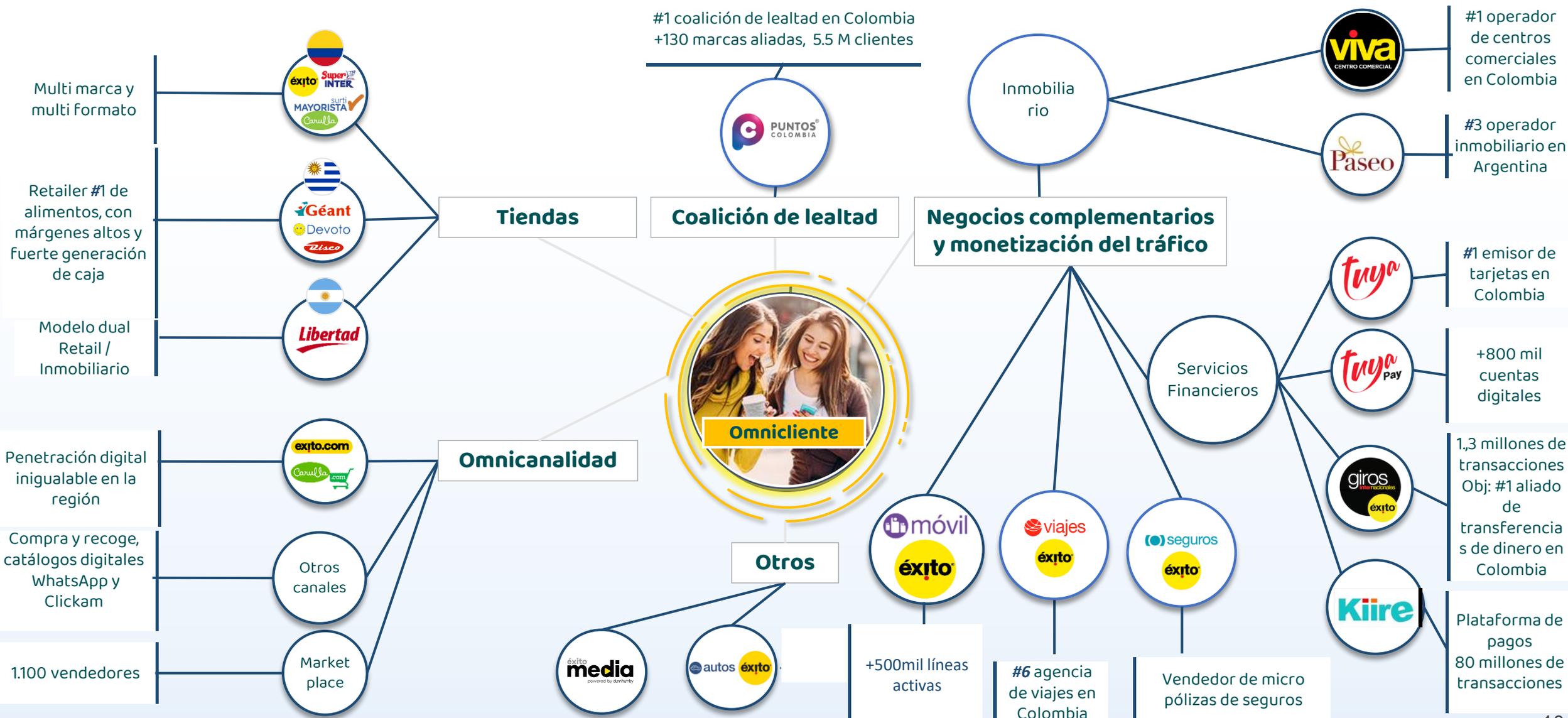
Marcas y formatos adaptados a todos los segmentos de la población



Ecosistema Grupo Éxito



Liderando el retail a través de la innovación e integración de los negocios en un ecosistema global con grandes sinergias



Pilares estratégicos Grupo Éxito

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



Omni-cliente



Nuestros empleados

1. Innovación	2. Omnicanalidad	3. Transformación digital	4. Monetización de activos y tráfico	5. ASG
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos & Formatos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Premium & Mid: Fresh Market / WOW ✓ Bajo costo: Surtimayorista / Super Inter Vecino/ 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 / Turbo 10 minutos ▪ Compra y recoge ▪ WhatsApp / Clickcam 	<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 ✓ Autos Éxito ✓ Start-ups ▪ 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 ✓ Financiero: TUYA / TUYA Pay / Kiire / Hipermás / Giros ✓ Viajes ✓ Seguros ✓ Operador móvil virtual ▪ Excelencia operacional <ul style="list-style-type: none"> ✓ Logística y cadena de abastecimiento ✓ Esquemas de productividad ✓ Compras conjuntas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cero Desnutrición <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nutrición infantil ▪ Mi Planeta <ul style="list-style-type: none"> ✓ Protección ambiental ▪ Comercio sostenible <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prácticas de comercio sostenible ▪ Integridad y Gobierno <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de confianza y transparencia ▪ Bienestar laboral <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de RRHH ▪ Vida saludable <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hábitos y vida saludable





Estrategia de Sostenibilidad



Seis pilares con propósitos claros, enfoque estratégico y contribución, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Trabajar por la erradicación de la desnutrición infantil crónica en Colombia al 2030

- Comunicar y sensibilizar
- Generar recursos y alianzas
- Influir en las políticas públicas
- Trabajar estrechamente con la Fundación Éxito
- **ODS #2** Hambre cero



Protección ambiental

- Acciones para gestionar el cambio climático
- Habilitar la economía circular para los envases y el plástico
- Iniciativas para la movilidad sostenible y el sector inmobiliario
- Protección de la biodiversidad
- **ODS #13** Acción por el clima



Promover prácticas de Comercio sostenible

- Promover cadenas de suministro sostenibles
- Desarrollar aliados y proveedores
- Mantener las compras locales y directas
- **ODS #8 / #12** Trabajo decente y crecimiento económico / Consumo y producción responsables



Construir confianza con grupos de interés

- Promover las mejores prácticas de gobierno
- Respetar los derechos humanos
- Establecer normas de ética y transparencia
- Facilitar entornos diversos e inclusivos
- Promover la comunicación
- **ODS #16** Paz, justicia e instituciones sólidas



Promoción de la diversidad e inclusión

- Promover el diálogo social
- Desarrollar a nuestra gente en el ser y el hacer
- Respaldar la igualdad de género
- **ODS #5 y #8** Igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico



Fomentar estilos de vida más saludables y equilibrados

- Educar en hábitos y vida saludables
- Comercio de bienes y servicios que fomenten estilos de vida saludables
- **ODS #3** Buena salud y bienestar

- **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.
- **Omnicanal** representará una **participación de un dígito alto de 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).
- **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**.

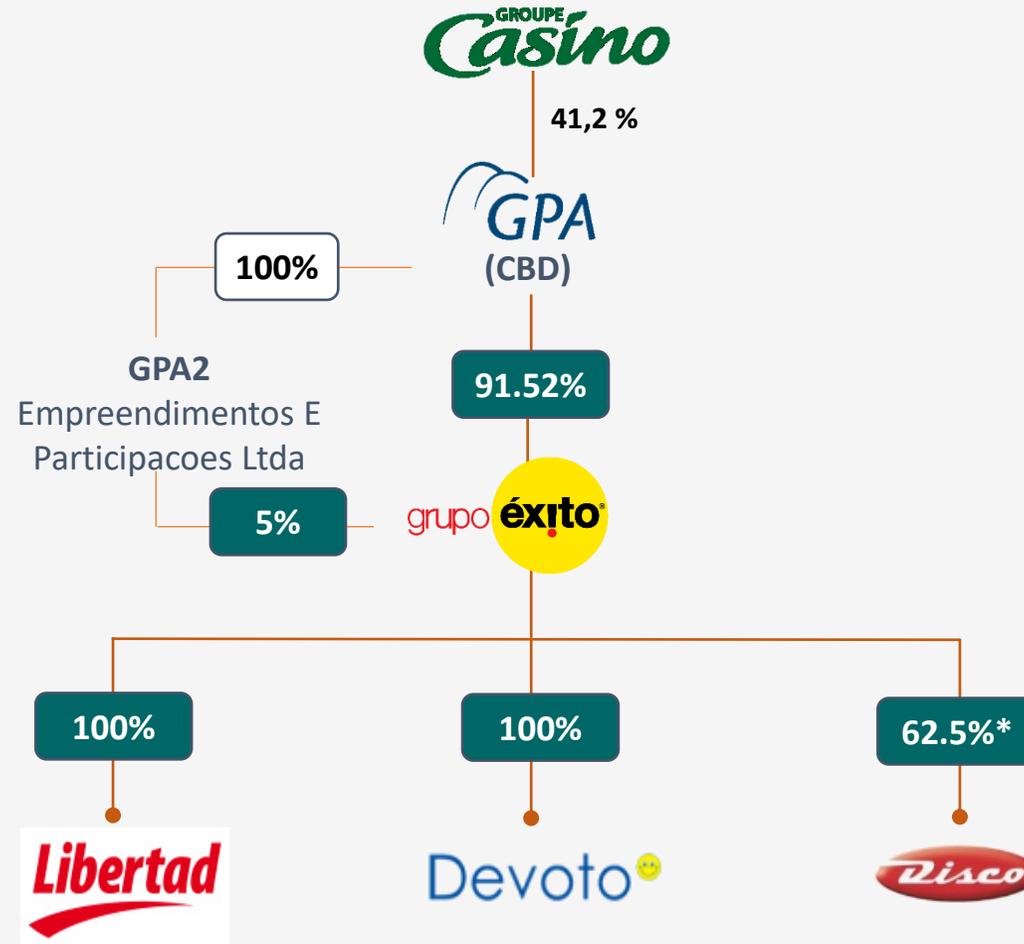
(1) Expansión incluye aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.



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 Neg Inmobiliario



José Gabriel Loaiza
VP Omnicanal



Jean Christophe Tijeras
Presidente



Ramón Quagliata
Presidente

Junta Directiva

Ratificada en la Asamblea General de accionistas de Marzo 24 de 2022



Miembros Independientes

Luis Fernando Alarcón
(Presidente de la JD)



Felipe Ayerbe M



Ana María Ibáñez



Miembro desde

Junio 11, 2015

Octubre 11, 2010

Marzo 20, 2014

Miembros no independientes

Philippe
Alarcon



Bernard
Petit



Christophe José
Hidalgo



Rafael
Russowsky



Ronaldo Iabrudi
dos Santos



Susy Midori
Yoshimura



Miembro desde

Marzo 16, 2012

Marzo 20, 2014

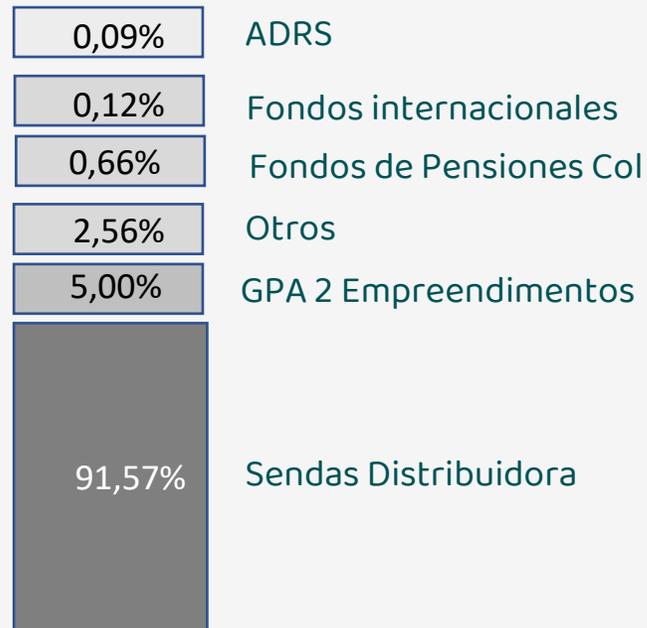
Enero 23, 2020

Enero 23, 2020

Enero 23, 2020

Marzo 24, 2022

Estructura accionaria a dic 31 de 2021

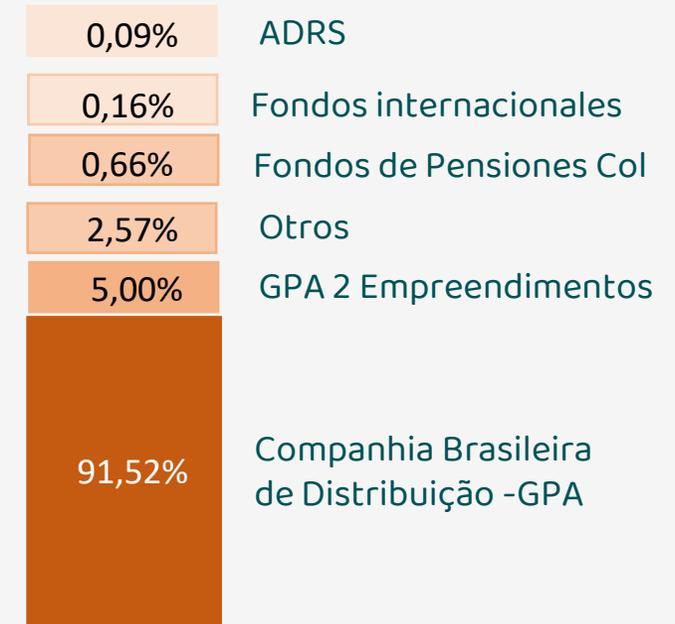


Total accionistas a diciembre 31 de 2021: 5222

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

Total acciones en circulación 447.604.316

Estructura accionaria a Jun 30 de 2022



Total accionistas a junio 30 de 2022: 5,622

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

Total acciones en circulación	432.621.453
Total acciones readquiridas ⁽¹⁾	15.618.698
Total acciones	448.240.151

(1) El número total de acciones propias readquiridas es el resultado de sumar 635.835 acciones que se encontraban en la reserva como resultado de readquisiciones de acciones anteriores más 14.982.863 acciones readquiridas con base en la autorización otorgada por la Asamblea General de Accionistas en su reunión extraordinaria del 24 de mayo de 2022.



Hechos destacados Colombia

Palancas de crecimiento en Colombia: Innovación en tiendas retail



Marcas



Formatos

Hiper, Super & Conveniencia

Supermercados & Conveniencia

Cash & Carry

&

Bajo costo

Propuesta de valor

Value for Money
High quality customer service

Lo mejor en productos frescos y premium
La mejor experiencia

B2B y B2C
Bajos precios

Donde comprar cuesta menos
Alto % de Marca Propia

Foco

Nueva generación de hipermercados: Éxito WOW

Innovación bajo el modelo FreshMarket

Posicionamiento del programa "Club del Comerciante"

Roll out of "Vecino" concept at Super Inter

% participación en las ventas Col
de tiendas

70%

15%

15%

233

101

36

72

61





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 ✓





2T22 Ventas Netas ⁽¹⁾ y ventas mismos metros ⁽¹⁾ (VMM)

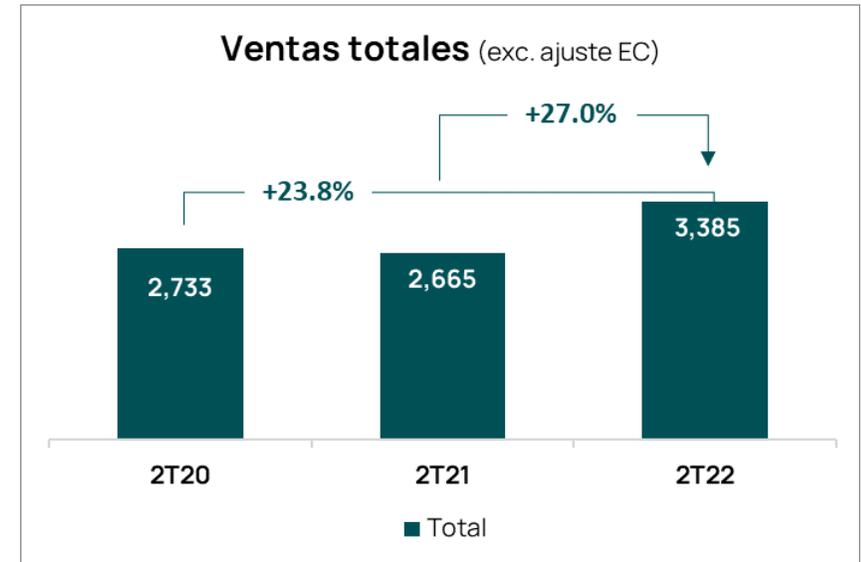


Sólido crecimiento de VMM ⁽¹⁾ de 29,9% , por encima del IPC de 9,67 %, gracias al sólido desempeño comercial, mayor volumen (+7 %) y el crecimiento omnicanal (+26,7 %)

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

El desempeño se explica por:

- **Mayor dinámica comercial** que compensó una menor base afectada por restricciones de movilidad y paros
- **VMM ⁽¹⁾ aumentaron 9,9 p.p.** comparado con 1T22
- **Participación de los formatos innovadores** sobre las ventas alcanzó el 35,6% (+213 pb)
- **Sólido crecimiento de las ventas del 2do día sin IVA** del año celebrado el 17 de junio (+33% vs el primero del 11 de marzo de 2022; 8 p.p. en 2T22 y 6,6 p.p. en 1S22)
- Sólida contribución del **omnicanal (+26,7%)** y ganancias de **volumen (+7%)**
- **65 tiendas** incluidas en la base 12M por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en el 2T22 y de -0,2% en 1S22. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, los aliados, los vendedores institucionales y los terceros, y la venta de inmuebles por \$26.3 mil M en el 1T22. y \$56.3 mil M en 2T21.



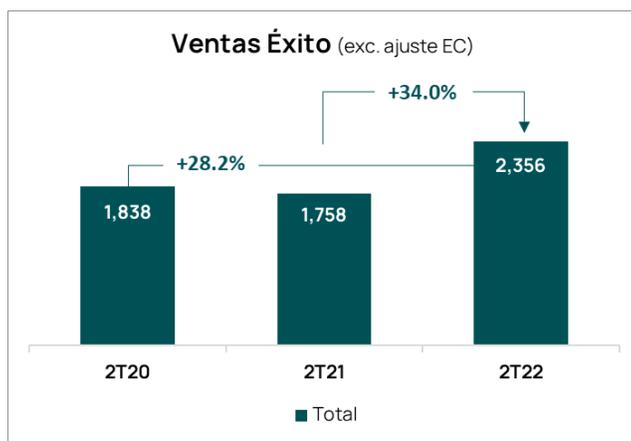
Desempeño por segmento en 2T22



Destacado desempeño en ventas totales y VMM ⁽¹⁾ reflejó el mayor dinamismo comercial y la contribución de la innovación

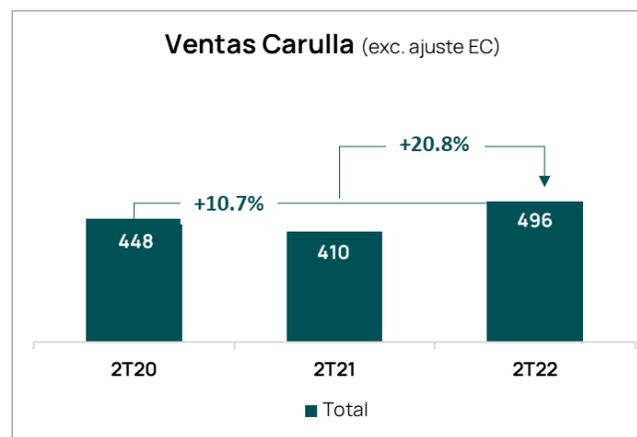
Éxito:

- **Ventas +34%**, **VMM +34,8%** crecieron 14,4 p.p. contra 1T22
- Sólido desempeño comercial por día de los Padres y el 2do día sin IVA
- Crecimiento significativo **del 46,6%** de la categoría de no alimentos
- **20 tiendas Éxito WOW** al 2T22, 30,1% de participación en las ventas de Éxito



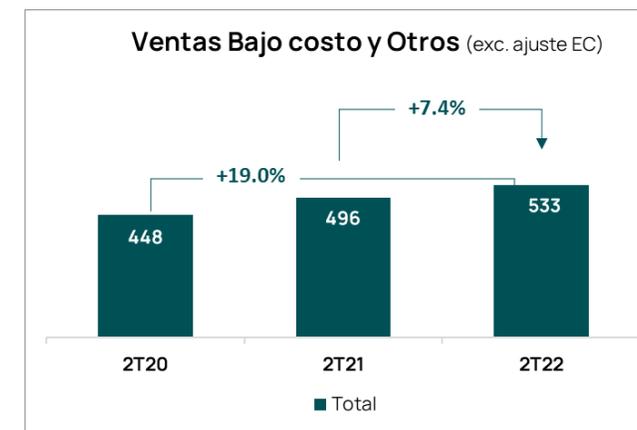
Carulla:

- **Ventas +20,8%**, **VMM +21,4%**, +5,8 p.p. vs 1T22
- Participación del omnicanal del 17,7%
- Eventos comerciales: “Semana Verde”, “Vida Sana” y “Fiesta Black Friday”
- Crecimiento del 20,8% en **alimentos**
- **22 tiendas Fresh Market** al 2T22, 46,6% de participación en las ventas de Carulla



Bajo costo y Otros⁽²⁾:

- **Ventas +7,4%** (aun con venta de activos por \$56,3K M en 2T21), **VMM +17,6%**
- **Surtimayorista:** ventas +36,2%, **VMM +30,2%**, 5,3%/ventas de Colombia, 41 tiendas, margen EBITDA dígito medio
- **Surtimax:** ventas +11%, **VMM +12,8%**, 24 tiendas remodeladas
- **Súper Inter:** ventas +10%, **VMM +10,5%**, 29 **Vecino**



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



Innovación en modelos & formatos al 1S22

Participación de ventas de la innovación en modelos y formatos del 35,4%



Tiendas totales de la marca	 213	 101	 60	 41
Tiendas del nuevo modelo/formato	 20 (+1 T/T)	 22	 29 (+4 T/T)	 41 (+4 T/T)
Expansión a 5 años & potenciales conversiones	+31 Full / +99 Econo (inc. 6 de La 14)	+16 full / +42 Midi	+36	+71
Participación en las ventas de la marca	30,1%	46,5%	57,5%	5,3% (+61 pb part /ventas de Colombia T/T)
Aumento en ventas vs Tiendas regulares	+30,8 p.p. después de 24 meses	+13,9 p.p. después de 24 meses	N.A.	2,2x después de 24 meses
ROI ⁽¹⁾	52%	18,4%	N.A.	21,7%
Actividades innovadoras	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia gastronómica superior Amplio surtido de frescos Experiencias a la medida 5 tiendas La 14 a ser convertidas a modelo Wow (1 abierta en jul/22) 	<ul style="list-style-type: none"> Lo mejor en frescos y premium Líder en hiperconveniencia con "Turbo" Mercados Food & green 	<ul style="list-style-type: none"> Mejor servicio, diseño y portafolio de productos Mercado de agricultores y sección de mascotas Experiencia regional alegre y colorida 	<ul style="list-style-type: none"> Cash& Carry al estilo Colombiano Programa de lealtad "Club del Comerciante" Servicios bancarios con TUYA
Estrategia Omnicanal				

(1) Retorno sobre la inversión (ROI) calculado como el EBITDAR adicional/inversión de las tiendas en 13 meses de funcionamiento tras su remodelación en 2018 y 2019 (14 Wow, 8 Fresh Market y 12 tiendas Surtimayorista).



1S22 Seguimiento al Omnicanal⁽¹⁾

Fuerte crecimiento en ventas (+17%) y en órdenes (+36,2%)



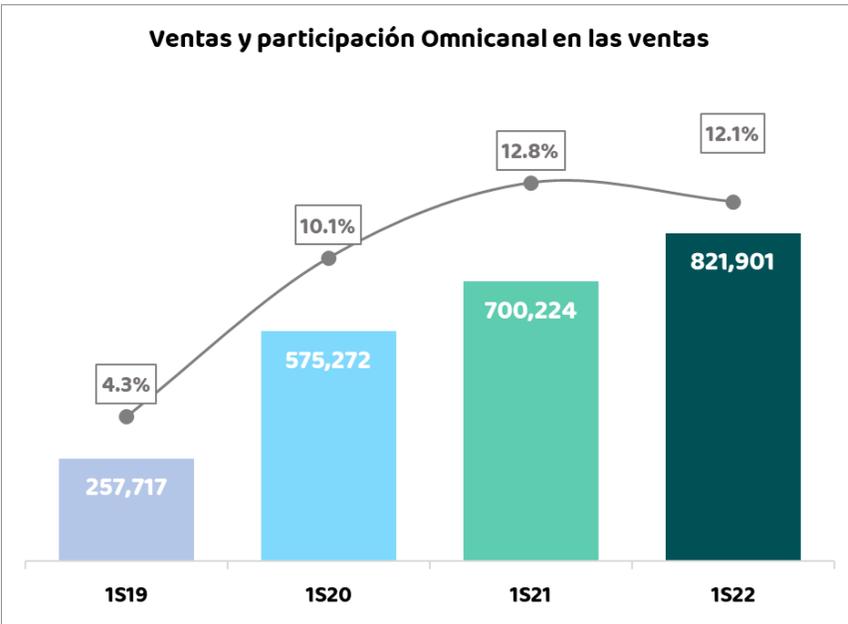
Hechos destacados 1S22

Ventas totales
\$822 mil M (+17%)

Participación en las ventas⁽²⁾
12,1%

Pedidos
5,7 M (+36,2%)

Ventas y participación Omnicanal en las ventas



E-commerce

- \$241 mil M en ventas
- 78 M visitas (+11%)
- 440 mil pedidos

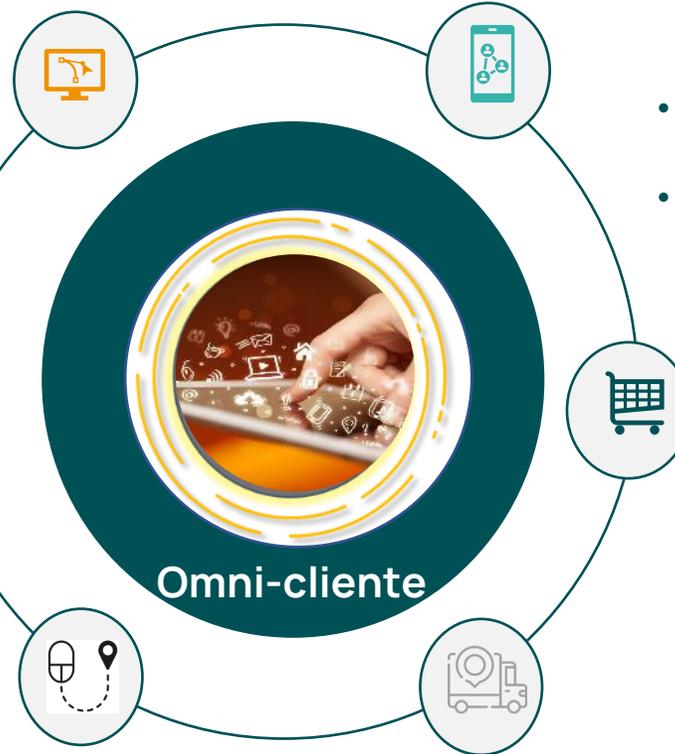
Clickam



- Ventas +12%

Click & Collect

- Ventas \$199 mil M
- Pedidos +580 mil
- 26% participación sobre GMV⁽²⁾ omnicanal
- WhatsApp +413 mil transacciones, \$147 mil M



Apps

- 788mil descargas activas (+17%)
- +43% pedidos en Éxito app

Marketplace

- 23% de participación GMV⁽²⁾ omnicanal de no alimentos
- 1.3 mil vendedores
- +22% unidades vendidas

Última milla y domicilios



- “Turbo”, 34,6% participación en las ventas a través de Rappi (+4,6 p.p. vs 1T22)

Alimentos

- Ventas +16%
- 10% participación en las ventas

No alimentos

- Ventas +19%
- 16,2% participación en las ventas

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



1S22 Monetización de activos y de tráfico

Mayor dinamismo comercial fortaleció el negocio financiero y el programa de lealtad



Retail financiero



- 352.000 tarjetas emitidas (+108%)
- 2,6 M tarjetas en inventario
- Cartera total de \$4,4 B (+48%)
- Menor nivel de créditos NPL 30 (un dígito medio)
- Programas de crédito express

TUYA Pay



Más de **875,000 usuarios**
(+87%)

Alianzas de servicios bancarios



Alkosto, Viva Air, Transmilenio y recientemente lanzado Claropay

Puntos Colombia

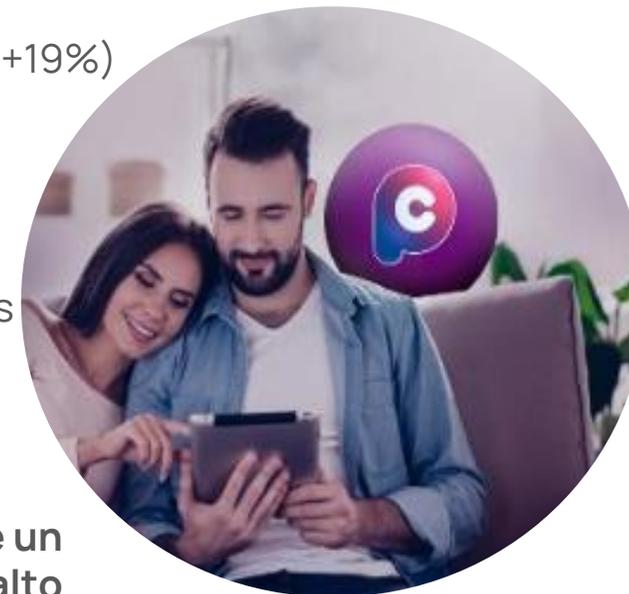


✓ 135 marcas aliadas

✓ 5,9 M clientes activos ⁽¹⁾ (+19%)

✓ +16,3 M puntos redimidos (29% en aliados)

✓ Margen EBITDA de un dígito alto



(1) Con habeas data: Derecho constitucional a proteger, por demanda presentada ante los tribunales, la imagen, la intimidad, el honor, la información, la autodeterminación y la libertad de información de una persona.



Monetización de activos y de tráfico

Negocio inmobiliario: un valor oculto en la valoración de las acciones de la Compañía



Real Estate Business



El negocio complementario de mayor relevancia y contribución a los márgenes

765 mil m² de
área arrendable

Tasa de ocupación
del 93,1%
(vs. 91,9% en 2021)

Ingresos por rentas &
cargos administrativos
+37% en 2T y +35% en 1S

Servicios digitales disponibles
para locatarios y clientes



Viva Malls⁽¹⁾



18 activos y 568mil m² de área arrendable a través del vehículo de inversión

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

Ingresos de VM representaron el 39,6% de otros ingresos y el 12,1% del EBITDA recurrente a nivel consolidado en 1H22

(1) Viva Malls tiene un menor margen EBITDA recurrente cuando se compara con el cálculo de otros participantes inmobiliarios puros, ya que nuestros ingresos netos incluyen el ajuste de costos y gastos según la NIIF 15 y el pago de impuesto al patrimonio registrado en Enero (78,8% de margen ajustado)

Seguimiento a la Estrategia de Sostenibilidad al 1S22

Iniciativas ASG para generar valor: crecimiento económico, desarrollo social y protección del medio ambiente



Cero desnutrición

- **36.184 niños beneficiados** de los programas de nutrición y complementarios
- **84.026 paquetes alimenticios entregados** a los niños y sus familias
- Presencia en **144 municipios** y **32 departamentos**



Mi planeta

- **312.000 árboles** donados por los clientes, proveedores y empleados
- **10.114 toneladas de material** y **408 de material reciclable** posconsumo, recolectados
- **16% reducción** de la huella de carbono (Alcances 1 y 2) a mayo.



Comercio sostenible

- **90,6%** de frutas y verduras **comprados localmente**
- **53** proveedores locales de La 14 codificados (+ 2,200 empleados)
- **176 fincas monitoreadas para cero deforestación**
- **96 productos** y **34 proveedores** codificados con la marca *Paissana*



Somos íntegros

- Implementación de **Debida Diligencia en Derechos Humanos**
- Reconocidos como la **4^{ta} Compañía más grande** por ingresos en Colombia **en 2021** por la revista Semana ⁽¹⁾
- **8 murales en grafiti** pintados por artistas locales en tiendas



Nuestra gente

- **Contratación directa de más de 5.200 empleados** esperados para la operación de las 6 tiendas adquiridas de La 14
- Lanzamiento de la Plataforma **'Equirutas'** desarrollada por compañías Colombianas



Vida sana

- Un portafolio de **7.773 productos saludables**

(1) Revista carácter económico y político de amplio reconocimiento en Colombia

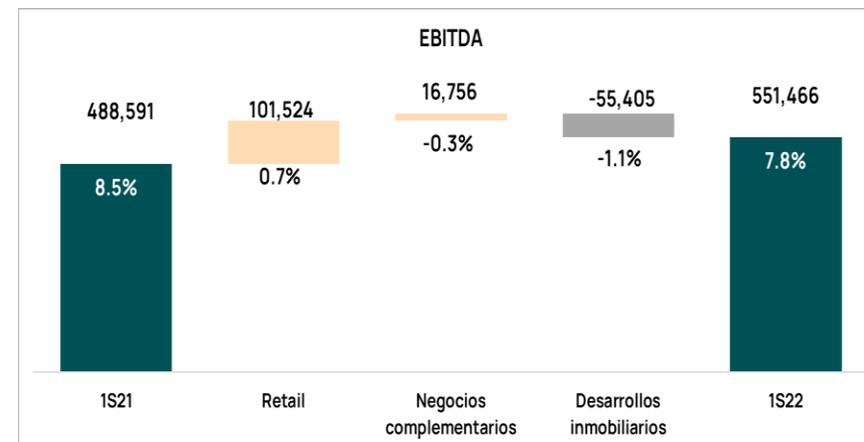


Resultados operacionales: Colombia 2T22

Sólido crecimiento de los ingresos operacionales (26,3%) favoreció la dilución de gastos y el crecimiento del EBITDA recurrente (+29,2% al ajustar los ingresos por desarrollo inmobiliario y la venta de activos)



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

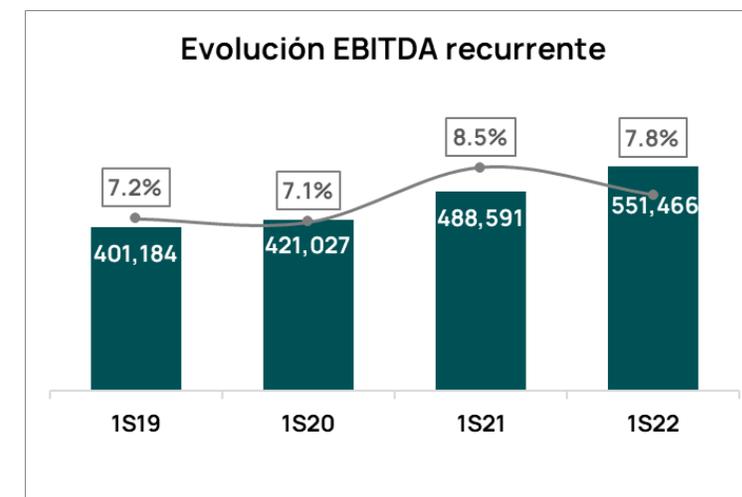


Ingresos Operacionales

- Sólido crecimiento de las ventas producto de:
- ✓ Participación de los formatos innovadores (35,6%, +213 pb vs 1T22) y crecimiento omnicanal (+26,7%)
 - ✓ Ganancias de volumen (+7%)
 - ✓ Mayor dinamismo comercial
 - ✓ Crecimiento de negocios complementarios

Margen bruto / EBITDA recurrente

- Márgenes reflejaron la activación comercial, presiones inflacionarias y una base más alta por venta de activos (35 pb)
- Aumento de ventas y control de gastos favorecieron la dilución del gasto
- CARG del EBITDA recurrente 3 años del 11,2% al 1S22.



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 31 complementarios se refieren a las variaciones del negocio inmobiliario, el financiero (regalías TUYA), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos.



Hechos destacados Operaciones internacionales



Operaciones Internacionales: Uruguay

Inversión estratégica por un portafolio diversificado en la región



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

- ✓ **17%** de las **ventas** de Grupo Éxito
- ✓ **La operación más rentable** del grupo con margen EBITDA superior al 10%
- ✓ **Líder absoluto** del mercado de alimentos
- ✓ **Pionero en el concepto Fresh Market** en la región, con una experiencia de compra diferenciadora
- ✓ **91 tiendas** con un área de ventas de 92 mil m2, 23 tiendas de ellas son Fresh Market y representan el 51.3% de la ventas de Uruguay a junio 30 de 2022.

✓ Alta **Rotación de caja** 



30 Supermercados



59 Supermercados y tiendas de proximidad





2 Hipermercados

Omnicanal



- devoto.com and geant.com creciendo a doble dígito alto
- Domicilios bajo su propio Servicio de última milla “Devoto Ya”
- 3.6 % de participación de ventas omnicanal en 2021 (+25 bp)
- Crecimiento omnicanal de un dígito alto en 2021
- Click & Collect: 44 tiendas, pedidos +33% vs 2020
- Apps: +118,000 descargas activas
- Start-ups para el mentoring y trabajo en sostenibilidad, última milla, logística e innovación

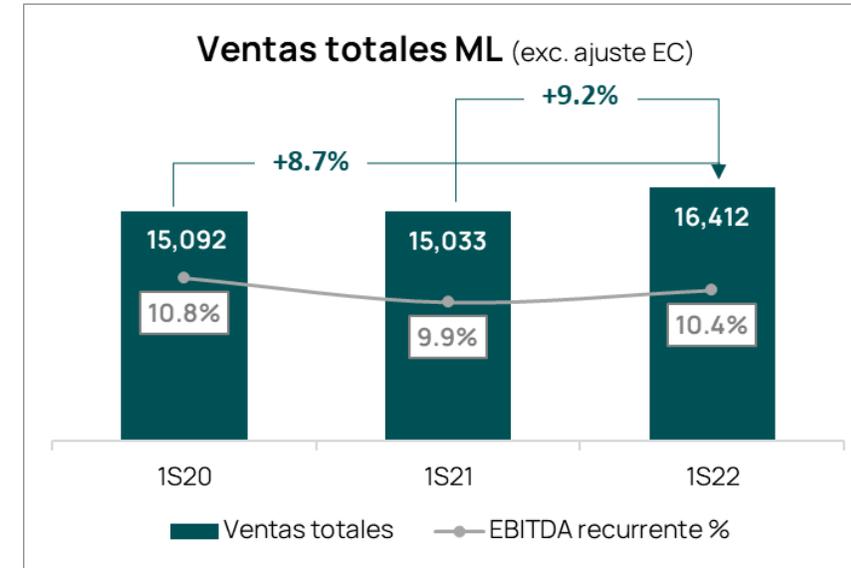


Resultados operacionales: Uruguay 2T22



Efecto positivo de TC y eficiencias en costos, impulsaron el incremento del margen EBITDA recurrente

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



Ingresos Operacionales

- Ventas crecieron 7,2% ⁽¹⁾ y VMM 6,3% ^(1,2), por menor dinámica de consumo respecto el primer trimestre
- Tiendas Fresh Market: ventas +10,2% ⁽¹⁾, +5,8 p.p. por encima de las tiendas regulares (50,5% de participación en las ventas)
- Participación omnicanal 2,8%

Margen bruto

- Mayor margen (+18 pb en 2T, + 8 pb en 1S) producto de los esfuerzos de control de costos y mayor participación de la categoría de productos de gran consumo

EBITDA recurrente

- El crecimiento de las ventas permitió la dilución de los gastos ⁽¹⁾ y las eficiencias en los costos laborales y operativos hicieron que los SGA crecieran por debajo de la inflación
- Aumento del EBITDA recurrente y margen (+2 pb en 2T, +43 pb en 1S) por control de costos y gastos



Operaciones Internacionales: Argentina

Inversión estratégica soportada en un portafolio inmobiliario y un negocio retail resiliente



Modelo Dual: Retail-Negocio inmobiliario

- ✓ **8%** de las **ventas** de Grupo Éxito
- ✓ **25 tiendas** en 9 provincias en el país, **4 de ellas Fresh Market** - ventas + 57.1% en 1S22
- ✓ **EBITDA positivo** y atractiva cobertura de activos

Libertad



15 Hipermercados

Petit **Libertad** Mini **Libertad**



10 tiendas Premium de conveniencia

Negocio Inmobiliario

Paseo



- ✓ **3er** participante inmobiliario en el país
- ✓ **15 centros comerciales**
- ✓ **Cerca de 170 mil m2** de área arrendable
- ✓ **90.4%** tasa de ocupación en 2021

Omnicanal



- **Hiperlibertad.com** aumentó ventas 4.5 veces vs 2020
- App Hiperlibertad lanzada en 2021
- **Click & Collect** en 15 tiendas y 1 tienda oscura
- **2.6 %** penetración de ventas omnicanal (vs 1% en 2020)
- **Última milla y Domicilios:** en alianza con “Rappi” y “Pedidos Ya”, disponible en 23 tiendas

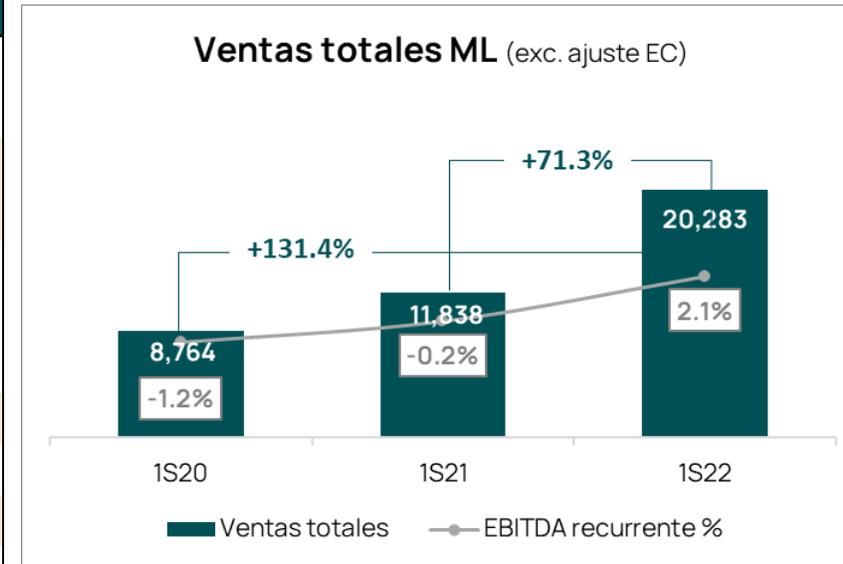


Resultados operacionales: Argentina 2T22



Las ventas netas^(1,2) que crecieron por encima de la inflación (+1,584pb) y la mejora en los ingresos inmobiliarios incrementaron notable el margen EBITDA recurrente (+210 pb en 2T, +224 pb en 1S)

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



Ingresos Operacionales

- Ventas +78,7%⁽¹⁾ y VMM 77,9%^(1,2), superando al IPC de 62,1%, impulsadas por mayor tráfico y omnicanal (+68%, 3,4% cuota, +107 pb vs 1T22)
- Ingresos inmobiliarios crecieron por mejores tendencias comerciales para los locatarios, niveles de ocupación del 88% y tarifas variables más altas

Margen bruto

- +87 pb en 2T producto de:
 - ✓ Mayor contribución inmobiliaria
 - ✓ Menor inversión en precio en medio de un contexto país de control de precios
 - ✓ Aumento de los volúmenes

EBITDA recurrente

- Incremento notable en margen EBITDA recurrente (+210 pb en 2T, +224 pb en 1S22) por:
 - ✓ Dilución de gastos⁽¹⁾ por crecimiento sólido de ventas
 - ✓ Planes de acción claros a pesar de la tendencia inflacionaria.

Operación con una posición de caja estable

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados⁽¹⁾



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

Hechos destacados 2T22	Ventas netas +28,1% (+624 pb vs 1T22)	VMM⁽²⁾ +27,9%	EBITDA recurrente +21% margen 7,9% (+30,7% ⁽³⁾ ajustando pagos por desarrollo de proyectos inmobiliarios y venta de activos)	Utilidad Neta +22,7%
-------------------------------	---	---------------------------------	---	-----------------------------

Financieros



- **Ingresos (+27,6%)** impulsados por:
 - ✓ Mayor dinamismo comercial
 - ✓ Desempeño sólido de formatos innovadores en todos los países
 - ✓ Mejor desempeño del omnicanal
 - ✓ Mayores ingresos de Negocios complementarios (+16,7%)
- Sólidas ventas y control del gasto impulsaron el aumento del **EBITDA recurrente** (+18 pb vs 1T22)
- **Utilidad Neta** jalonada por un sólido desempeño del retail y eficiencias operacionales a pesar del ajuste material de IAS 29 en Argentina y el aumento de tasas

Inversión & Expansión



- **Inversiones por \$88.640 M, 76%** en expansión
- **Expansión 12M de tiendas:**
 - ✓ **71** ⁽⁴⁾ (Col 65 y Uru 6)
 - ✓ **Optimización del portafolio de tiendas** en Colombia
 - ✓ Total **601 tiendas, 1,02 M m²**

Operacionales



- **Alta participación del omnicanal en ventas totales (9,9%):** (Col 12,4%, Uru 2,8% y Arg 3,4%)
- **Formatos innovadores** participaron 35,6%, en las ventas de Colombia (+213 pb vs 1T22)
- Portafolio de crédito de **TUYA** (+48%) requirió un mayor nivel de provisiones
- **Negocio Inmobiliario** incrementó ingresos por arriendos y cargos administrativos (37% en 2T22 y 35% en 1S22)

(1) Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7,6% en las ventas y 7,8% en el EBITDA recurrente en 2T22 y 4% y 4,9% en 1S22, respectivamente). (2) Excluidos los efectos del tipo de cambio y calendario. (3) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados). (4) Expansión 12M por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.

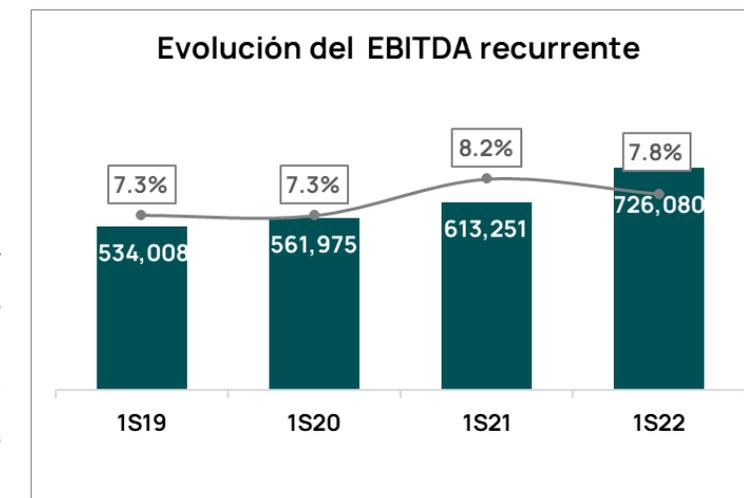
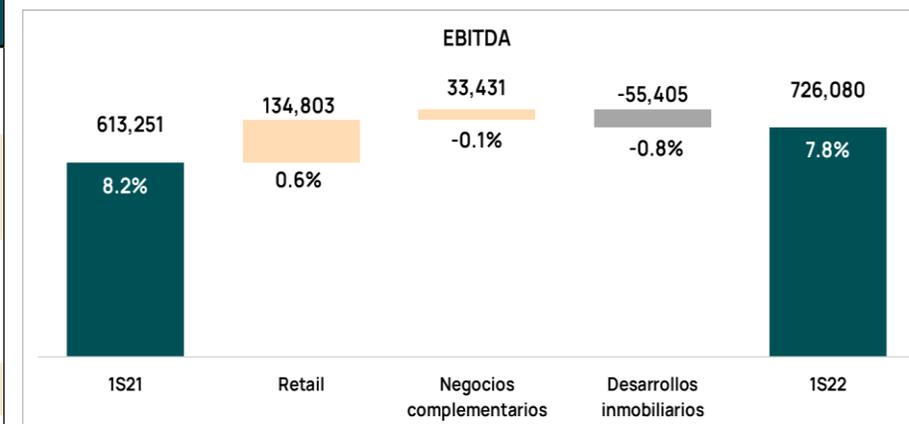


Resultados financieros consolidados 2T22



Crecimiento del EBITDA recurrente y de la utilidad neta gracias al sólido desempeño del retail ⁽¹⁾ y las eficiencias operacionales en todos los países

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



Ingresos Operacionales

- Sólido crecimiento del retail ⁽¹⁾ en todos los países impulsado por la innovación, la omnicanalidad (9,9% participación) y el dinamismo comercial
- Mejor desempeño de los negocios complementarios

Margen bruto/ EBITDA recurrente

- Los márgenes reflejaron la inversión de precios y una mayor venta inmobiliaria en la base favorecidos por eficiencias operativas
- EBITDA recurrente impulsado por retail ⁽¹⁾ (+32,6% ⁽²⁾), +40 bps, ajustados por pagos de desarrollo de RE y venta de inmuebles en 1S)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7,6% en las ventas y 7,8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4,9% en 1S22 respectivamente. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de transferencia de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de los negocios inmobiliario, financiero (regalías TUYA), móvil y de viajes, y los servicios logísticos. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados).

2T22 Conclusiones



Crecimiento del EBITDA recurrente (21%) y Utilidad Neta (22,7%) producto del sólido desempeño de los ingresos operacionales y las eficiencias operativas

Consolidado

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

Colombia

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

Uruguay

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

Argentina

- **Las ventas netas** crecieron 78,7% en moneda local y por encima de la inflación y la mejora en los ingresos inmobiliarios contribuyeron al aumento notable del **margen EBITDA recurrente (+210 pb en 2T, +224 pb en 1S)**. La operación mantuvo una posición de caja estable.

Nota: Los datos consolidados incluyen resultados de Colombia, Uruguay y Argentina y eliminaciones. (1) Excluyendo FX. (2) Aporte percibido por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (nota 30 de los estados financieros consolidados). (3) Incluye el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,3% en 2T22.



Anexos: Resultados Financieros 2T22

2T/1S22 Resultados Financieros Consolidados



en millones de pesos colombianos	2Q22	2Q21	% Var	1H22	1H21	% Var
Ventas Netas	4,530,238	3,536,415	28.1%	8,905,386	7,126,628	25.0%
Otros Ingresos Operacionales	186,977	160,272	16.7%	413,796	389,231	6.3%
Total Ingresos Operacionales	4,717,215	3,696,687	27.6%	9,319,182	7,515,859	24.0%
Costo de Ventas	(3,505,354)	(2,715,735)	29.1%	(6,909,094)	(5,501,086)	25.6%
Costo Depreciación y Amortización	(24,989)	(21,319)	17.2%	(48,718)	(38,605)	26.2%
Utilidad Bruta	1,186,872	959,633	23.7%	2,361,370	1,976,168	19.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.2%</i>	<i>26.0%</i>	<i>(80) bps</i>	<i>25.3%</i>	<i>26.3%</i>	<i>(95) bps</i>
Gastos O&AV	(840,944)	(674,395)	24.7%	(1,684,008)	(1,401,522)	20.2%
Gasto Depreciación y Amortización	(119,179)	(114,296)	4.3%	(239,537)	(228,909)	4.6%
Total Gastos	(960,123)	(788,691)	21.7%	(1,923,545)	(1,630,431)	18.0%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.4%</i>	<i>21.3%</i>	<i>(98) bps</i>	<i>20.6%</i>	<i>21.7%</i>	<i>(105) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	226,749	170,942	32.6%	437,825	345,737	26.6%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.8%</i>	<i>4.6%</i>	<i>18 bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.6%</i>	<i>10 bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	62,264	50,744	22.7%	126,803	135,701	(6.6%)
<i>Margen Neto</i>	<i>1.3%</i>	<i>1.4%</i>	<i>(5) bps</i>	<i>1.4%</i>	<i>1.8%</i>	<i>(44) bps</i>
EBITDA Recurrente	370,917	306,557	21.0%	726,080	613,251	18.4%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.9%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(43) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.2%</i>	<i>(37) bps</i>
Acciones	432.621	447.604	(3.3%)	432.621	447.604	(3.3%)
Utilidad por Acción	143.9	113.4	27.0%	293.1	303.2	(3.3%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7,6% en las ventas y 7,8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4,9% en 1S22 respectivamente).

Estado de Resultados e Inversiones por país 2T22



Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	2Q22	2Q22	2022	2022
Ventas netas	3,384,527	771,878	373,833	4,530,238
Otros Ingresos Operacionales	165,841	6,931	14,348	186,977
Total Ingresos Operacionales	3,550,368	778,809	388,181	4,717,215
Costo de Ventas	(2,737,839)	(511,561)	(256,111)	(3,505,354)
Costo Depreciación y Amortización	(22,783)	(1,498)	(708)	(24,989)
Utilidad Bruta	789,746	265,750	131,362	1,186,872
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.2%</i>	<i>34.1%</i>	<i>33.8%</i>	<i>25.2%</i>
Gastos O&AV	(522,872)	(192,948)	(125,124)	(840,944)
Gasto Depreciación y Amortización	(102,859)	(15,150)	(1,170)	(119,179)
Total Gastos	(625,731)	(208,098)	(126,294)	(960,123)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>17.6%</i>	<i>26.7%</i>	<i>32.5%</i>	<i>20.4%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	164,015	57,652	5,068	226,749
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>7.4%</i>	<i>1.3%</i>	<i>4.8%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(4,431)	(467)	15,409	10,511
Utilidad Operacional (EBIT)	159,584	57,185	20,477	237,260
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.5%</i>	<i>7.3%</i>	<i>5.3%</i>	<i>5.0%</i>
Resultado Financiero Neto	(57,310)	(4,520)	(30,893)	(92,737)
EBITDA Recurrente	289,657	74,300	6,946	370,917
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.2%</i>	<i>9.5%</i>	<i>1.8%</i>	<i>7.9%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	76,225	10,742	1,673	88,640
<i>en moneda local</i>	76,225	110	51	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (7,6% en las ventas y 7,8% en EBITDA recurrente en el 2T22 y 4% y 4,9% en 1S22 respectivamente. El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

Balance General Consolidado



en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Jun 2022	Var %
ACTIVOS	16,901,179	16,564,400	(2.0%)
Activo corriente	5,833,360	5,043,815	(13.5%)
Caja y equivalentes de caja	2,541,579	1,243,889	(51.1%)
Inventarios	2,104,303	2,614,522	24.2%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	625,998	523,382	(16.4%)
Activos por impuestos	358,613	497,745	38.8%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	24,601	5,392	(78.1%)
Otros	178,266	158,885	(10.9%)
Activos No Corrientes	11,067,819	11,520,585	4.1%
Plusvalía	3,024,983	3,234,881	6.9%
Otros activos intangibles	363,987	387,287	6.4%
Propiedades, planta y equipo	4,024,697	4,135,351	2.7%
Propiedades de Inversión	1,656,245	1,732,198	4.6%
Derechos de uso	1,370,512	1,421,952	3.8%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	289,391	297,129	2.7%
Activo por impuesto diferido	205,161	180,415	(12.1%)
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	132,843	131,372	(1.1%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Jun 2022	Var %
PASIVOS	8,872,702	8,554,029	(3.6%)
Pasivo corriente	6,518,400	6,232,921	(4.4%)
Cuentas por pagar	5,136,626	4,365,678	(15.0%)
Pasivos por arrendamiento	234,178	251,044	7.2%
Obligaciones financieras	674,927	1,230,888	82.4%
Otros pasivos financieros	81,544	84,459	3.6%
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	-	6,052	N/A
Otros	391,125	294,800	(24.6%)
Pasivos no corrientes	2,354,302	2,321,108	(1.4%)
Cuentas por pagar	49,929	60,816	21.8%
Pasivos por arrendamiento	1,360,465	1,381,036	1.5%
Obligaciones financieras	742,084	648,764	(12.6%)
Otras provisiones	11,086	12,384	11.7%
Pasivo por impuesto diferido	166,751	194,737	16.8%
Pasivos por impuestos	3,924	3,337	(15.0%)
Otros	20,063	20,034	(0.1%)
PATRIMONIO	8,028,477	8,010,371	(0.2%)

Flujo de caja consolidado



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

Store Number and Sales Area

	<u>Banner by country</u>	<u>Store number</u>	<u>Sales Area (sqm)</u>
	Colombia		
	Exito	213	611,650
	Carulla	101	87,317
	Surtimax	70	30,140
	Super Inter	60	58,601
	Surtimayorista	41	40,131
	Total Colombia	485	827,839
	Uruguay		
	Devoto	59	40,116
	Disco	30	35,252
	Geant	2	16,411
	Total Uruguay	91	91,779
	Argentina		
	Libertad	15	101,807
	Mini Libertad	10	1,796
	Total Argentina	25	103,603
	TOTAL	601	1,023,221

Deuda por país y vencimiento 2T22



Deuda neta por país

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

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

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

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. 1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda bruta emitida al 100% en pesos colombianos con un tipo de interés inferior al IBR3M + 2,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 7,97%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda nominal.

Estado de Resultados a nivel Holding ⁽¹⁾ 2T/1S22



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

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas.

Balance General a nivel Holding⁽¹⁾ 1S22



en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Jun 2022	Var %
ACTIVOS	14,422,470	13,931,173	(3.4%)
Activo corriente	4,686,474	3,807,944	(18.7%)
Caja y equivalentes de caja	2,063,528	715,352	(65.3%)
Inventarios	1,680,108	2,095,875	24.7%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	434,945	377,852	(13.1%)
Activos por impuestos	331,424	480,826	45.1%
Otros	176,469	138,039	(21.8%)
Activos No Corrientes	9,735,996	10,123,229	4.0%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	191,559	188,268	(1.7%)
Propiedades, planta y equipo	1,984,771	1,946,750	(1.9%)
Propiedades de Inversión	78,586	81,473	3.7%
Derechos de uso	1,609,599	1,636,442	1.7%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios	4,085,625	4,578,833	12.1%
Otros	332,779	238,386	(28.4%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Jun 2022	Var %
PASIVOS	7,541,065	7,085,856	(6.0%)
Pasivo corriente	5,137,135	4,757,782	(7.4%)
Cuentas por pagar	4,249,804	3,462,036	(18.5%)
Pasivos por arrendamiento	239,831	257,350	7.3%
Obligaciones financieras	136,184	629,004	N/A
Otros pasivos financieros	66,817	66,525	(0.4%)
Pasivos por impuestos	76,238	46,317	(39.2%)
Otros	368,261	296,550	(19.5%)
Pasivos no corrientes	2,403,930	2,328,074	(3.2%)
Pasivos por arrendamiento	1,580,954	1,586,331	0.3%
Obligaciones financieras	742,084	648,764	(12.6%)
Otras provisiones	10,991	12,223	11.2%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	69,901	80,756	15.5%
PATRIMONIO	6,881,405	6,845,317	(0.5%)

(1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas.

Número de tiendas y área de ventas



<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u> <u>Área de ventas (m2)</u>	
	<u>2Q22</u>	
Colombia		
Exito	213	611,650
Carulla	101	87,317
Surtimax	70	30,140
Super Inter	60	58,601
Surtimayorista	41	40,131
Total Colombia	485	827,839



Uruguay		
Devoto	59	40,116
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	91	91,779



Argentina		
Libertad	15	101,807
Mini Libertad	10	1,796
Total Argentina	25	103,603

TOTAL	601	1,023,221
--------------	------------	------------------



Anexos: Resultados Financieros 2021

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados⁽¹⁾



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

Hechos destacados 2021

VMM⁽²⁾ +7,8%
(+16,0% en 4T21)

Margen EBITDA recurrente
9,1% (+99 pb)

Utilidad Neta
2,1 veces
(+134 pb)

Ventas Omnicanal
9,9% (participación sobre el consolidado)

Financieros



- **Ventas** impulsadas por el omnicanal, innovación, monetización del tráfico y dinámica económica
- **EBITDA creció** 20,7% por un estricto control de gastos y la contribución de TUYA/negocio inmobiliario
- **Utilidad Neta +2,1 veces** por un sólido desempeño operacional y una estructura más liviana

Inversión & Expansión



- **Inversiones por \$550.209 millones**, 66,7% en expansión (USD 138M⁽³⁾ vs USD 110M a USD 130M 2021E)
- **Expansión:**
 - ✓ **57 tiendas**⁽⁴⁾ (Col 51 y Uru 6)
 - ✓ **Acuerdo para operar 5 tiendas** (antes La 14) bajo hiper Wow en 1S22, 18.500 m²
 - ✓ Total **620 tiendas, 1.03 m²**

Operacionales



- **Participación omnicanal: 9,9% a nivel consolidado** (Col 11,9%, Uru 3,6% y Arg 2,6%)
- **Formatos innovadores: 33,3%** de las ventas de Colombia
- Aumento de la contribución del **negocio inmobiliario/TUYA**
- Mayor presencia de **Puntos Colombia**

(1) Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto de tasa de cambio (TC) (-0,7% en las ventas y -0,5% en el EBITDA recurrente en 2021). (2) Excluyendo el efecto TC y el efecto calendario. (3) TRM de 31/12/2021 de \$3.981,16 pesos. (4) Expansión por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.

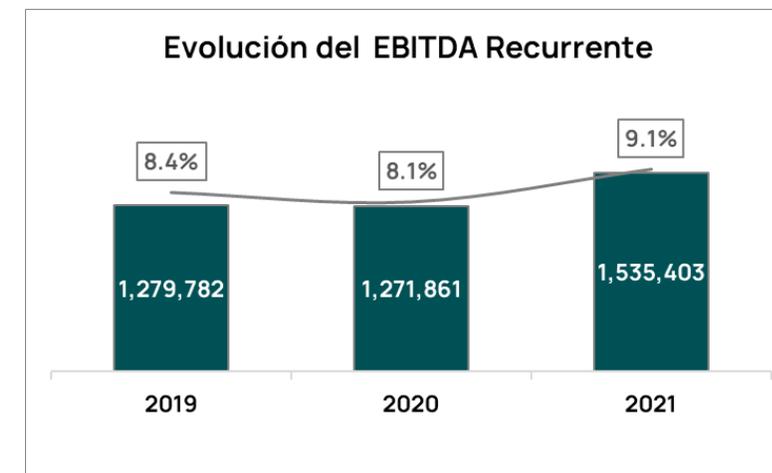


Resultados financieros consolidados



Aumento del margen EBITDA (+99 pb) producto de una estrategia coherente centrada en el cliente y la innovación, la omnicanalidad y la monetización del tráfico

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



Ingresos Operacionales

- Ventas impulsadas por la innovación, la omnicanalidad y la recuperación de los negocios complementarios⁽¹⁾
- Ventas aumentaron 19,7% en 4T21 con un sólido desempeño en todos los países

Margen bruto

- Aumento de los márgenes producto de la eficiencia en costos y la mayor contribución de otros negocios

EBITDA recurrente

- Eficiencias en las tiendas de todas las unidades de negocio
- Sólido margen EBITDA (9,1%) por la recuperación inmobiliaria (Col, Arg) y las eficiencias operacionales en todas las operaciones

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (3,2% en ventas y 3,3% en EBITDA recurrente en el 4T21 y de -0,7% y -0,5% en 2021). (1) Retail se refiere a variaciones de retail, servicios bancarios en tienda, comisiones, el negocio de transferencias de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a variaciones de los negocios inmobiliario, financiero (TUYA royalties), móvil y viajes, y servicios logísticos.



Ventas Netas ⁽¹⁾ y Ventas Mismos Metros ⁽¹⁾ (VMM) en Colombia

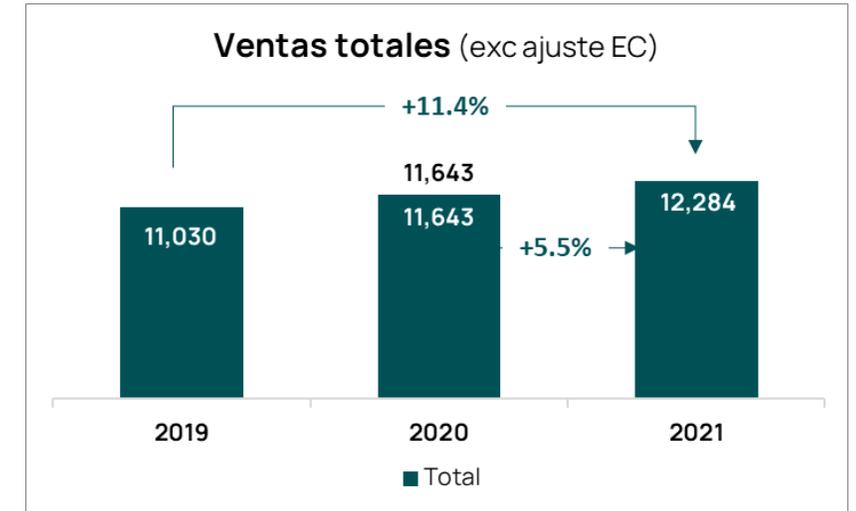


Fuerte crecimiento trimestral y resultados anuales por encima de la inflación favorecidos por la innovación, la omnicanalidad y la dinámica comercial

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

El desempeño se explica por:

- La sólida contribución a las ventas anuales de los formatos innovadores (33,3%) y el omnicanal (11,9%)
- Ventas trimestrales y anuales beneficiadas de la recuperación económica y del aumento de la confianza del consumidor
- Ventas trimestrales beneficiadas por los 3 días sin IVA (frente a 1 día en la base) que alcanzaron máximos históricos en las ventas
- 51 tiendas ⁽³⁾ incluidas en la base 2021



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario del 0% en el 4T21 y del -0,4% en el 2021. (2) El segmento incluye las ventas de Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, a institucionales y terceros y la venta de proyectos inmobiliarios por cerca de \$67.300 millones en 2020 y \$56.800 millones en 2021. (3) Expansión por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.



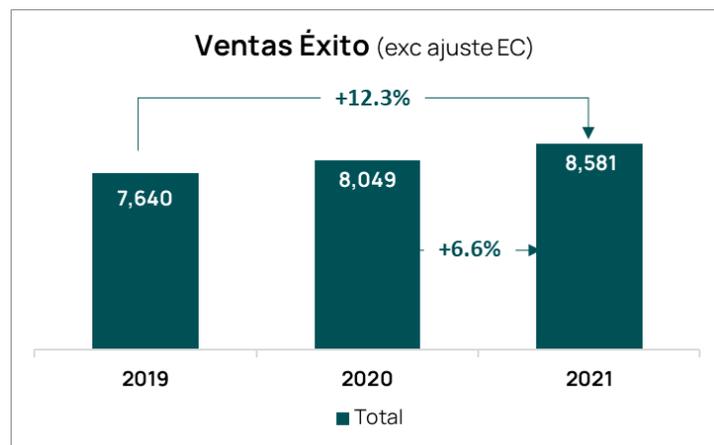
Desempeño por segmento en Colombia



Una clara tendencia a la recuperación comparada con el año anterior y a los niveles prepandemia

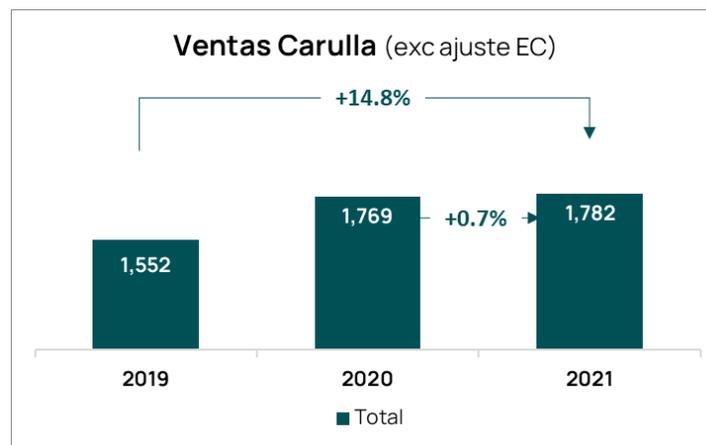
Éxito:

- **19 Éxito WOW** en 2021 (+8 tiendas)
- **No alimentos** impulsados por los 3 días sin IVA (+17% en 4T21)
- **Alimentos crecieron doble dígito** en 4T1
- **Ventas anuales +12,3%** vs. 2019 (1,7 veces vs. inflación 24 meses del 7,3%)



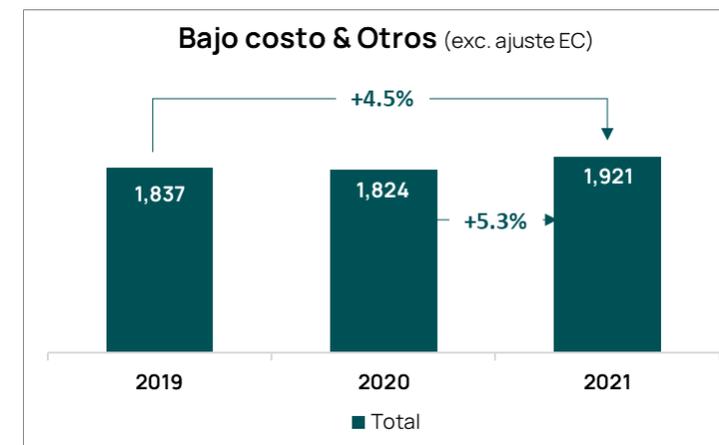
Carulla:

- **22 FreshMarket** en 2021 (+8 tiendas)
- **Participación omnicanal del 15,8%** sobre las ventas anuales
- Aumento de las ventas del 14,8%, por encima de niveles prepandemia y estables vs 2020 por una base más alta (2 veces vs. inflación acumulada 24 meses del 7,3%)



Bajo costo y otros⁽¹⁾:

- **Ventas +20,3%, VMM +21,8%** en 4T21 (inc. ajuste EC)
- **Ventas Surtimayorista +25,2% y VMM +24,4%** en 2021
- **25 Vecino en 2021** (+18 tiendas)
- Tendencia de **recuperación gradual** por la **reapertura de los negocios HORECA, remodelación de tiendas y omnicanal**



(1) El segmento incluye las ventas de Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, a institucionales y terceros y la venta de proyectos inmobiliarios por cerca de \$67.300 millones en 2020 y \$56.800 millones en 2021.

Palancas de crecimiento en Colombia: Omnicanal

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

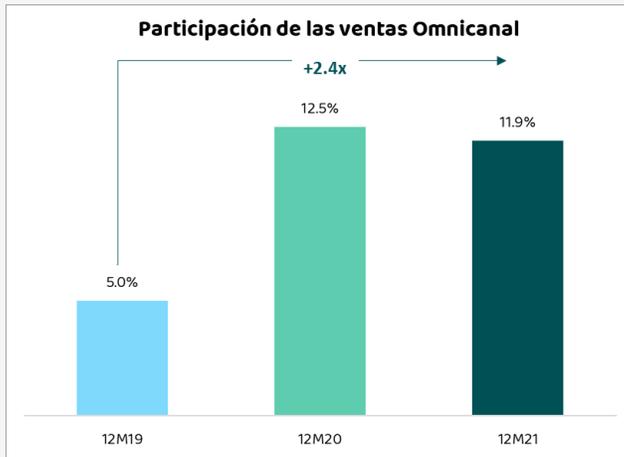
Hechos destacados en 2021

Ventas totales \$1.5 Bn (+0.3%)

Participación en las ventas⁽²⁾ 11.9% (vs. 12.5% in 2020)

Pedidos 7.8 M (-8.6%)

Inigualable penetración omnicanal



Alimentos: Ventas +11% / 10% / ventas (vs. 9,1%)



No alimentos: 16% share (vs. 20,1%)

Contribución positiva al margen del negocio retail de almacenes



Éxito continuará fortaleciendo la estrategia Omnicanal en 2022

- 1 Incrementar la monetización de la Plataforma
- 2 Participar a un dígito alto en las ventas consolidadas en 2022
- 3 Incrementar el modelo Turbo y la penetración del Market Place
- 4 Continuar invirtiendo recursos en innovación y omnicanalidad

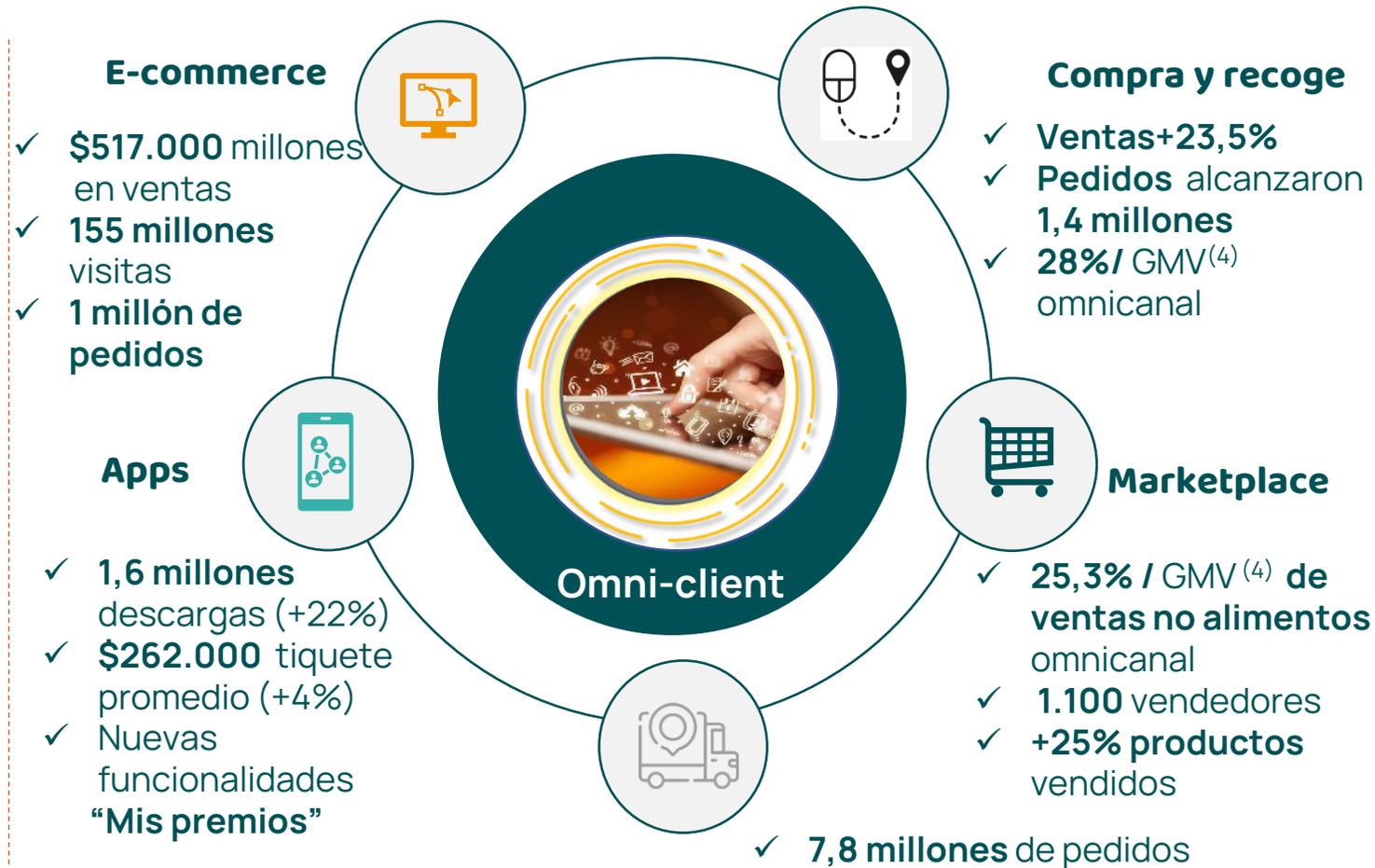
(1) Incluye .com, domicilios, Shop & Go, Click & Collect y catálogos digitales. Las cifras expresadas en billones de pesos representan 1.000.000.000.000.



Seguimiento Omnicanal Colombia 2021



374 MUSD ⁽³⁾ en ventas y una participación consistente doble dígito en las ventas totales (11,9%)



1) Incluye .com, marketplace, entrega a domicilio, Shop&Go, compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) Datos ajustados frente a las cifras reportadas en 2020 debido a la inclusión de B2B virtual en la base. (3) Tasa de mercado representativa de 31/12/2021 de \$ 3.981,16 pesos. (4) GMV: Valor Bruto de la Mercancía.

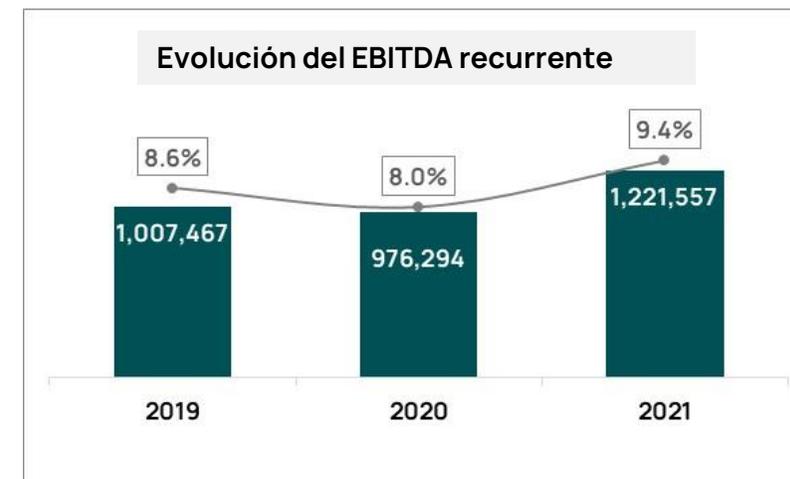


Resultados Operacionales: Colombia

Crecimiento de los ingresos por encima de la inflación diluyó una estructura de costos optimizada y permitió aumentar el margen EBITDA anual (+136 pb)



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



Ingresos Operacionales

- Sólido crecimiento por (i) el desempeño de los formatos innovadores, (ii) la contribución del omnicanal (11,9%), y (iii) la recuperación de los negocios complementarios

Margen bruto

- Aumento del margen por (i) la eficiencia en costos y (ii) aumento de la contribución del negocio inmobiliario /TUYA

EBITDA recurrente

- GA&V anual crecieron por debajo de la evolución de las ventas y de la inflación
- Margen EBITDA recurrente superó el nivel de 2020 y 2019, impulsado por la recuperación de los negocios complementarios⁽¹⁾ y las eficiencias operacionales

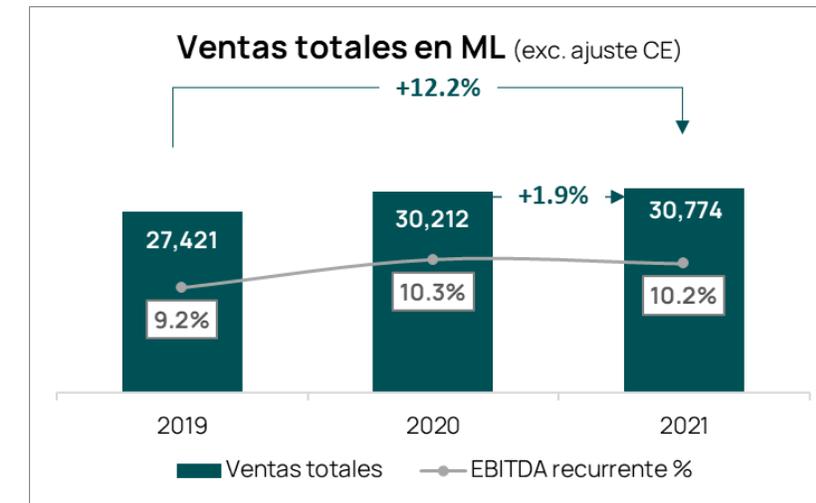


Resultados Operacionales : Uruguay



Aumento de la eficiencia y una mejor tendencia del consumo a finales de año favorecieron los altos niveles de margen de EBITDA (10,2%)

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



Ingresos Operacionales

- Ventas del 4Q21 ^(1,2) +6,7% y VMM +5,8% reflejaron la tendencia de recuperación del turismo
- Ventas anuales ⁽¹⁾ +2,3% y VMM+0,7% en medio de la peor temporada turística en 1T21
- Ventas omnicanal del año +9,8%, no alimentos +5,4% y tiendas Fresh Market +7,5 p.p. por encima de las tiendas no convertidas

Margen bruto

- Aumento anual de los márgenes gracias a los incrementos de volumen y a las eficiencias (principalmente en los costos logísticos)

EBITDA recurrente

- Los gastos anuales ⁽¹⁾ crecieron por debajo de la inflación gracias al aumento de la productividad de las tiendas y al estricto control de gastos
- La operación más rentable en 2021 a pesar de una base fuerte y un consumo débil durante el 1S21

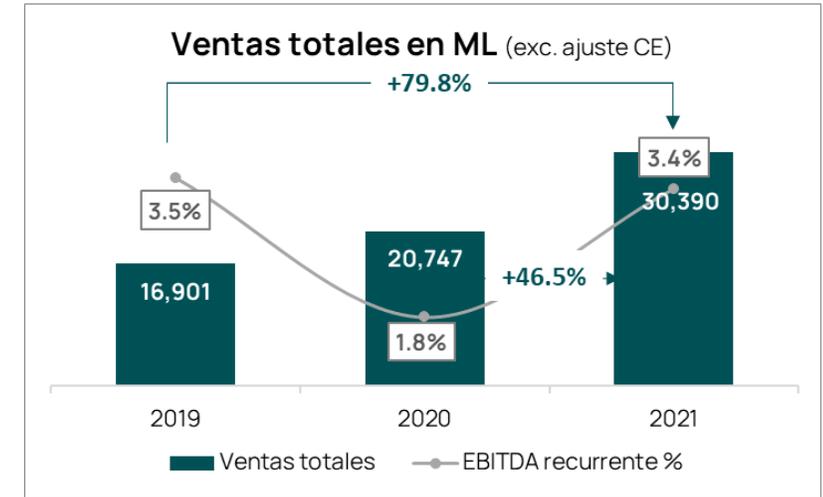


Resultados Operacionales: Argentina

Margen de EBITDA +156 pb producto de la mejor dinámica comercial, la reactivación inmobiliaria y el aumento de la productividad



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



Ingresos Operacionales

- Ventas y VMM +52,7%^(1,2), por encima del IPC en 4T21; en 2021 +46,9%⁽¹⁾ impulsado por el crecimiento de las tiendas Fresh Market (+53,8%) y la participación del 2,6% del omnicanal
- Recuperación de los ingresos inmobiliarios (ocupación del 90,4%)
- Aumento de la movilidad parcialmente compensado por los controles de precios y las restricciones a las importaciones

Margen bruto

- Sólido aumento de los márgenes anuales gracias a:
 - (i) un mayor volumen
 - (ii) estrategias comerciales adecuadas con una reducción de los eventos promocionales
 - (iii) mayor contribución del negocio inmobiliario

EBITDA recurrente

- Los gastos anuales⁽¹⁾ crecieron por debajo de la inflación por el control de los costos variables y laborales y a pesar de la baja base de la pandemia
- El control de costos/gastos aumentó el margen EBITDA (+156 pb) hasta acercarse a los niveles prepandemia
- La operación continuó con una posición de caja estable

Conclusiones 2021

Sólidos márgenes y aumento de la utilidad neta producto de una estrategia consistente centrada en el cliente



Consolidado

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

Colombia

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

Uruguay

- **La operación más rentable (10,2% margen EBITDA)** por un estricto control del gasto y una mejor tendencia de consumo durante el 4T21 que parcialmente compensó la peor temporada turística en 1T21

Argentina

- **Negocio inmobiliario y eficiencia operacionales llevaron a un margen EBITDA del 3,4% (+156pb) y a mantener una posición de caja estable**

2021 Perspectivas vs. Resultados

Objetivos previstos divulgados al mercado fueron plenamente alcanzados

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

María Fernanda Moreno R.
Head of Investor Relations

+574 6049696 Ext 306560

mmorenor@grupo-exito.com

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

www.grupoexito.com.co

exitoinvestor.relations@grupo-exito.com

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”.



