



Presentación Corporativa

AI 3T21



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: 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 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.

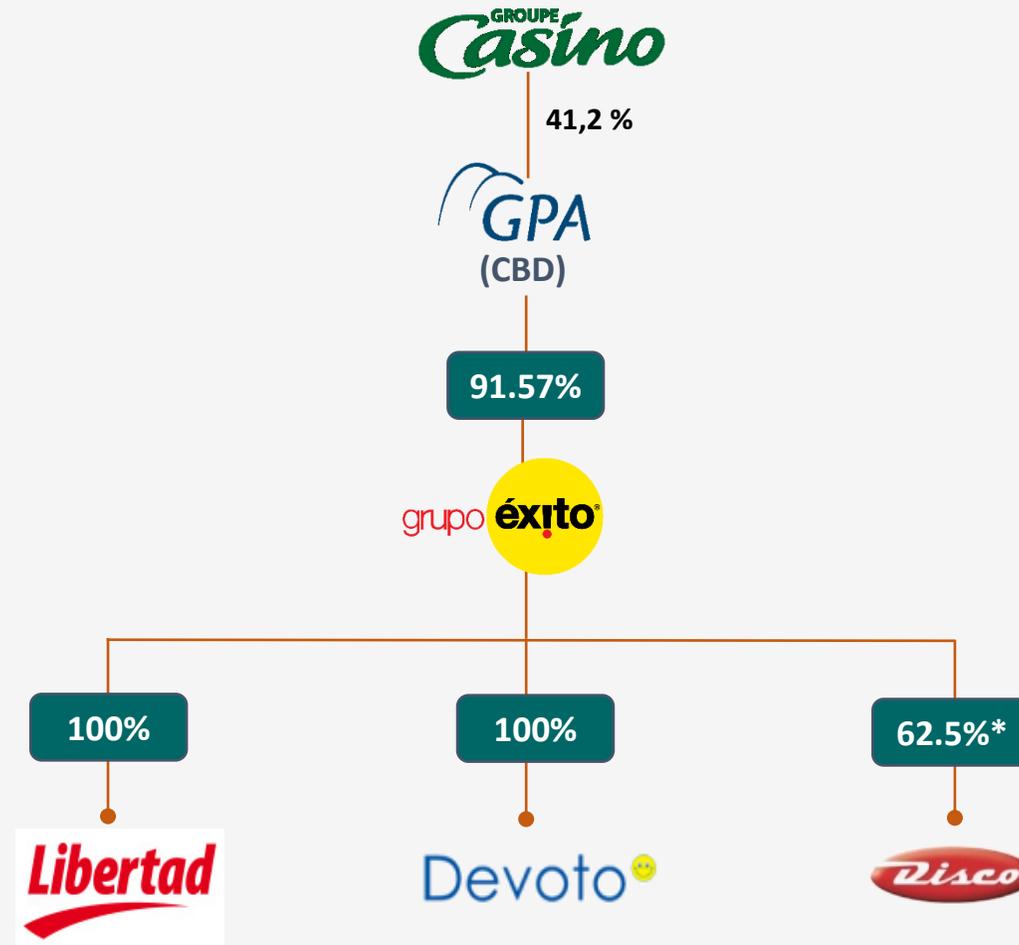
En 2020, los Ingresos operacionales consolidados alcanzaron los COP\$15,7 billones impulsados por la fuerte ejecución de la venta al por menor, la exitosa estrategia omnicanal en la región y la innovación en los modelos de retail. La Compañía operó 629 tiendas a través de multiformatos y multimarcas: 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



grupo **éxito** Colombia



Carlos Mario Giraldo
Presidente



Jacky Yanovich
Presidente Operativo



Ruy Souza
VP Financiero



Juan Lucas Vega
VP Neg Inmobiliario



Guillaume Seneclauze
VP Omnicanal

Disco Devoto Uruguay



Jean Christophe Tijeras
Presidente

Libertad Argentina



Ramón Quagliata
Presidente

Miembros Independientes

Luis Fernando Alarcón



Felipe Ayerbe M



Ana María Ibáñez



Miembro desde

Junio 11, 2015

Octubre 11, 2010

Marzo 20, 2014

Miembros no independientes

Ronaldo Iabrudi
dos Santos



Peter Paul
Estermann



Christophe José
Hidalgo



Rafael
Russowsky



Philippe
Alarcon



Miembro desde

Enero 23, 2020

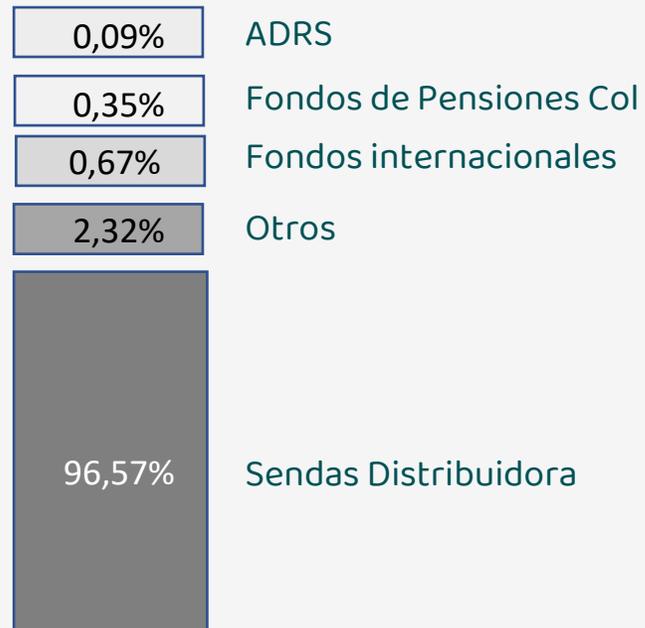
Enero 23, 2020

Enero 23, 2020

Enero 23, 2020

Marzo 16, 2012

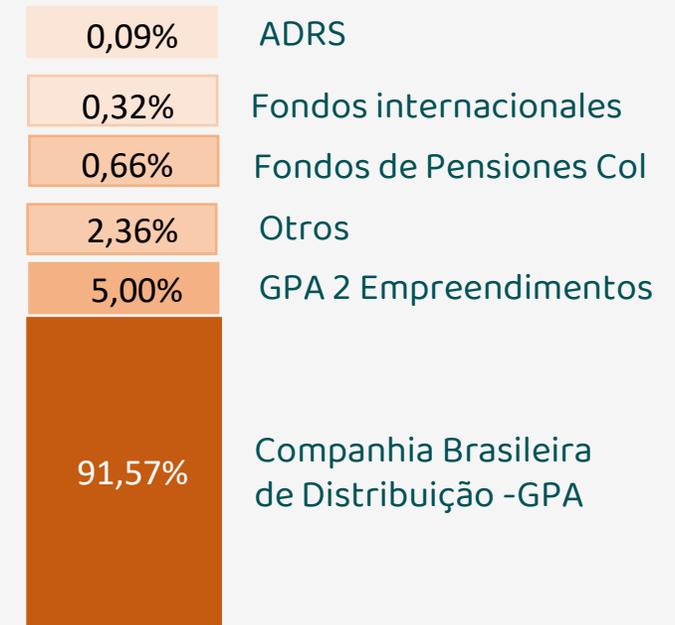
Estructura accionaria a dic 31 de 2020



Total accionistas a diciembre 31 de 2020: 5,085

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

Ownership structure as of Jun 30,2021



Total accionistas a junio 30 de 2021: 5,069

* 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



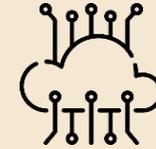
Ecosistema integral, incluyendo negocios complementarios relevantes y estrategias de monetización

Tiendas físicas
Omnicanal
Centros comerciales Viva
Tuya
Puntos Colombia
Otros



Pioneros en innovación con nuevos modelos y marcas propias

Éxito WOW
Carulla FreshMarket
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

Track Record of Successful Integrations



- 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
629 tiendas en la región



\$15.7 billones
Ingresos Op consolidados



\$1.3 billones – **8.1%** margen
EBITDA recurrente



#1 e-commerce de alimentos
en Colombia

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

Ingresos Op: **\$12.2 bn**
Margen EBITDA: **8.0%**
Participación mercado retail: **31%** ⁽¹⁾
Part mercado inmobiliario: **32%** ⁽¹⁾



Tiendas: 25
Hiper, conveniencia y centros comerciales

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



Tiendas: 91
Hiper, super y proximidad

Ingresos Op: **COP\$2.7 bn**
Margen EBITDA: **10.3%**
Part mercado retail: **43%** ⁽¹⁾



Estudio de reputación con clientes

45.8



Fuente: Follow Brand

Reconocimiento de marca

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

7,800
/10,000

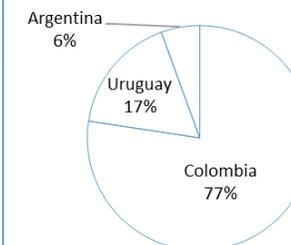


Fuente: Merco

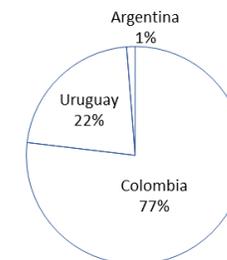
Reputación Corporativa

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

Share on Net Revenue

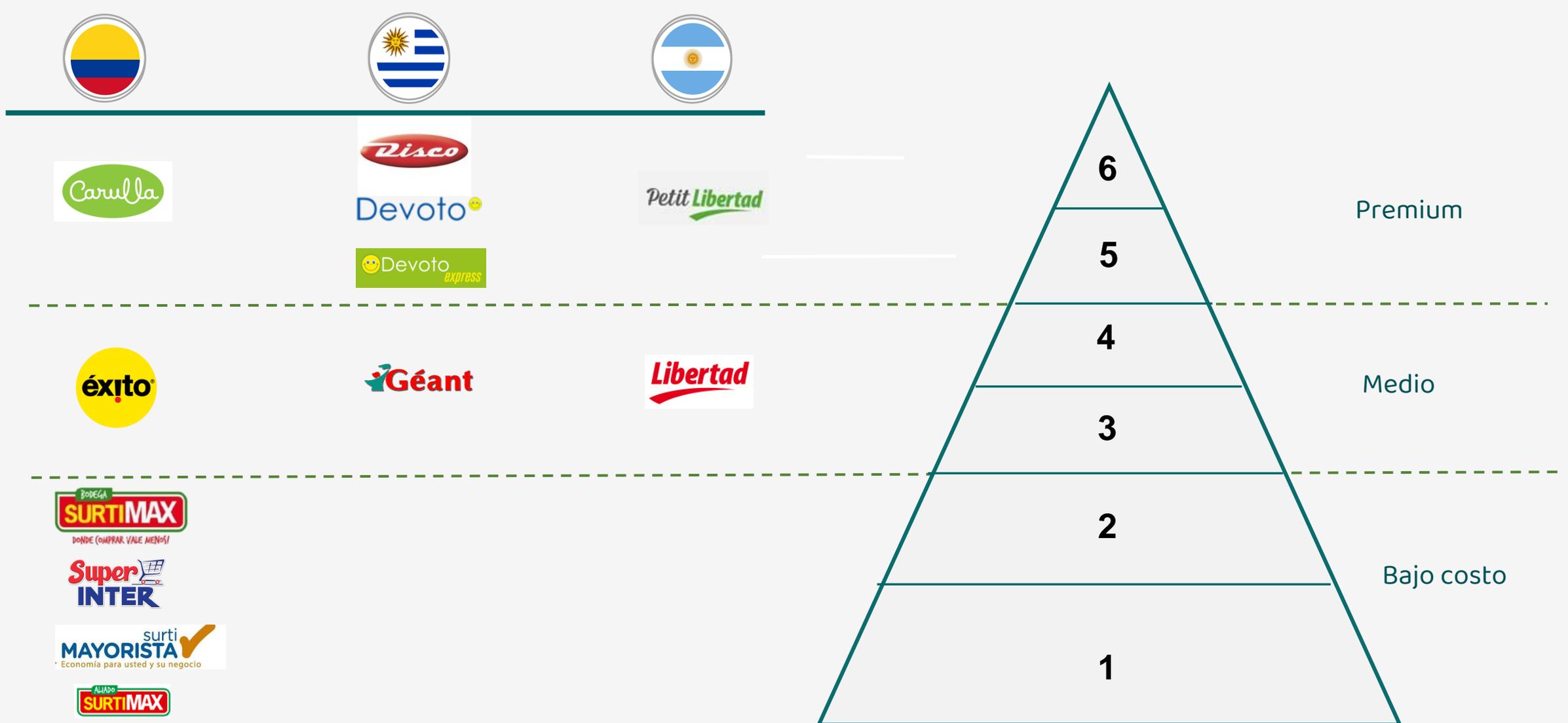


Share on Recurring EBITDA



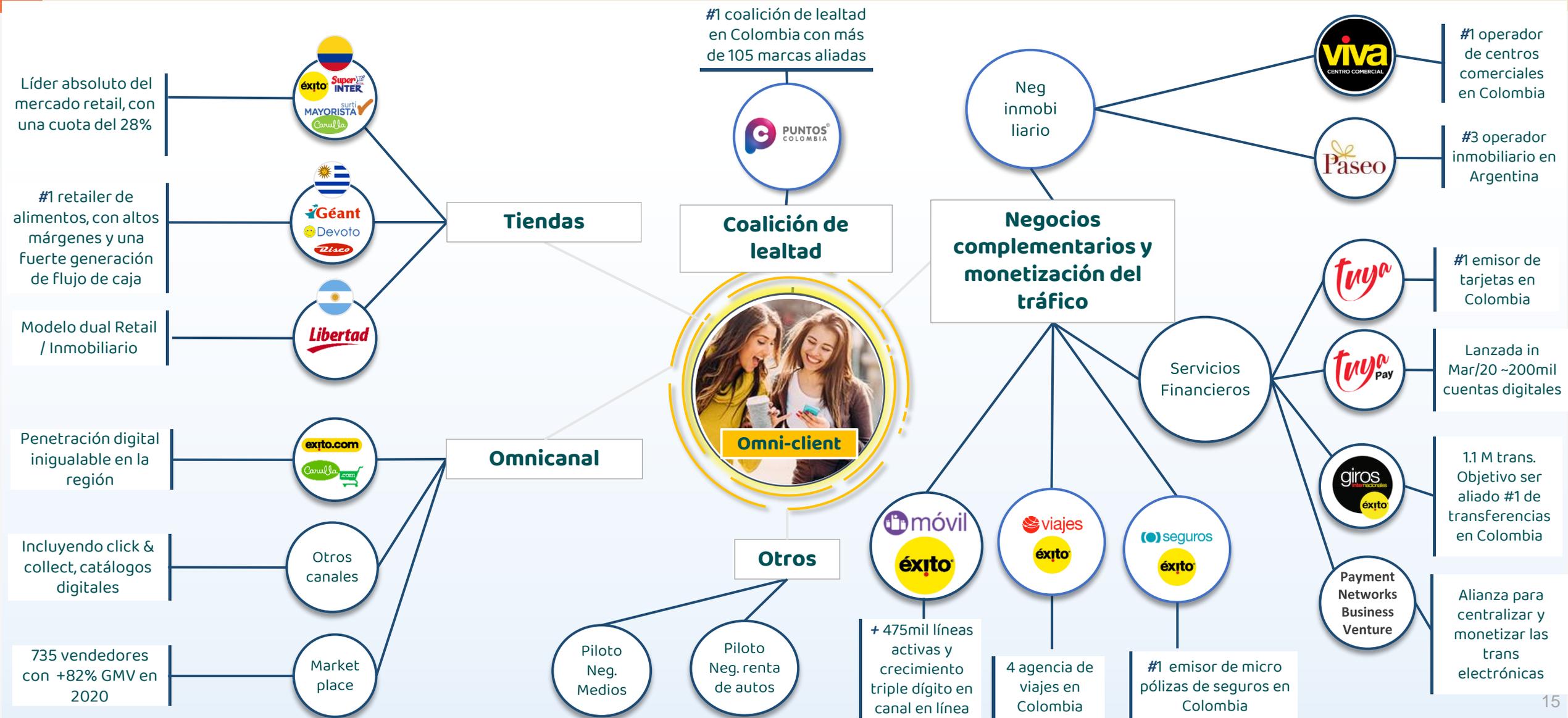
Completa cobertura de clientes y mercados

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 del tráfico/activos & mejores prácticas	5. Sostenibilidad y valor compartido
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Models & Formats <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 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 / Hipermás / Giros / Red de pagos ✓ Viajes ✓ Seguros ✓ Operador virtual telefónico ▪ Excelencia operacional <ul style="list-style-type: none"> ✓ Logística y abastecimiento ✓ Esquemas de productividad ✓ Compras conjuntas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gen Cero <ul style="list-style-type: none"> ✓ Foco en 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 para 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

- Ofreciendo un portafolio saludable a los clientes
- + 3.300 referencias de alimentos saludables
- Desarrollo de Apps para guiar al consumidor hacia una vida equilibrada

Hechos financieros y operacionales consolidados ⁽¹⁾ en 2020



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

Hechos destacados en 2020

VMM
+7.2% (exc. TC & EC)

Utilidad Neta
+4.0x

Ventas Omnicanal
2.6x (consol)

Financieros

- **Ventas netas** impulsadas por:
 - ✓ **Crecimiento Omnicanal** (2.7x en Col, 1.6x en Uru)
 - ✓ Crecimiento **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 Col y de una estructura de capital más liviana

Operacionales

- **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

Inversión & Expansión

- **Inversiones por COP \$241.810 M**
- ✓ **75%** en 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 & Sostenibilidad

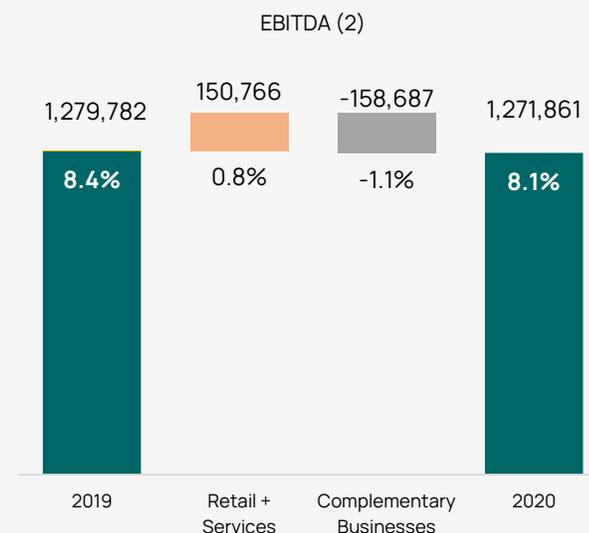
- **#1 a nivel de retailers y #8** a nivel general en reputación corporativa ⁽³⁾
- Ratificado en el **DJSI** como uno de los 10 **retailers de alimentos más sostenibles** en el mundo
- Donación de **255 mil paquetes nutricionales a través de** la Fundación Éxito; pago anticipado a **mil proveedores**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

Resultados Financieros Consolidados 4T/2020

Un EBITDA anual estable beneficiado por una fuerte contribución del retail



in COP M	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Net Sales	4,173,671	4,079,945	2.3%	15,141,244	14,503,846	4.4%
Other Revenue	171,342	244,583	(29.9%)	594,595	789,237	(24.7%)
Net Revenue	4,345,013	4,324,528	0.5%	15,735,839	15,293,083	2.9%
Gross Profit	1,142,061	1,184,311	(3.6%)	3,956,929	3,954,106	0.1%
<i>Gross Margin</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 Expense	(814,191)	(844,064)	(3.5%)	(3,203,101)	(3,186,599)	0.5%
<i>Expense/Net Rev</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>
Recurring Operating Income (ROI)	327,870	340,247	(3.6%)	753,828	767,507	(1.8%)
<i>ROI Margin</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>
Net Group Share Result	144,284	77,121	87.1%	230,872	57,602	300.8%
<i>Net Margin</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>
Recurring EBITDA	460,429	470,421	(2.1%)	1,271,861	1,279,782	(0.6%)
<i>Recurring EBITDA Margin</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>



Ingresos Operacionales

- 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

Margen bruto

- 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.

EBITDA recurrente

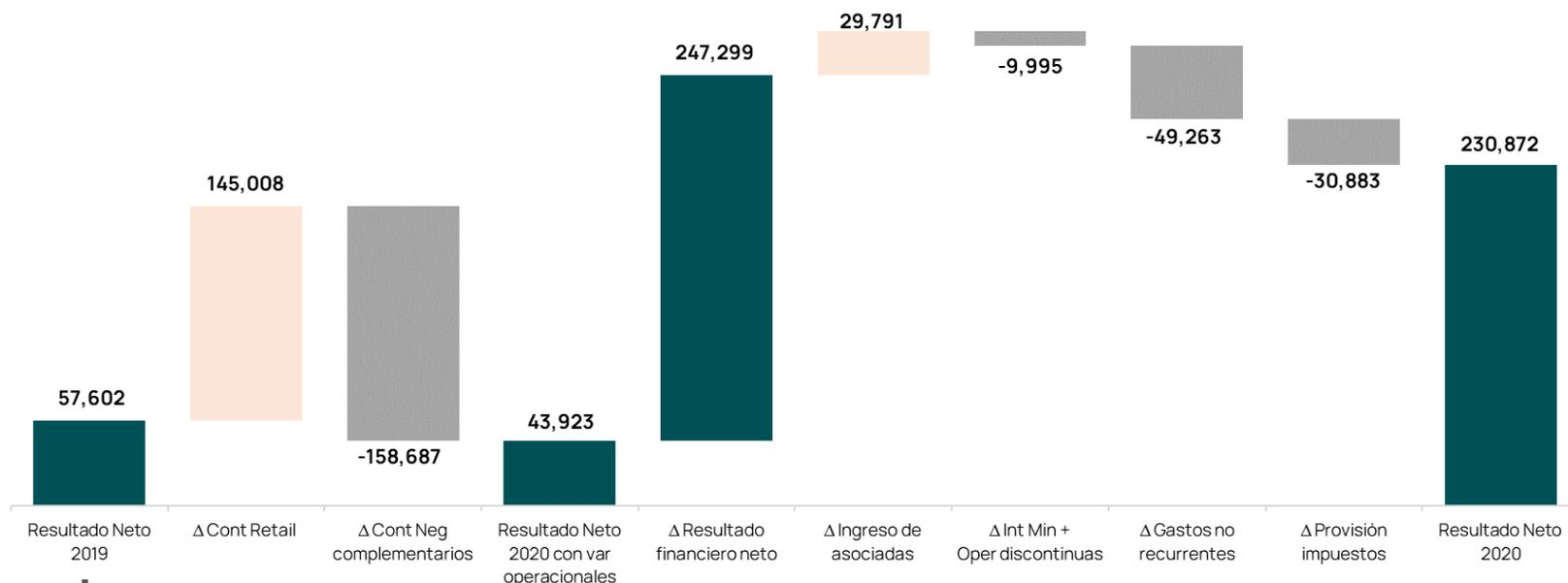
- GA&V crecieron por debajo de la inflación en todos los países gracias al estricto control de gastos con el programa de excelencia operacional
- El margen anual reflejó un sólido resultado operacional del retail por menores gastos, afectado por el efecto de COVID-19 en una menor contribución de los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

Latam

- 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

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.	●

Latam

- Mejora de resultado neto producto de un mejor desempeño operacional y la estabilidad de las líneas no operacionales.
- 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 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	éxito	Carulla	surti MAYORISTA	SURTIMAX	Super INTER
Formatos	Hipers, Supermercados & 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	69%	14%	6%	11%	
# de tiendas	241	95	34	74	69
					





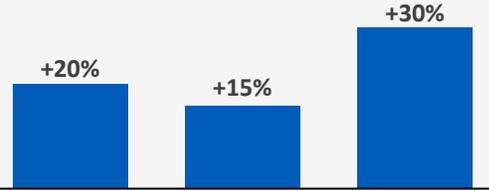
Éxito Wow: Innovación en Hipermercados



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



Crec Ventas Crec EBITDA Ut. Op.

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 oct 2020 (Éxito Wow Laureles)



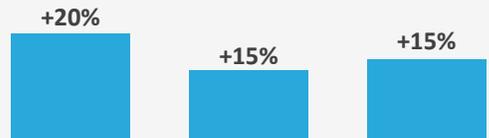
Carulla FreshMarket: Una propuesta premium, fresca y sostenible



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.

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 más 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

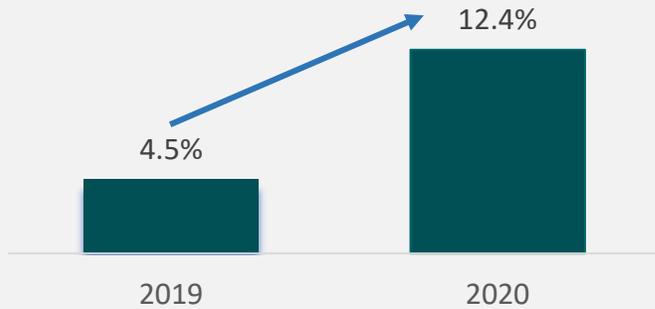
Hechos destacados en 2020
Ventas totales \$1,46 Bn (2.7x)
49% ventas alimentos

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

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

Inigualable penetración omnicanal

Participación Omnicanal en las ventas (%)



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)



2.8x alimentos / 2.6x no alimentos
 crecimiento en 2020



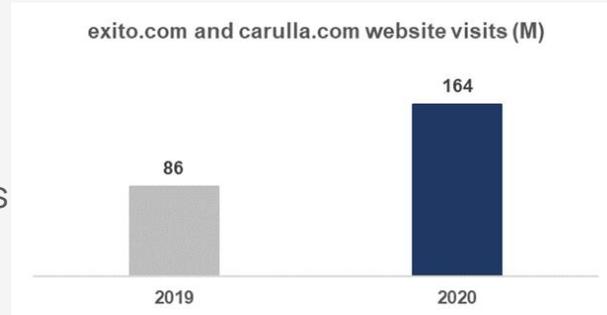
8.8% alimentos / 20.1% no alimentos
 penetración al 2020

Palancas de crecimiento en Colombia: Omnicanal

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

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 de 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 logisticas para alcanzar la mayor penetración de mercado

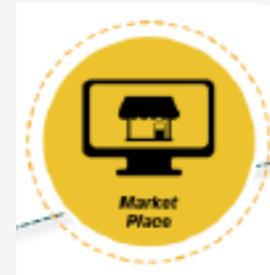


8.5M órdenes
(+83% vs 2019)



3.1x órdenes de Grupo Éxito 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

Digital Transformation

Digital solutions focused on customer's needs to improve growth and experience



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 implementarlas en otras tiendas



Co-work con 12 startups



Ubicado en Bogotá

Paga Conmigo

Smile ID

Etiquetas electrónicas

Circuito de ventas 3D

Check & Go

E-sommelier

Realidad aumentada

Ready to Go



Check & Go



Virtual Assistant

Coalición de lealtad

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)

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



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



Creciendo con Éxito
Éxito representa ~75% del total de las redenciones

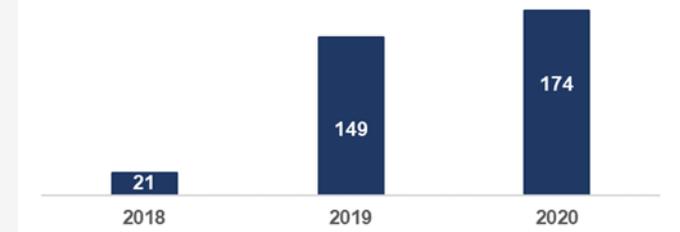


105 aliados fortalecen el ecosistema y ayudan a impulsar el crecimiento de la compañía



Iniciativa potente
Potencial de convertirse en la segunda “moneda” de Colombia

Puntos redimidos (en miles de millones de \$)



(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/ diversion



CAJALÉ BISTRO
LLEVA LOS SABORES A OTRO NIVEL

Experiencia gastronómica diversificada

viva-park

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%

758k m2 GLA

Más de 23% crecimiento compuesto del EBITDA
from 2017 to 2020

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

2.7M de tarjetas de crédito en el mercado 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

 Participación del ~18% en 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



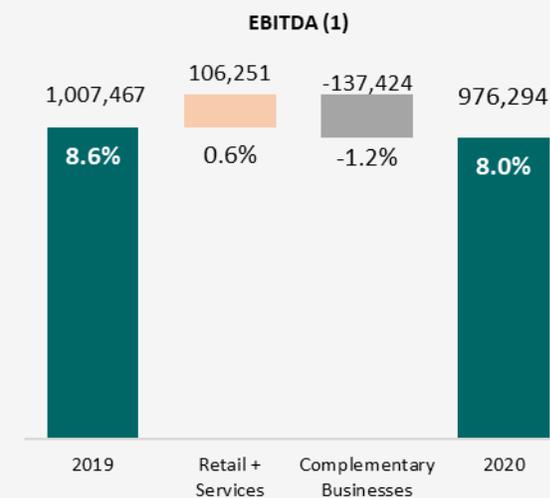
- ✓ Operador virtual de telefonía móvil
- ✓ ~ 500 mil líneas activas

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

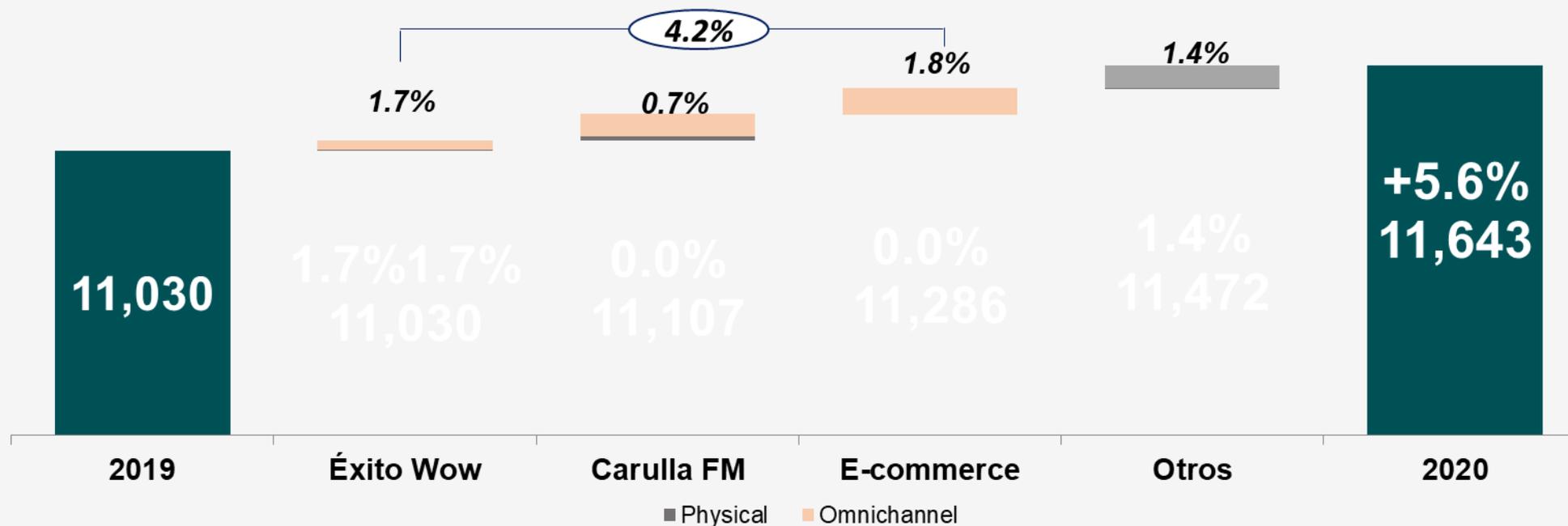
- Reflejó una mejora de los resultados operativos de retail + servicios ⁽¹⁾ (+40 pb), compensado por la menor contribución de los negocios inmobiliario y financiero, afectados por el efecto negativo de COVID-19.

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 los negocios complementarios (-120 pb).

Resultados de Innovación y Omnicanal en 2020

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

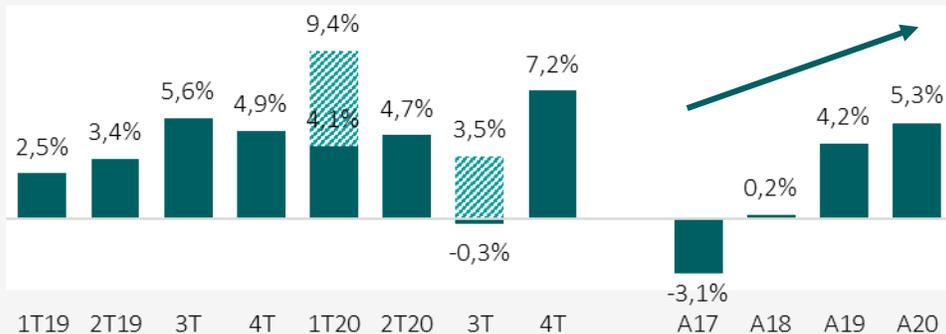


Los mejores resultados de ventas netas de los últimos 4 años impulsados por la omnicanalidad y la innovación

	4T20					12M20				
	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI ⁽²⁾	B2B & Otros ⁽³⁾	grupo éxito	éxito	Carulla	SM & SI ⁽²⁾	B2B & Otros ⁽³⁾
Variaciones										
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⁾

Impacto Covid



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:

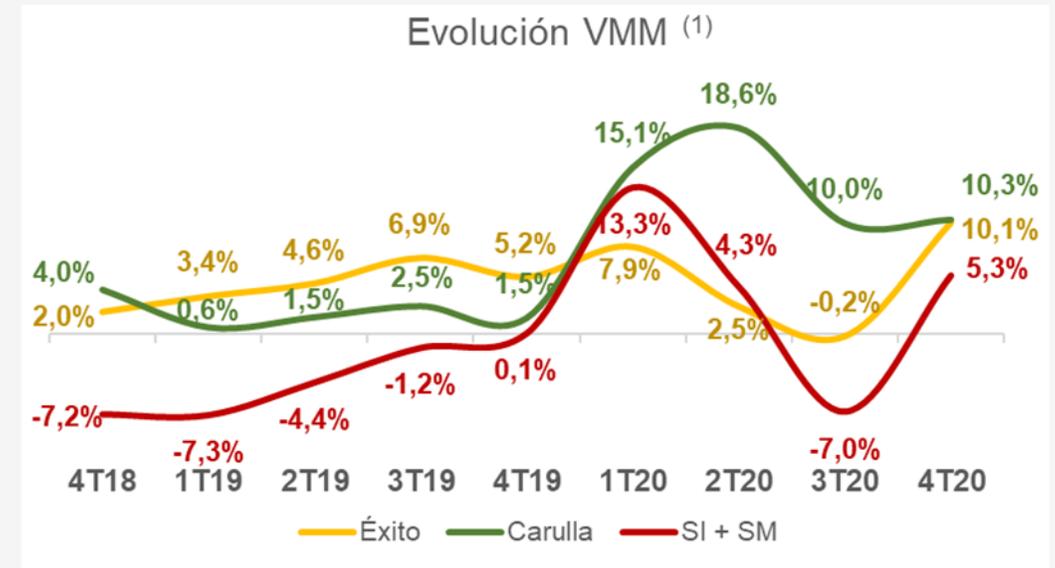
- 11 tiendas Éxito WOW con 12,4 p.p. de crecimiento de ventas por encima de las demás de la marca
- Fuerte desempeño de los eventos comerciales y de la omnicanalidad
- Categoría de no alimentos impulsada por electrónica (+17,8%)

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

Low-cost⁽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



B2B and Other⁽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



Disco 30 Supermercados



Devoto

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



Géant 2 Hipermercados



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



10 Tiendas de conveniencia y premium

Petit Libertad

Mini **Libertad**

Negocio Inmobiliario



Paseo

- 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 un 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

in COP M	4Q20	4Q19	% Var	FY20	FY19	% Var
Net Sales	157,045	276,875	(43.3%)	847,060	925,062	(8.4%)
Other Revenue	3,369	13,363	(74.8%)	27,153	45,752	(40.7%)
Net Revenue	160,414	290,238	(44.7%)	874,213	970,814	(10.0%)
Gross profit	57,977	102,254	(43.3%)	282,994	329,853	(14.2%)
<i>Gross Margin</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 Expense	(44,456)	(86,992)	(48.9%)	(285,007)	(310,611)	(8.2%)
<i>Expense/Net Rev</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>
Recurring Operating Income (ROI)	13,521	15,262	(11.4%)	(2,013)	19,242	(110.5%)
<i>ROI Margin</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>
Recurring EBITDA	17,324	19,938	(13.1%)	16,026	34,172	(53.1%)
<i>Recurring EBITDA Margin</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 Conjunto	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>
Acciones	447.604	447.604	0.0%	447.604	447.604	0.0%
Utilidad por Acción	322	172	87.1%	516	129	N/A

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



Cifras consolidadas

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	FY20	FY20	FY20	FY20
Ventas netas	11,642,685	2,654,336	847,060	15,141,244
Otros Ingresos Operacionales	539,587	28,325	27,153	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>	175,670	58,751	7,389	241,810
<i>en moneda local</i>	175,670	669	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 %	en millones de pesos colombianos	Dec 2019	Dec 2020	Var %
ACTIVOS	15,861,015	15,649,974	(1.3%)	PASIVOS	7,416,173	8,245,701	11.2%
Activo corriente	5,356,665	5,265,996	(1.7%)	Pasivo corriente	5,906,214	6,422,947	8.7%
Caja y equivalentes de caja	2,562,674	2,409,391	(6.0%)	Cuentas por pagar	4,662,801	4,678,078	0.3%
Inventarios	1,900,660	1,922,617	1.2%	Pasivos por arrendamiento	222,177	223,803	0.7%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	379,921	471,202	24.0%	Obligaciones financieras	616,822	1,110,883	80.1%
Activos por impuestos	333,850	362,383	8.5%	Otros pasivos financieros	114,871	87,289	(24.0%)
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	37,928	19,942	(47.4%)	Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Otros	141,632	80,461	(43.2%)	Pasivos por impuestos	72,910	76,111	4.4%
Activos No Corrientes	10,504,350	10,383,978	(1.1%)	Otros	216,633	246,783	13.9%
Plusvalía	2,929,751	2,853,535	(2.6%)	Pasivos no corrientes	1,509,959	1,822,754	20.7%
Otros activos intangibles	304,215	307,797	1.2%	Cuentas por pagar	114	68	(40.4%)
Propiedades, planta y equipo	3,845,092	3,707,602	(3.6%)	Pasivos por arrendamiento	1,308,054	1,319,092	0.8%
Propiedades de Inversión	1,626,220	1,578,746	(2.9%)	Obligaciones financieras	43,531	344,779	N/A
Derechos de uso	1,303,648	1,317,545	1.1%	Otras provisiones	18,998	14,542	(23.5%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	210,487	267,657	27.2%	Pasivo por impuesto diferido	116,503	118,722	1.9%
Activo por impuesto diferido	177,269	234,712	32.4%	Pasivos por impuestos	800	4,463	N/A
Activos por impuestos	-	-	N/A	Otros	21,959	21,088	(4.0%)
Otros	107,668	116,384	8.1%	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 ganancia (pérdida)	1,046,604	2,321,985	(54.9%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	630,301	(462,317)	N/A
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(273,926)	(6,734,779)	(95.9%)
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



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	-	-	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

Estado de Resultados a nivel Holding 4T/2020 ⁽¹⁾



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	97,579	146,492	(33.4%)	312,444	440,144	(29.0%)
Total Ingresos Operacionales	3,427,483	3,256,054	5.3%	11,962,340	11,484,272	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	778,050	777,488	0.1%	2,554,770	2,501,463	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	(470,256)	(469,016)	0.3%	(1,779,944)	(1,727,258)	3.1%
Gasto Depreciación y Amortización	(96,986)	(88,166)	10.0%	(352,303)	(360,064)	(2.2%)
Total Gastos	(567,242)	(557,182)	1.8%	(2,132,247)	(2,087,322)	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%)

FY20 Store Number and Sales Area



Marca por país	Número de tiendas	Área de ventas (m2)
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 3T21

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados ⁽¹⁾ en 3T21



Un sólido crecimiento de los ingresos operacionales del 14,1% y un importante aumento del margen EBITDA recurrente (+166 pb)

Margen EBITDA recurrente
8.5% (+166 pb)

Utilidad Neta
+143.8% (+161 pb)

Participación Omnicanal
10.1% a Sep 30

DFN consolidada mejoró en
\$100,000 M

Hechos Financieros



- **Aumento de Ventas netas** por un fuerte crecimiento del retail impulsado por formatos innovadores,
- **Incremento en VMM** por la recuperación económica
- **Aumento de los márgenes** por una estrategia de diversificación y sólido desempeño del retail.
- **EBITDA creció** 41.7% beneficiado del aumento en ventas y la dilución de gastos y contribución de TUYA y el negocio inmobiliario.
- **Utilidad neta aumentó 2.4 veces** debido a una mejora en el desempeño operacional.

Operacionales



- **Omnicanal: 10.1% participación en las ventas consolidadas, a la fecha** (12.2% Col, 3.7% Uru and 2.5% Arg)
- **Formatos innovadores: 1/3** de las ventas Colombia con un resultado muy sobresaliente de los formatos de bajo costo
- Mayor penetración de **TUYA pay, Éxito Autos y Puntos Colombia**
- **Desempeño del Retail apalancó** los sólidos resultados trimestrales

Inversión & Expansión



- **Inversiones por \$104,600 M** (73% en innovación, omnicanal y transformación digital)
- **Expansión de 36 tiendas en los últimos 12 meses** entre aperturas, conversiones y remodelaciones; (Col 34 y Uru 2)
- **Apertura de un centro de distribución de 28,000 m²** cerca a Bogotá para suplir a 499 tiendas en el país.
- Total **615 tiendas, 1.02 M m²**

ESG



- Grupo Éxito fue premiado como el **mejor retailer y el mejor omnicanal ⁽²⁾** de Colombia
- Nombramiento de **Jean Christophe Tijeras** como **Presidente de Grupo Disco Uruguay** y de **Guillermo Destefanis** como **Gerente de la marca Carulla**
- **Niveles de emisiones por debajo de lo esperado** para cumplir con las iniciativas de cambio climático

(1) Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-0,8% en las ventas y 0,2% en el EBITDA recurrente en el 3T21), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrada en resultado neto de operaciones discontinuadas. (2) Premios Hall of Fame de América Retail y de la Universidad de Medellín.

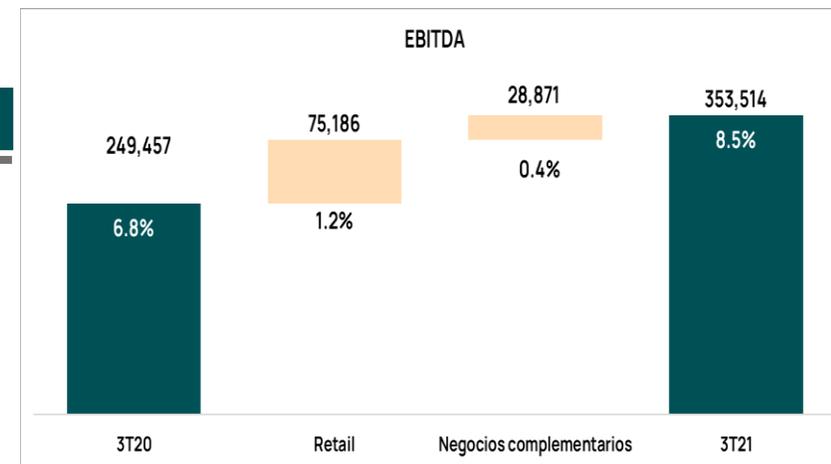
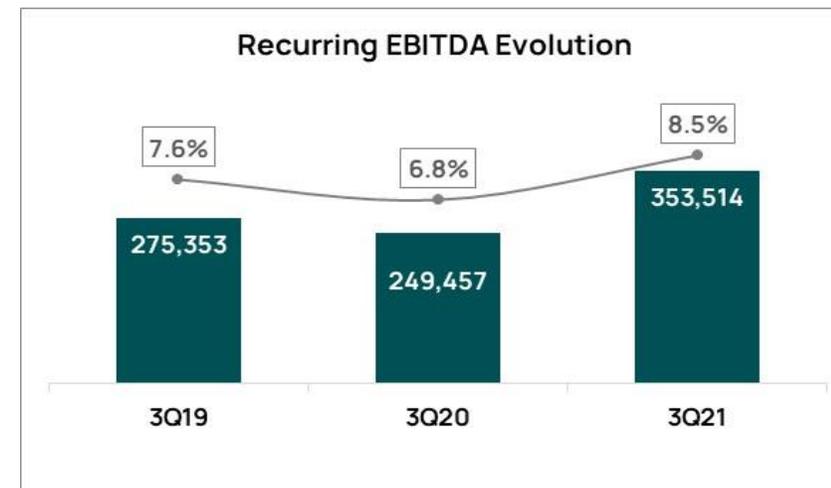


Resultados financieros consolidados



Una estrategia consistente impulsó el crecimiento de los ingresos, diluyó los gastos e impulsó la expansión del margen (166 puntos básicos)

en millones de pesos colombianos	3Q21	3Q20	% Var	9M21	9M20	% Var
Ventas Netas	3,982,284	3,507,629	13.5%	11,108,912	10,967,573	1.3%
Otros Ingresos Operacionales	181,573	142,310	27.6%	570,804	423,253	34.9%
Total Ingresos Operacionales	4,163,857	3,649,939	14.1%	11,679,716	11,390,826	2.5%
Utilidad Bruta	1,061,678	901,871	17.7%	3,037,846	2,814,868	7.9%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.5%</i>	<i>24.7%</i>	<i>79 bps</i>	<i>26.0%</i>	<i>24.7%</i>	<i>130 bps</i>
Total Gastos	(845,573)	(783,684)	7.9%	(2,476,004)	(2,388,910)	3.6%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>20.3%</i>	<i>21.5%</i>	<i>(116) bps</i>	<i>21.2%</i>	<i>21.0%</i>	<i>23 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	216,105	118,187	82.9%	561,842	425,958	31.9%
<i>Margen ROI</i>	<i>5.2%</i>	<i>3.2%</i>	<i>195 bps</i>	<i>4.8%</i>	<i>3.7%</i>	<i>107 bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	126,315	51,814	143.8%	262,016	86,588	202.6%
<i>Margen Neto</i>	<i>3.0%</i>	<i>1.4%</i>	<i>161 bps</i>	<i>2.2%</i>	<i>0.8%</i>	<i>148 bps</i>
EBITDA Recurrente	353,514	249,457	41.7%	966,765	811,432	19.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.5%</i>	<i>6.8%</i>	<i>166 bps</i>	<i>8.3%</i>	<i>7.1%</i>	<i>115 bps</i>



Ingresos Operacionales/Margen bruto

- Ventas impulsadas por la innovación, la omnicanalidad y la monetización del tráfico
- Las menores restricciones de movilidad y la recuperación económica favorecieron el crecimiento de los ingresos
- Aumento de márgenes por eficiencia de costos y contribución de negocios complementarios

Gastos / EBITDA recurrente

- Aumento de la productividad del personal y esfuerzos en los gastos en todos los países permitieron que éstos en el tercer trimestre crecieran por debajo del IPC
- Mayores márgenes versus 3T20 y pre COVID por una sólida estrategia de diversificación y eficiencia operacional

Nota: Datos consolidados incluyen Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-0,8% en ventas y 0,2% en EBITDA recurrente en 3T21 y de -2,2% y -0,9% en 9M21, respectivamente), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. registrado como operación discontinua. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de transferencias de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren al negocio inmobiliario, (TUYA royalties), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos.

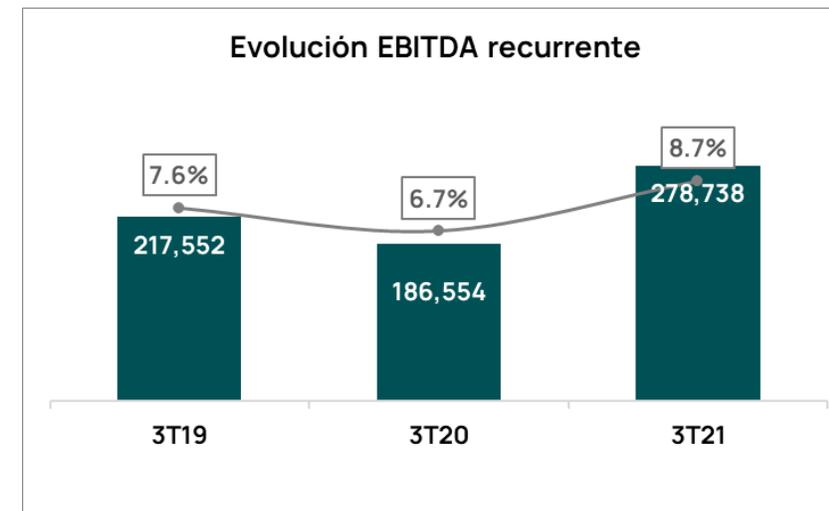


Resultados operacionales: Colombia



El crecimiento del 15,1% de los ingresos diluyó una base de gastos controlada y se tradujo en un crecimiento del 49,4% del EBITDA recurrente (+200 puntos básicos)

en millones de pesos colombianos	3Q21	3Q20	% Var	9M21	9M20	% Var
Ventas Netas	3,045,630	2,665,349	14.3%	8,456,876	8,312,024	1.7%
Otros Ingresos Operacionales	162,998	122,829	32.7%	528,778	381,177	38.7%
Total Ingresos Operacionales	3,208,628	2,788,178	15.1%	8,985,654	8,693,201	3.4%
Utilidad Bruta	733,706	613,492	19.6%	2,119,489	1,924,863	10.1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.9%</i>	<i>22.0%</i>	<i>86 bps</i>	<i>23.6%</i>	<i>22.1%</i>	<i>145 bps</i>
Total Gastos	(571,254)	(539,962)	5.8%	(1,699,369)	(1,649,418)	3.0%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>17.8%</i>	<i>19.4%</i>	<i>(156) bps</i>	<i>18.9%</i>	<i>19.0%</i>	<i>(6) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	162,452	73,530	120.9%	420,120	275,445	52.5%
<i>Margen ROI</i>	<i>5.1%</i>	<i>2.6%</i>	<i>243 bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>3.2%</i>	<i>151 bps</i>
EBITDA Recurrente	278,738	186,554	49.4%	767,329	607,581	26.3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.7%</i>	<i>6.7%</i>	<i>200 bps</i>	<i>8.5%</i>	<i>7.0%</i>	<i>155 bps</i>

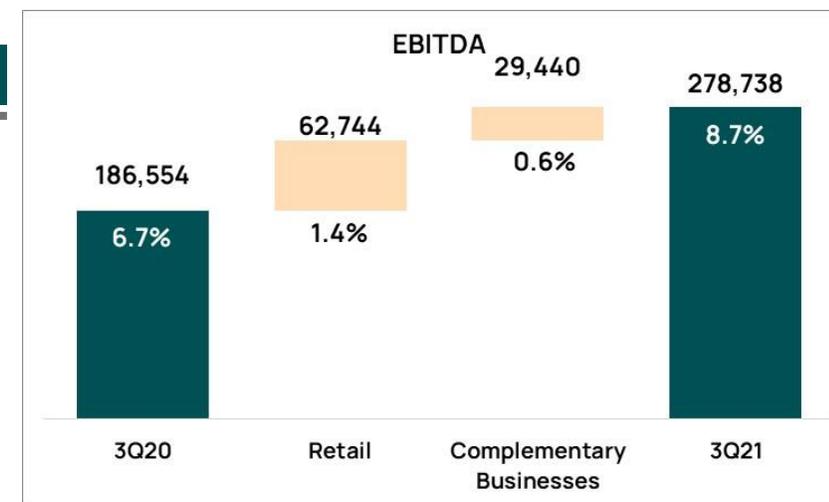


Ingresos Operacionales/ Margen bruto

- Crecimiento doble dígito medio de ventas por: (i) desempeño de los formatos innovadores, (ii) contribución del omnicanal (11,1%) y (iii) recuperación de los negocios complementarios.
- Aumento del margen bruto (86 pb) por control de gastos y mayor contribución de los negocios inmobiliario y TUYA

Gastos / EBITDA recurrente

- GA&V crecieron 2,4 veces por debajo del crecimiento de las ventas gracias a una ejecución optimizada del programa de excelencia
- Margen EBITDA recurrente por encima del año 2020 y 2019, reflejó los ingresos operacionales tanto en retail ⁽¹⁾ como en los negocios complementarios ⁽¹⁾



Nota: El perímetro incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en Colombia. (1) 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 del negocio inmobiliario, el financiero (regalías TUYA), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos.



Ventas Netas ⁽¹⁾ y Ventas Mismos Metros ⁽¹⁾ (VMM) 3T21

El mayor crecimiento de las ventas netas desde 2007, impulsado por la innovación y la omnicanalidad

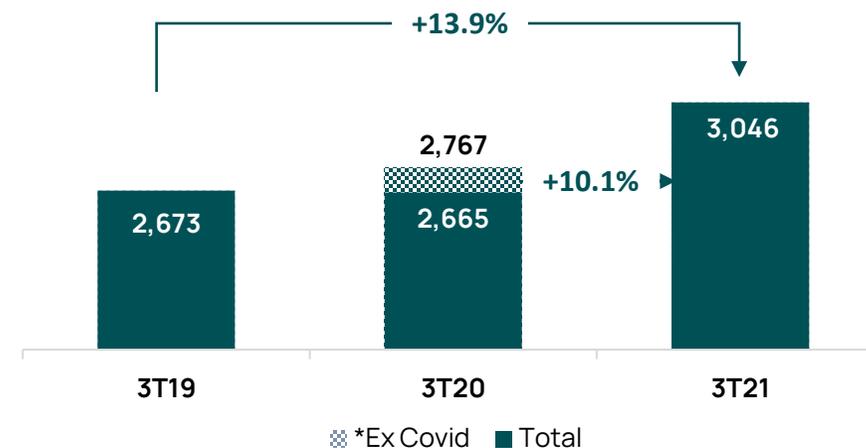


	3T21				9M21			
	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros ⁽²⁾	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros ⁽²⁾
Variaciones								
VMM ex EC ⁽¹⁾	16.6%	16.9%	7.9%	25.6%	3.5%	4.1%	-2.0%	7.6%
Total ex EC ⁽¹⁾	14.9%	16.8%	8.0%	12.9%	2.3%	3.8%	-2.2%	1.2%
Total MCOP	3,045,630	2,125,207	450,069	470,354	8,456,876	5,837,848	1,258,170	1,360,858

Los resultados reflejan:

- La recuperación económica y el mayor nivel de confianza del consumidor observado desde el inicio del segundo semestre se tradujeron en una mayor tendencia de las ventas retail
- La contribución a las ventas trimestrales por una estrategia comercial consistente centrada en los formatos innovadores (30%) y el omnicanal (11,1%)
- Un fuerte crecimiento de las ventas trimestrales a pesar de la venta de inmuebles en la base de 2020 al compararla con los niveles normalizados observados antes de la pandemia
- La contribución de las 34 tiendas incluidas en la base últimos 12 meses por aperturas, conversiones y remodelaciones

Evolución de ventas totales*



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0,6% en el 3T21 y en 9M21. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, ventas institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por un valor cercano a los \$24,5 mil millones en el 3T20.



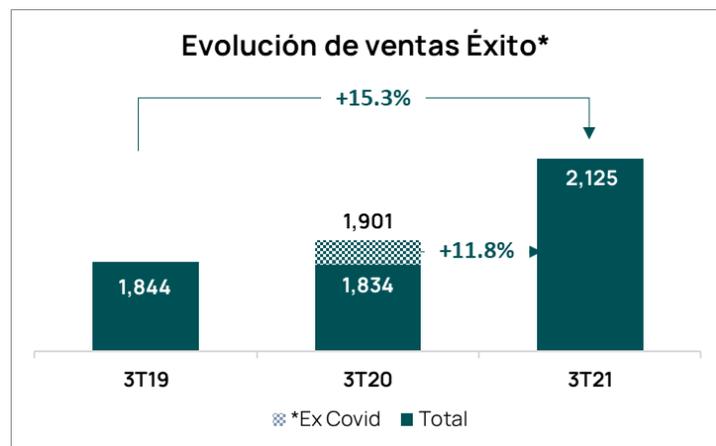
Desempeño por segmentos



Una estrategia precisa y consistente impulsó las ventas, apoyada en la recuperación económica

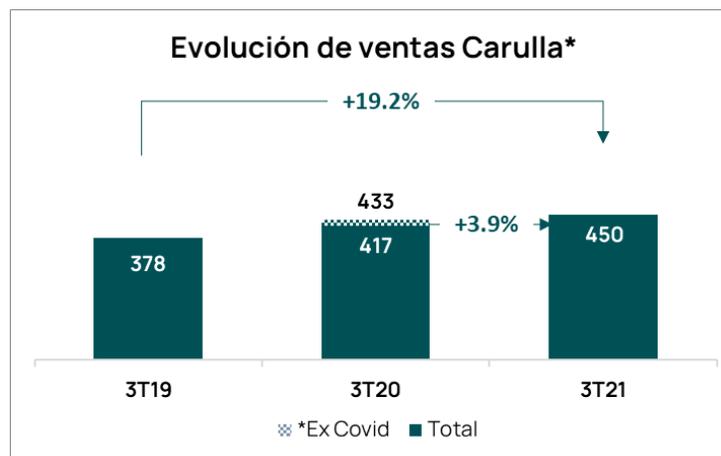
Éxito:

- +4 Éxito WOW en 3T21; 16 tiendas en total
- Contribución del evento “Mega promo”
- Crecimiento principalmente de las categorías de textiles (53.5%) y frescos (33.7%)
- Ventas netas +15.3% vs. 3T19 (2 veces vs. el nivel de inflación acumulada del 6.5%)



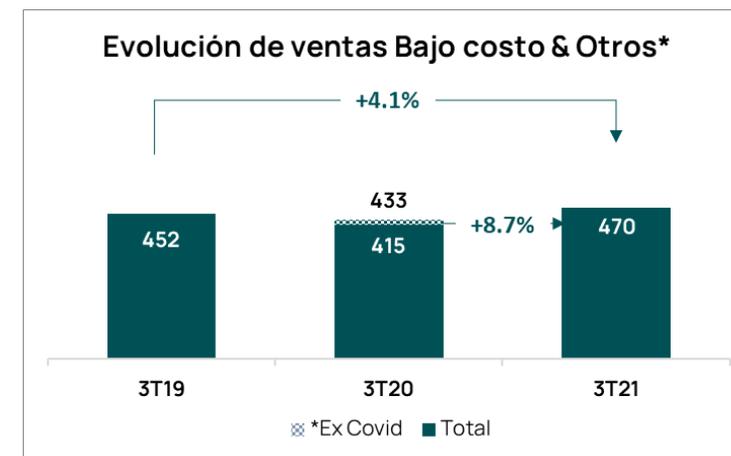
Carulla:

- +1 FreshMarket en 3T21; 16 tiendas en total
- El segmento de mayor participación omnicanal sobre las ventas (16.3% a sep)
- Crecimiento digito medio de la categoría de frescos
- Las ventas netas crecieron 19,2% frente al 3T19 y por encima de los niveles de IPC acumulado



Bajo costo & Otros⁽¹⁾:

- +7 Vecino en 3T21; 21 tiendas en total (13.9 p.p. de aumento en ventas acumuladas por encima de otras tiendas Super Inter)
- Sólido desempeño de las tiendas renovadas del omnicanal
- Ventas del Cash and Carry aumentaron 18.1% a septiembre



(1) El segmento incluye las ventas de Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, ventas institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por un valor cercano a los \$24,5 mil M en el 3T20.



Innovación en modelos y formatos

La participación de las tiendas WOW y FreshMarket alcanzó el 23.4% de las ventas de Colombia



Éxito Wow: innovación en hipermercados



+4 tiendas en 3T21 a **16** a la fecha

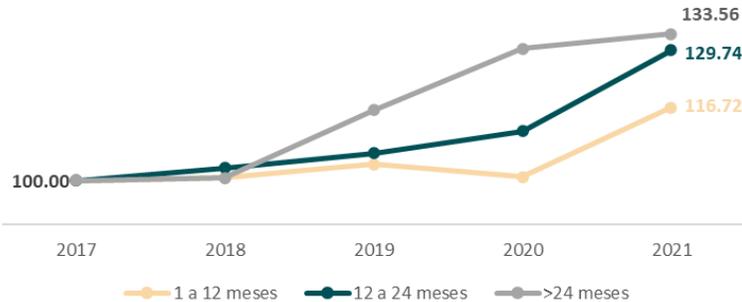
8 tiendas 2021E



27.8% de las ventas totales de la marca en 3T21 (**30%** 2021E)



Evolución de las ventas de tiendas WOW después de intervenidas



Carulla FreshMarket: Productos premium, frescos y sostenibles



+1 tienda en 3T21 a **16** a la fecha

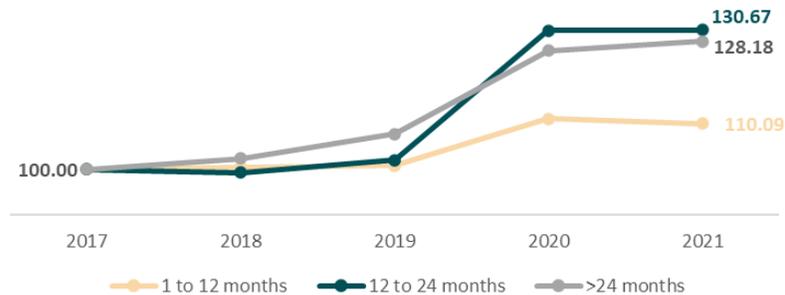
7 tiendas 2021E



36.2% de las ventas totales de la marca en 3T21 (**40%** 2021E)



Evolución de las ventas de tiendas FreshMarket después de intervenidas



Las tiendas convertidas en Wow y FM, registraron una importante evolución de las ventas y un crecimiento acumulado desde el año 1 y siguieron con niveles sostenidos al llegar a la madurez en los años 2 y 3



Segmento de Bajo costo & Otros⁽¹⁾

Con una participación del 15.4% sobre las ventas de Colombia impulsado por la conversión de tiendas y el Omnicanal



Formato rentable de ventas al por mayor

34 tiendas a sep 30
36 tiendas 2021E

+41.2% aumento de ventas en 3T21



Ventas +18.1% acumulado año

Club del Comerciante (programa de lealtad)
3x ventas a sep 30

Beneficios y descuentos para clientes registrados



34.2% del total de las ventas acumuladas año de la marca (32% 2021E)

13.9 p.p. de aumento en ventas a sep 30 vs. tiendas no convertidas

21 tiendas a sep 30 (cumpliendo lo esperado)



Fuerte presencia digital
700 ref disponibles

Ventas por la App cercanas a \$10 mil millones
9.2% /total ventas acumuladas de la marca

1,540 Aliados trabajando en alianza con Grupo Éxito

(1) El segmento incluye las ventas de Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, ventas institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por un valor cercano a los \$24,5 mil M en el 3T20.



Estrategia Omnicanal ^(1,2) 9M21



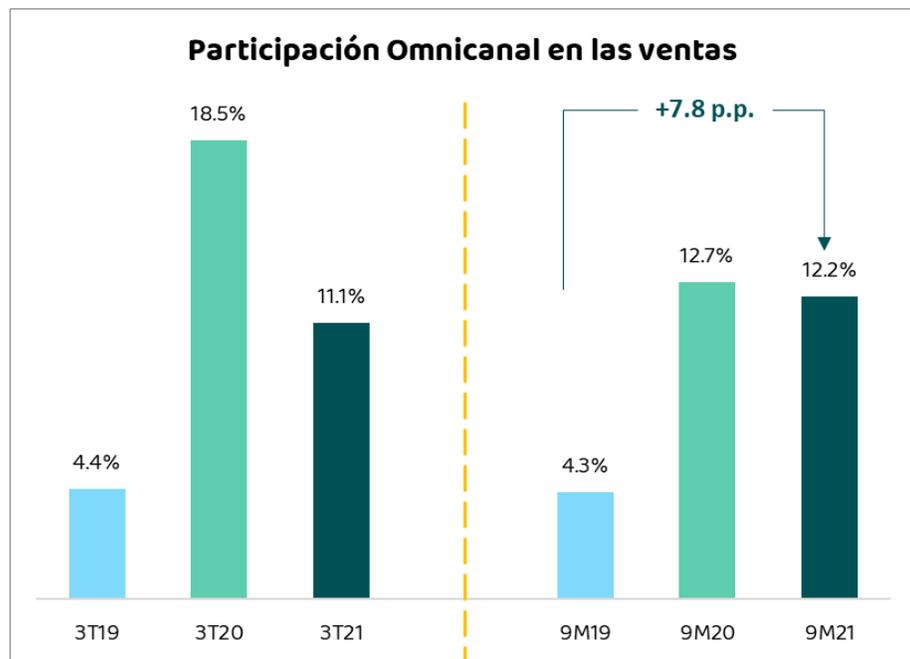
Apalancó las ventas de todas las marcas; líder en la región con una participación del 12.2% sobre las ventas

Hechos destacados 9M21

Ventas totales
\$1.04 billones (-2.9%)

Participación en las ventas ⁽²⁾
12.2% (vs. 12.7% en 9M20)

Orders
5.8 M (-11.9%)



+5.2% ventas de alimentos

-11.4% ventas de no alimentos ⁽³⁾

10% /ventas de alimentos
(vs. 9.3% en 9M20)

16.6% /ventas de no alimentos
(vs. 21.1% en 9M20)

E-commerce

- ✓ \$365mil M en ventas
- ✓ 110 M visitas
- ✓ 817 mil tickets

Apps

- ✓ 1.4 M descargas (+26.8%)
- ✓ \$262 mil tickete promedio (+10.6%)
- ✓ Nuevas funcionalidades: "Mis premios"

Última milla y domicilios

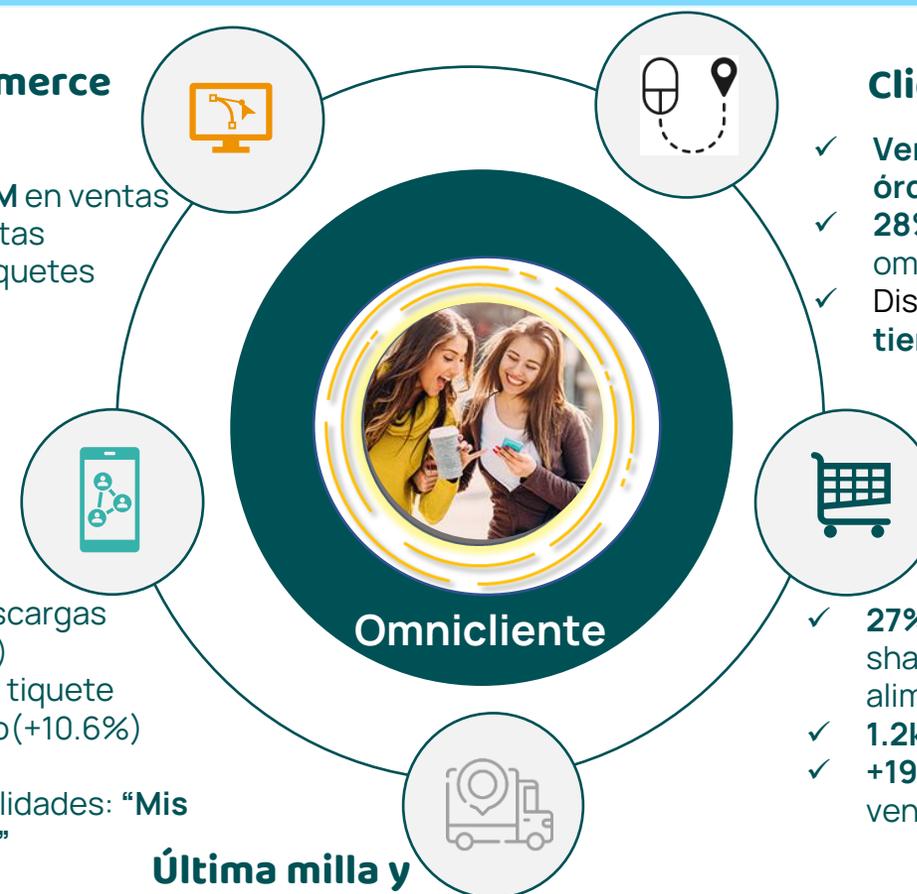
- ✓ 5.8 M entregas

Click & Collect

- ✓ Ventas +37% y órdenes alcanzaron 1M
- ✓ 28% / ventas GMV⁽⁴⁾ omnicanal
- ✓ Disponible en 476 tiendas y 12 malls

Marketplace

- ✓ 27% / ventas GMV⁽⁴⁾ share omnicanal de no alimentos
- ✓ 1.2k vendedores
- ✓ +19.1% productos vendidos

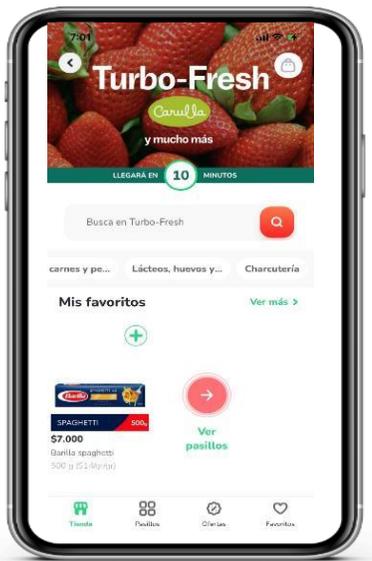


(1) Incluye .com, marketplace, domicilios, Shop&Go, Click&Collect, catálogos digitales y B2B virtual. (2) Cifras ajustadas vs las reportadas en 9M20 debido a la inclusión de B2B virtual en la base. (3) Las ventas reflejaron 2 días sin IVA en 2020 y cierres en 2021. (4) GMV: Valor Bruto de la Mercancía



Actividades digitales innovadoras

Desarrolladas para potenciar la estrategia omnicanal e incrementar las ventas



Turbo 10 minutos



Turbo-Fresh

- Lanzamiento de un **servicio de entrega extra-rápido** (10 min) en alianza con RAPPi para entrega de viveres de Carulla
- Opera a través de una red de **64 tiendas** “oscuras” de **Rappi** (se esperan 110 tiendas para el 4T21)
- **55% de nuevos clientes**
- **NPS(1): 70**

(1) NPS: Net Promoter Score sobre 100 puntos

Servicio de WhatsApp



- Lanzado en 2020
- Las **ventas se han multiplicado por 2,3 veces vs 2020**
- Cerca del **20% de las ventas omnicanal**
- Servicio **disponible en 320 tiendas** (176 Éxito, 84 Carulla, 60 Super Inter)
- Chatbot **conectado directamente** con la tienda preferida por nombre o georreferenciación
- El 67% eligió Click & Collect y el 33% entrega a domicilio



Modelo de Marketing de referidos

- Permite que las personas generen **ingresos refiriendo** productos/servicios a través del ecosistema de la empresa
- Las ventas han crecido un 80% hasta la fecha
- **10% de las ventas de comercio electrónico**
- Más de **36K usuarios** registrados





Monetización de activos y tráfico en 3T21



Los negocios siguieron mejorando beneficiadas por menores restricciones a la movilidad

Negocio Inmobiliario

Ingresos crecieron **49%**⁽¹⁾ en 9M21

Omnicanal representó **3.2%** de las ventas de los locatarios⁽²⁾



Tasa de ocupación del **92%** (a Sep'21)
+60 pb vs Dic/20



Puntos Colombia



- **18.7M clientes** (5.2 M con Habeas data)
- **112 marcas aliadas**
- Más de **20,000 M de puntos** redimidos en 9M21 (+10% vs 9M20)
- Solido **margen EBITDA de un dígito alto** en 9M21

Negocio de alquiler de autos

- En alianza **50%** con Renting Colombia⁽³⁾
- Ofrece una **alternativa de movilidad sostenible**
- **Servicio disponible** en la **red de tiendas** de Grupo Éxito
- **Sinergias potenciales** con TUYA, Puntos Colombia, estaciones de gasolina, y negocios de viajes y seguros
- **Impulsa la capacidad omnicanal, la fortaleza de la marca y la fidelidad de los clientes**



Retail Financiero



- **2.7 M tarjetas** en circulación
- 120,00 tarjetas emitidas en 3T21
- **Cartera por \$ 3.0 B** (+10.4%)

TUYA Pay
(billetera digital)



- Más de **642,000 usuarios** (33% fueron nuevos clientes para TUYA)

(1) Including the sale of property of near to \$24.5k M in 3Q20. (2) Using Viva Online, Click and collect and home delivery. (3) By Grupo Bancolombia



Estrategia de Sostenibilidad



Compromiso con las iniciativas ESG para generar valor: crecimiento económico, desarrollo social y protección del medio ambiente

Nutrición Infantil



57,595 niños beneficiados con programas de **nutrición y complementarios**

Más de 40,700 madres participaron de la campaña de alimentación materna a nivel nacional lanzada por la Fundación Éxito en redes sociales

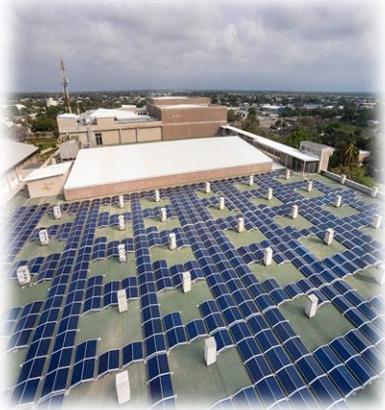
Compra local y proveedores



90% de frutas y vegetales comprados **localmente**

95% de las prendas de vestir compradas a 80 talleres locales con más de 8,000 empleados

Mi planeta



Compromiso para reducir **35% de emisiones** (Objetivos 1 & 2) al 2023

1.7 M kWh de energías renovables por proyectos solares implementados (jun)

Post-consumo y reciclaje



La **compañía más grande en reciclaje** de cartón en **Colombia**

+20,000 tons por año
(14,826 tons a la fecha)

+520 tons de material reciclable a través de la estrategia de post consumo (más de 7 M de empaques)

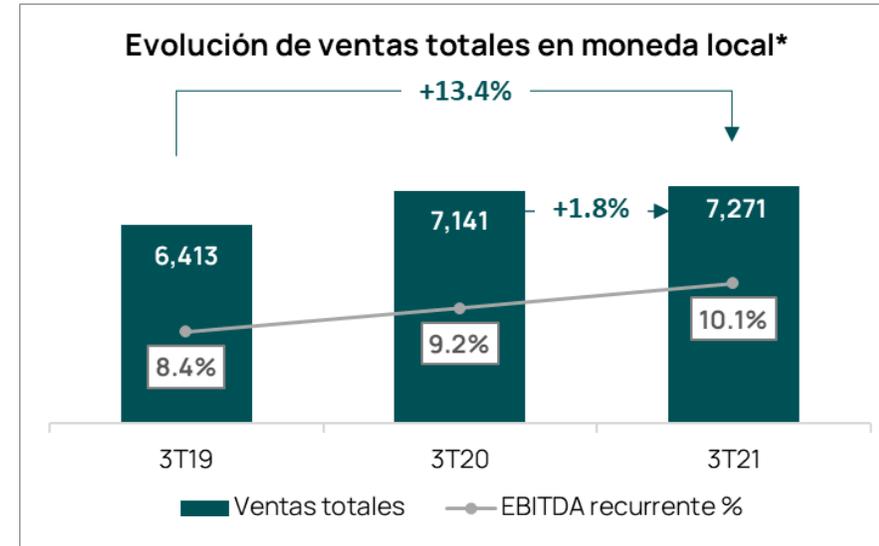


Resultados operacionales: Uruguay



Los mejores resultados trimestrales en 2021: recuperación de los ingresos y aumento del margen EBITDA (10,1%, +90 pb) impulsado por las eficiencias internas y a la recuperación económica

en millones de pesos colombianos	3Q21	3Q20	% Var	9M21	9M20	% Var
Ventas Netas	647,716	622,176	4.1%	1,898,958	1,967,844	(3.5%)
Otros Ingresos Operacionales	6,258	6,303	(0.7%)	18,382	18,646	(1.4%)
Total Ingresos Operacionales	653,974	628,479	4.1%	1,917,340	1,986,490	(3.5%)
Utilidad Bruta	225,809	208,807	8.1%	658,955	664,503	(0.8%)
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.5%</i>	<i>33.2%</i>	<i>130 bps</i>	<i>34.4%</i>	<i>33.5%</i>	<i>92 bps</i>
Total Gastos	(173,944)	(163,623)	6.3%	(507,910)	(498,931)	1.8%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>26.6%</i>	<i>26.0%</i>	<i>56 bps</i>	<i>26.5%</i>	<i>25.1%</i>	<i>137 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	51,865	45,184	14.8%	151,045	165,572	(8.8%)
<i>Margen ROI</i>	<i>7.9%</i>	<i>7.2%</i>	<i>74 bps</i>	<i>7.9%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(46) bps</i>
EBITDA Recurrente	66,378	58,131	14.2%	191,830	204,674	(6.3%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>10.1%</i>	<i>9.2%</i>	<i>90 bps</i>	<i>10.0%</i>	<i>10.3%</i>	<i>(30) bps</i>



Ingresos Operacionales

- Ventas netas ⁽¹⁾ +1,4% vs. 3T20 (+13,4% ex FX vs 3T19) por menores restricciones de movilidad
- VMM ⁽¹⁾ (-0,8%) afectado por demora en la recuperación económica y de consumo
- Sólido crecimiento del omnicanal (+23,8%; cuota 3,5% (+69 pb))
- Ventas de Fresh Market +3,8 p.p. por encima de las tiendas no convertidas

Margen bruto

- Sólido aumento del margen (+130 bps) derivado de mayores volúmenes y eficiencias en costos

EBITDA recurrente

- Estricto control y eficiencias en los gastos laborales - operativos permitieron que los gastos crecieran por debajo de los niveles de inflación
- Control de costos y productividad implicaron un crecimiento del margen por encima de los niveles del 3T20 y 3T19 en medio de una tímida tendencia de recuperación de las ventas

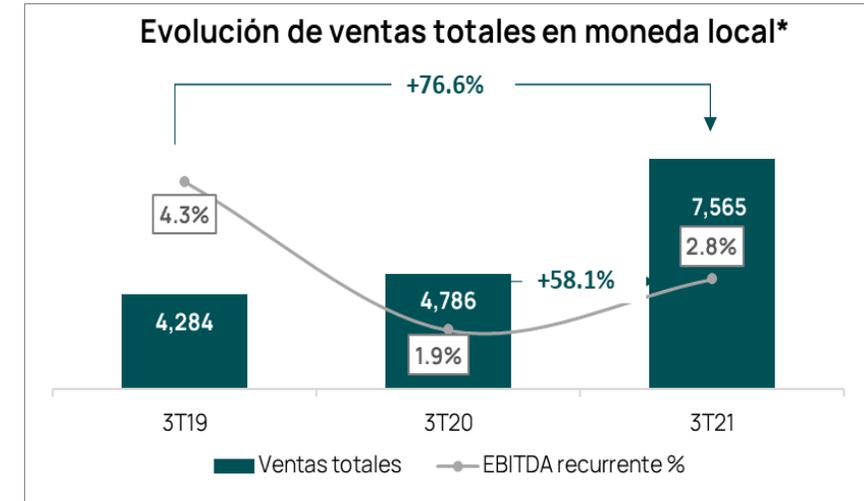


Resultados operacionales : Argentina



Ventas aumentaron por encima de la inflación y el margen EBITDA subió 83 pb por las eficiencias internas apalancadas por la recuperación económica

en millones de pesos colombianos	3Q21	3Q20	% Var	9M21	9M20	% Var
Ventas Netas	288,943	222,414	29.9%	753,511	690,015	9.2%
Otros Ingresos Operacionales	12,512	13,267	(5.7%)	24,046	23,784	1.1%
Total Ingresos Operacionales	301,455	235,681	27.9%	777,557	713,799	8.9%
Utilidad Bruta	102,111	79,267	28.8%	259,287	225,017	15.2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.9%</i>	<i>33.6%</i>	<i>24 bps</i>	<i>33.3%</i>	<i>31.5%</i>	<i>182 bps</i>
Total Gastos	(100,375)	(79,986)	25.5%	(268,725)	(240,551)	11.7%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>33.3%</i>	<i>33.9%</i>	<i>(64) bps</i>	<i>34.6%</i>	<i>33.7%</i>	<i>86 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	1,736	(719)	341.4%	(9,438)	(15,534)	39.2%
<i>Margen ROI</i>	<i>0.6%</i>	<i>(0.3%)</i>	<i>88 bps</i>	<i>(1.2%)</i>	<i>(2.2%)</i>	<i>96 bps</i>
EBITDA Recurrente	8,346	4,580	82.2%	7,491	(1,298)	677.1%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>2.8%</i>	<i>1.9%</i>	<i>83 bps</i>	<i>1.0%</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>115 bps</i>



Ingresos Operacionales

- Las ventas netas y VMM crecieron 57,5% ⁽¹⁾ (por encima de la inflación) en 3T21 beneficiados por el comportamiento de la categoría de alimentación, las tiendas FreshMarket y el omnicanal
- Los ingresos inmobiliarios reflejan el aumento de los niveles de tráfico
- La tasa de ocupación alcanzó el 89%.

Margen bruto

- El margen mejoró 24 pb gracias a: (i) un mayor volumen, (ii) una menor participación de eventos promocionales, (iii) eficiencias en logística, y (iv) la contribución del negocio inmobiliario

EBITDA recurrente

- Los gastos en 3T21 crecieron por debajo del aumento de las ventas producto del estricto control interno y, a pesar de la base de 2020, se beneficiaron de la reducción de los costos debido a la pandemia
- Un mayor margen EBITDA por la dilución de los gastos y los esfuerzos internos
- Libertad continuó con una posición de caja estable

Nota: Los datos incluyen el efecto TC de -17,8% en el 3T21 y -23,7% en 9M21 calculado con el tipo de cambio de cierre. Según la CAME, las ventas retail argentinas crecieron 13,0% a 9M21 frente al N-1.

(1) En moneda local e incluyendo el ajuste por efecto calendario del 0,6% en el 3T21 y del 0,7% en los 9M21.



María Fernanda Moreno R.

Investor Relations Director

+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