



Informe de gestión 2021

Señores y Señoras accionistas:

El año 2021 estuvo marcado por la esperanza en medio de tantos retos, y trajo sin duda como grandes enseñanzas la colaboración, la innovación y la adaptación como motores para la sociedad y el sector empresarial. El mundo entendió que los impactos de la globalización van más allá de lo económico y que los cambios sociales y la disrupción tecnológica exigen fortalecer la capacidad adaptativa individual y colectiva. Así mismo, se avanzó en la vacunación contra el COVID-19 y la reactivación económica. Este contexto, generó nuevas dinámicas sociales, cambios en los consumidores y una mayor actividad comercial, que se vieron reflejadas en el desempeño de la compañía.

El Grupo Éxito reafirmó su enfoque estratégico centrado en el cliente y fundamentado en la omnicanalidad, innovación en formatos, monetización de sus activos y el uso eficiente de sus recursos. Gracias a ello, logramos capitalizar importantes avances en los canales digitales, mantener la preferencia de nuestros clientes en los formatos innovadores (Éxito Wow, Carulla FreshMarket, Surtimayorista y Super Inter Vecino) e incrementar los niveles de rentabilidad debido a la contribución del *retail* y a la recuperación de los negocios complementarios, tales como el inmobiliario y el financiero.

¡En Grupo Éxito nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de millones y millones de colombianos y colombianas! Creemos en el poder de construir juntos un mejor país, las ilusiones compartidas, los trabajos hechos con esfuerzo y dignidad. Sabemos que actuar íntegramente construye confianza, la cual nos llena de alegría y nos motiva a siempre hacer las cosas bien hechas, retándonos a dar los máximos posibles.

Nos mueve el deseo de aportar para permanentemente construir un mejor país para todos nosotros, nuestros hijos e hijas y sus descendientes, y así entre todos y todas cumplir el sueño del país que queremos lograr. Un país donde la solidaridad, la responsabilidad, la transparencia, las relaciones duraderas, el cuidado del otro y del planeta, sea la forma natural de crecer como personas, y también de las empresas, que nos permiten desarrollar el propósito de vida. Nos mueve la convicción de aportar al crecimiento y bienestar de Colombia y por eso presentamos nuestro propósito superior “Nutrimos de oportunidades a Colombia”.

Colombia – Grupo Éxito

El desempeño macroeconómico durante el 2021 tuvo una senda de clara recuperación. El crecimiento económico del año fue de 10,6%, alcanzando niveles de actividad económica superiores a los niveles pre-pandemia. Este desempeño fue favorecido por el avance del proceso de vacunación que permitió el levantamiento de las restricciones de movilidad, lo que a su vez contribuyó al crecimiento del consumo privado, el aumento del crédito y la reducción del desempleo, que descendió hasta el 11% en el año.

Los ingresos de la operación en Colombia alcanzaron los \$13 billones de pesos, un crecimiento del 7% comparado con 2020 y por encima de los niveles de inflación del año. El resultado positivo de los ingresos estuvo apalancado por el desempeño del omnicanal, la contribución de los formatos innovadores y la importante recuperación de los negocios complementarios, principalmente el inmobiliario, el financiero y el de viajes. Esta dinámica se dio en medio de la reactivación económica del país y la rápida respuesta de la compañía a las necesidades y preferencias de los clientes que regresaron de manera física a los almacenes y al mismo tiempo mantuvieron hábitos de compra a través canales digitales.

El EBITDA recurrente creció 25,1% y sobrepasó los \$1,2 billones de pesos, con un margen sobre los ingresos de 9,4%, superior al 8,0% registrado en 2020. El excelente desempeño operacional fue jalonado por la recuperación de los negocios complementarios que contribuyeron de forma importante y a una optimización de la estructura de costos y gastos de la compañía, aun en un ambiente afectado por presiones inflacionarias.

Durante el 2021, la compañía fortaleció su negocio de comercio al por menor en el país manteniendo la estrategia enfocada en tres grandes pilares:

Omnicanalidad: se consolidó como una estrategia de crecimiento y alcanzó una sólida participación en ventas de 11,9%. Las ventas digitales de la categoría de alimentos se fortalecieron y crecieron a doble dígito, alcanzando una participación del 10%, impulsadas en el uso de las páginas web, aplicaciones móviles, líneas telefónicas, chats de WhatsApp y catálogos digitales.

Se realizaron entregas de más de 7,8 millones de pedidos, utilizando las capacidades internas tecnológicas, operativas y logísticas. La compañía fortaleció su capacidad adaptativa y rápidamente dio respuesta a las necesidades cambiantes de los clientes y generó diferentes soluciones para mejorar su experiencia; ejemplo de ello es el servicio de “Compra y recoge” lanzado en 2020 y que representó el 28% de las ventas omnicanal.

La puesta en marcha de Turbo-Fresh Carulla en alianza con Rappi para entregas de pedidos en menos de 10 minutos y la mayor penetración en el mercado de bajo costo con el desarrollo de la App MiSurtii, que atendió a cerca de 3.000 tiendas de barrio y participó el 13,8% de las ventas del formato Aliados, bajo el que opera. Los días sin IVA promovidos por el gobierno nacional, también favorecieron el desempeño de la plataforma omnicanal y la compañía alcanzó ventas récord, con una ejecución articulada de todas las áreas.

La compañía continuó invirtiendo en el proceso de transformación digital, en tecnologías de innovación y desarrollo de sistemas para el comercio digital y las capacidades logísticas, que permitieron fortalecer el ecosistema del Grupo, a través de una integración de todos los negocios y canales de venta de manera eficiente para ofrecer la mejor experiencia de servicio al "omnicliente".

Innovación: se aceleró la expansión de los formatos innovadores en todas las marcas como estrategia diferenciadora para brindar experiencias superiores a los clientes. Éxito Wow abrió ocho tiendas durante el año, completando 19 en total, las cuales participaron con cerca del 30% de las ventas de la marca en el año.

Carulla abrió ocho almacenes FreshMarket, completando 22 tiendas bajo este modelo, que representó el 45% de las ventas de la marca.

Por otro lado, 18 almacenes de la marca Super Inter, fueron reconvertidos al nuevo formato Vecino completando 25 tiendas que representaron el 47,7% de las ventas totales de la marca en 2021 y con esta innovación, se posicionó como líder en venta de alimentos en Cali.

Seis tiendas Surtimax fueron adaptadas para operar un piloto en el segmento de precios bajos y ofrecieron una mejor distribución de la misma y una oferta renovada de productos locales.

Por su parte, Surtimayorista alcanzó 36 tiendas con dos aperturas en el año, una conversión y una orgánica. Es la marca con mayor crecimiento en ventas mismos metros (+24,4% versus 2020) de la operación en Colombia, y su Club del Comerciante alcanzó más de 11.500 clientes profesionales inscritos y lanzó un nuevo beneficio en compañía de Tuya: la tarjeta de crédito Club del Comerciante Mastercard.

La compañía invirtió un total de \$495.500 millones de pesos en Colombia, con un foco importante en la expansión de formatos innovadores y el desarrollo de sistemas para el soporte del comercio digital.

La **monetización del tráfico** continuó siendo un motor de crecimiento impulsado por la recuperación económica y comercial especialmente en el segundo semestre del año, principalmente de los negocios inmobiliario y financiero. En el negocio inmobiliario, la reactivación del tráfico y los sólidos niveles de ocupación superiores al 93%, fortalecieron el crecimiento de las ventas de las tiendas que operan en nuestros centros comerciales y favorecieron los ingresos por arrendamientos. Los centros comerciales VIVA también hicieron parte de la campaña de vacunación del gobierno, donde se aplicaron cerca de 476.000 dosis en 10 de ellos.

El negocio financiero, tuvo una gran evolución gracias a la recuperación del consumo y la implementación de una estrategia de innovación digital con Tuya Pay, la billetera digital y de microcréditos que registró más de 800 mil usuarios. Tuya alcanzó 2,8 millones de tarjetas emitidas y cerca de \$3,6 billones de pesos en cartera.

Puntos Colombia creció de manera dinámica y rentable. El ecosistema generó acumulaciones superiores a los 38.700 millones de puntos a través de sus 5,5 millones de clientes con habeas data, con un incremento del 17,3% frente al 2020 y reportó niveles de utilidad operacional y utilidad neta durante el año.

Se lanzaron nuevos negocios como Autos Éxito, para ampliar el portafolio de servicios y fortalecer el ecosistema a los clientes con un servicio de alquiler de vehículos y de venta de usados. Adicionalmente, se está desarrollando un facilitador de pagos electrónicos, en alianza con Redeban para aprovechar su conocimiento financiero y el tráfico en las tiendas del Grupo.

Las marcas propias de la compañía continuaron respondiendo a las necesidades del mercado y de los clientes que buscan precios competitivos y productos con propósito y diferenciados. Se destacan las de gran consumo “Frescampo” y “Taeq”, que representaron casi el 16% de las ventas de alimentos; “Arkitect”, “People” y “Bronzini” significaron más del 47% de las ventas de la categoría textil; y “Finlandek”, la marca propia de productos de hogar, creció sus ventas gracias a la colaboración de diseñadores y artesanos colombianos.

Durante el 2021, Grupo Éxito ratificó su compromiso con el país, logró mejorar los niveles de servicio y consolidar su presencia en Colombia. La compañía cerró la negociación con Almacenes La 14, para adquirir la operación comercial de cinco puntos de venta en el Valle de Cauca y Cundinamarca, con los cuales espera fortalecer la red de proveedores locales, contribuir a la reactivación económica, la recuperación del empleo y el plan de expansión de la marca Éxito, operando dichas tiendas bajo el formato de alta experiencia Éxito Wow.

Operaciones internacionales

Las operaciones en Uruguay y Argentina incrementaron su EBITDA recurrente en un 6,7% contribuyendo a la evolución financiera consolidada, apalancadas en mejoras progresivas en el flujo de clientes en las tiendas e incrementos en productividad.

Uruguay – Grupo Disco y Devoto

Los débiles contextos macroeconómicos y de consumo en Uruguay mejoraron gradualmente hacia el último trimestre de 2021, beneficiados por el inicio de una temporada de verano positiva, dada su importante contribución al resultado del país. Se espera que el PIB crezca un 4,5% en 2021 con una clara recuperación durante la segunda mitad del año, con una tasa de desempleo que disminuyó a 7,0% frente al 10,5% registrado en diciembre de 2020. La inflación disminuyó a 7,96% desde el nivel de 9,41% visto en 2020 y su componente de alimentos se redujo a 6,5% frente al 9,5% registrado el año pasado.

La operación en el país fortaleció su propuesta de valor del modelo *fresh market* el cual representó el 45,2% de las ventas en el país; cuatro tiendas fueron renovadas bajo este concepto y se alcanzaron 23 que representaron el 45,2% de las ventas en el país. Uruguay creció sus ventas omnicanal en 9,8% en moneda local, que alcanzaron una participación del 3,6% de las ventas totales en el país.

El desempeño operacional se caracterizó por una evolución del margen bruto y el control estricto de los gastos. El margen EBITDA recurrente alcanzó el 10,2% y se mantuvo como el más alto del Grupo, reflejando los altos niveles de productividad y de control del gasto.

Argentina – Libertad

El contexto en Argentina mostró signos de reactivación económica gradual. El PIB creció 11,9% en el 3T21 beneficiado por el efecto positivo en el tráfico en tiendas y galerías comerciales, como consecuencia del levantamiento de las restricciones de movilidad. No obstante, el país continuó con altos niveles de inflación, la cual alcanzó 49,5% durante 2021, con un componente de alimentos que creció hasta 54,1%. El Índice de Confianza del Consumidor disminuyó -4% vs 2020 a 37,8%, sin embargo, las ventas minoristas aumentaron 14,8% en 2021, según la CAME (Confederación Argentina de la Mediana Empresa).

La operación en Argentina presentó un crecimiento en sus ingresos del 46,8% en moneda local gracias a la mayor dinámica del negocio inmobiliario, el cual alcanzó niveles de ocupación del 90%; al desempeño positivo del negocio del *retail* y a la evolución de los canales digitales que participaron con el 2,6% de la venta. El margen EBITDA recurrente fue del 3,4% en 2021, el doble que el reportado en 2020, favorecido por la recuperación del negocio inmobiliario y por el estricto control de gastos, los cuales crecieron por debajo de la inflación.

Resultados financieros consolidados

La compañía alcanzó los \$16,9 billones de pesos en ingresos, 7,5% más que los alcanzados en 2020, favorecidos por la reactivación comercial y económica, que permitió la dinamización de las ventas de los diferentes canales, tanto el físico, apalancado en los formatos innovadores, como el de comercio electrónico. Adicionalmente, contribuyeron los negocios complementarios principalmente el inmobiliario y financiero, y el lanzamiento de nuevos negocios que se suman al ecosistema.

La operación en Colombia representó el 77% de los ingresos totales del Grupo, que lograron crecer el 7% frente al año anterior, apalancados en el ecosistema de negocios. Por su parte, las operaciones internacionales representaron el restante 23% de los ingresos consolidados, los cuales alcanzaron \$3,9 billones de pesos, jalados por la dinámica comercial que se tradujo en un crecimiento del 12,7%, excluyendo los efectos en cambios de tasas.

La rentabilidad de la compañía fue muy superior y el EBITDA recurrente del Grupo creció el 20,7% comparado con el 2020 y alcanzó más de \$1,5 billones de pesos, con un margen de 9,1% que representa 99 puntos básicos más que el año anterior (8,1%). Así mismo, la utilidad neta fue dos veces la del 2020, llegando a \$474 mil de millones de pesos; resultado de un histórico desempeño del negocio *retail*, el fortalecimiento de los negocios complementarios y actividades conjuntas del ecosistema, además de una optimización de la estructura operacional y financiera

La posición neta de caja fue de \$1,2 billones de pesos, lo que refleja la solidez financiera de la organización.

Sostenibilidad

Grupo Éxito continuó ubicándose entre los 10 *retailers* de alimentos con mejor puntuación en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones y ocupó la novena posición logrando un mejor desempeño al aumentar 3 puntos y ubicándose dentro de percentil 89 de la industria.

A continuación, se resaltan algunos logros en la estrategia de sostenibilidad:

- Dinamización de su estrategia climática participando activamente de la COP 26 en Glasgow, aumentado su MEGA ambiental, y declarando ser una compañía que aspira ser carbono neutro para el año 2035 (alcance 1 y 2) y se destaca el hito del formato Carulla FreshMarket al ser reconocido por el ICONTEC como el primer *retail* de alimentos carbono neutro de la región.
- En la estrategia de economía circular la compañía logró gestionar cerca de 21.000 toneladas de reciclaje, las cuales gracias a su comercialización se convierten en la principal fuente de financiamiento para la mega de Cero Desnutrición Infantil, liderada por la Fundación Éxito.
- Soy Re como programa posconsumo, creció más de 215% durante el año 2021, logrando movilizar a 187.000 clientes y gestionando más de 12 millones de unidades de empaques.
- El modelo de ganadería sostenible se consolidó con el monitoreo satelital del 100% de los proveedores directos, gracias a la alianza con Climate Focus y el Centro Internacional de Agricultura Tropical – CIAT, a través de GANSO (Ganadería Sostenible). También se avanza en la estructuración de la estrategia de conservación en los predios ganaderos junto a WWF.
- Gracias a la gestión de la Fundación Éxito para lograr cero desnutrición crónica en la niñez colombiana, fueron beneficiados más de 70 mil niños y niñas en el país.
- En relacionamiento con la comunidad, se resaltan dos iniciativas: la Feria Nacional de Grafiti “Pigmentos Urbanos”, con la que se llegará a 11 ciudades del país junto a artistas locales; y Terrazas Verdes, proyecto de seguridad alimentaria que inició en la Comuna 13 de Medellín y busca beneficiar a mujeres cabeza de familia y sus hijos e hijas tanto en seguridad alimentaria, como en generación de ingresos.

- Avances en estrategia de segundas oportunidades a personas privadas de la libertad, continuó con la producción textil en el centro penitenciario de Yarumal, Antioquia; inició el proyecto productivo de panadería en el centro penitenciario de Barranquilla, y se destacó especialmente la colección textil junto Johana Bahamón + People.
- Fortalecimiento del abastecimiento de productos agrícolas producidos por poblaciones beneficiadas por los acuerdos de paz en los municipios PDET (Planes de Desarrollo con Enfoque Territorial) en el marco del trabajo articulado con la Alta Consejería Presidencial para la Estabilización y la Consolidación y demás entidades del Gobierno Nacional.
- Gracias al trabajo en la promoción de la compra local y directa, se destaca que Yunus Social Business, en su publicación “Social Procurement Manual 2021” presentó como #CasoDeÉxito el trabajo realizado junto al proveedor Pomario, en ella se resalta la labor realizada en conjunto con productores agrícolas y campesinos colombianos en pro del desarrollo rural, las mejores prácticas agrícolas, construcción de relaciones de largo plazo, eliminación de la intermediación y la mejora en prácticas para sus cultivos y acompañamiento a las comunidades.

Gobierno Corporativo y Control Interno

La compañía continúa consolidando las mejores prácticas de gobierno corporativo, construyendo relaciones de valor con sus grupos de interés a través del desarrollo de las transacciones estratégicas y operativas de la compañía bajo un entorno de integridad, en el que la administración aseguró la transparencia en las prácticas de gestión, generando confianza a sus accionistas e inversionistas desde la integración de los negocios y la armonización del Grupo.

Frente al sistema para la prevención y el control de los riesgos de lavado de activos, financiación del terrorismo y financiamiento para la proliferación de armas de destrucción masiva, se cumplió con la normativa aplicable, así como con el conjunto de políticas y procedimientos internos que la desarrollan, incluyendo los reportes legales a los que está obligada la compañía.

De igual forma, en cumplimiento del compromiso asumido por la compañía para la lucha contra la corrupción, Grupo Éxito obtuvo el reconocimiento como Empresa comprometida con la Integridad 100 por el Instituto Anticorrupción, reflejando la solidez de su Programa de Transparencia, habilitador de relaciones de confianza con sus grupos de interés.

En torno a la gestión de riesgos, la compañía actualizó el perfil de riesgos estratégicos y sus negocios mediante el análisis de riesgos, oportunidades y tendencias y en atención a los cambios de contexto, aportando así al fortalecimiento de la resiliencia organizacional.

La compañía procura el fortalecimiento del sistema de control, avanzando en la modelación y articulación de los diferentes marcos de control que su condición societaria y la de sus accionistas le incorporan como garante de una gestión responsable. Así mismo, la administración permanentemente busca incorporar las nuevas tendencias nacionales e internacionales en asuntos de control interno, así como las mejores prácticas, de forma que la arquitectura de control se fortalezca y actualice en función de las dinámicas de los negocios y las necesidades de la organización, permitiendo la evolución del ecosistema empresarial en un entorno asegurado.

Los estados financieros, indicadores y hechos relevantes fueron presentados en forma periódica al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva. El Comité realizó la supervisión de la información y el reporte financiero, la gestión de los riesgos, la gestión de la auditoría interna y la revisoría fiscal, los asuntos relevantes del sistema de control interno y el cumplimiento regulatorio.

La administración certifica que el sistema de control interno no presentó falencias que hayan impedido registrar, procesar, resumir y presentar adecuadamente la información financiera, ni se presentaron fraudes significativos que hayan afectado su condición, calidad e integridad. La revelación de información financiera fue verificada y cumplió con la normatividad vigente, asegurando que la información al 31 de diciembre de 2021 es adecuada y pertinente y no contiene vicios, imprecisiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial de la organización.

Para más información sobre gobierno corporativo y el Sistema de Control Interno de la compañía, lo invitamos a consultar el informe de gobierno corporativo haciendo clic [aquí](#).

Transacciones entre partes relacionadas

Las transacciones entre partes relacionadas llevadas a cabo durante el período 2021 se realizaron con la plena observancia de la Política y el Procedimiento de Transacciones entre Partes Relacionadas vigentes, cumpliendo el trámite corporativo requerido ante el Comité de Auditoría y Riesgos o la Junta Directiva, según correspondió. El detalle sobre tales transacciones puede ser consultado en el informe de gobierno corporativo y en la nota 37.2 de los estados financieros.

Propiedad intelectual y cumplimiento normativo

En materia de propiedad intelectual se dio cumplimiento a la normatividad aplicable para Colombia y para los demás países en los que se tiene presencia comercial; se cuenta igualmente con las correspondientes licencias de uso de signos distintivos y demás derechos de autor respecto de los cuales no se es titular. En relación con el derecho de autor, se informa que se dio cumplimiento a las normas aplicables en la materia y a las condiciones definidas en los contratos de uso de licencias de software.

En atención al compromiso corporativo por la protección de los datos personales, la gestión de los riesgos asociados a la privacidad y la construcción de un programa integral, la compañía desarrolló actividades y estrategias encaminadas al cumplimiento de la normativa vigente y las buenas prácticas aplicables en la materia, teniendo como principio el reconocimiento de la privacidad y el respeto por el derecho fundamental de habeas data.

Finalmente, se informa que no se ha limitado, de manera alguna, la libre circulación de las facturas emitidas por los proveedores de bienes o servicios y que la compañía no se encuentra incurso en investigaciones relacionadas con prácticas restrictivas de la competencia.

Mensajes de cierre

Durante el 2021, los avances en la vacunación contra el COVID-19 y el control de los contagios, permitió recuperar la confianza y generar una mayor dinámica comercial y económica. En Grupo Éxito, contribuimos ofreciendo centros comerciales Viva como lugares para que el gobierno profundizara su proceso de vacunación y la compañía adquirió 16.000 dosis para sus empleados. En este contexto, la estrategia de Grupo Éxito demostró ser la adecuada gracias al foco en el cliente, la omnicanalidad, la innovación y la monetización de los activos del Grupo.

Los últimos años han puesto a prueba a la compañía y su estrategia desde el frente competitivo, económico, social y operacional. Las capacidades adaptativas de la organización le han permitido evolucionar, gracias al fortalecimiento de la estrategia omnicanal que representa hoy el 9,9% de las ventas consolidadas, un negocio *retail* diferenciado en cada uno de sus mercados, negocios complementarios que crecen el 37,3%, una solidez financiera con una posición neta de caja de \$1,2 billones de pesos y una utilidad neta que alcanza más de \$474 mil millones de pesos.

El contexto del mercado, la proyección y el compromiso de la empresa con la región, le permitió retomar niveles de inversión históricos y hacer un foco importante en la innovación en formatos. Durante el 2021, la Compañía invirtió a nivel consolidado, \$550 mil millones de pesos en proyectos para la apertura, conversión y reformas de 57 tiendas, el fortalecimiento de tecnologías para soportar la operación de la omnicanalidad y retomar la expansión del *retail* en Colombia, mediante el acuerdo con Almacenes La 14 para adquirir cinco importantes tiendas en el Valle del Cauca y en Cundinamarca.

'Nutrimos de oportunidades a Colombia' es mucho más que cinco palabras, es un gran propósito para movilizar, para llenarnos de esperanza y aspiraciones, porque no hay nada más valioso que conocer el sueño de millones de colombianas y colombianos, y dar todo de nosotros para nutrirlo, y por supuesto, cumplirlo. ¡En Grupo Éxito nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de millones y millones de colombianos y colombianas!

Quiero agradecer a los cerca de 46.000 colaboradores y colaboradoras en Colombia, Uruguay y Argentina, que han mantenido su compromiso con los clientes, con el servicio y con los estándares de bioseguridad. La consistencia y la coherencia nos permiten construir la compañía adaptativa que demanda el contexto actual y seguir siendo la empresa del sector preferida por los colombianos.

El 2021 fue un año marcado por la esperanza. En épocas de crisis la esperanza es una responsabilidad y estas a su vez son oportunidades. Desde el inicio de la pandemia Grupo Éxito ha tenido importantes lecciones en materia de solidaridad, adaptabilidad, agílsimo, innovación, capacidad de toma de decisiones y trabajo con propósito, lecciones que hoy cobran más vigencia que nunca.

Vemos con optimismo la llegada del 2022 y esperamos que la senda de recuperación macroeconómica y comercial continúe, beneficiando el desarrollo social de los países y favoreciendo el fortalecimiento de nuestra estrategia en la región.