

Los ingresos operacionales consolidados de Grupo Éxito en 2021 alcanzaron los \$16,9 billones de pesos, con un crecimiento del 7,5%, jalonado por una recuperación macroeconómica y operacional importante, en los países donde opera la Compañía.

Las ventas consolidadas crecieron 7,1% frente al año anterior, excluyendo el efecto de tasa de cambio. En Colombia, crecieron 5,5% y totalizaron los \$12,3 billones de pesos, impulsadas por el desempeño de los formatos de almacenes innovadores, la omnicanalidad y la recuperación de los negocios inmobiliario y financiero.

El EBITDA recurrente consolidado del año llegó a \$1,5 billones de pesos, con un incremento del 20,7% y un margen de 9,1%. La mejora operacional se dio gracias a una estrategia enfocada en el cliente, la innovación, la omnicanalidad y la oferta de servicios complementarios a nuestros clientes, física y virtualmente.

Al cierre del 2021, la utilidad neta consolidada de Grupo Éxito fue de \$474.681 millones de pesos, el doble de la obtenida en el 2020, producto de mejoras operativas y la buena dinámica comercial.

Los canales de comercio electrónico y directo en Colombia representaron el 11,9% de las ventas y totalizaron \$1,5 billones de pesos en 2021. A nivel consolidado, la omnicanalidad representó el 9,9% de las ventas del Grupo.

Para 2022 la Compañía continuará con el plan de expansión de sus formatos innovadores (Éxito Wow, Carulla FreshMarket, Super Inter Vecino, Surtimayorista y Surtimax) renovando entre 50 y 60 tiendas en Colombia y 6 hipermercados que operaba La 14.

Grupo Éxito continuó fortaleciendo su estrategia para operar responsable y sustentablemente. Para destacar, la promoción del comercio sostenible a través de la compra directa a agricultores y campesinos; el apoyo a la nutrición infantil; y la certificación Carbono neutro otorgada por el ICONTEC a Carulla FreshMarket, que lo posiciona como el primer *retail* de alimentos certificado en América Latina.

- Las ventas en Colombia crecieron **5,5%**, llegando a **\$12,3 billones** de pesos, jalonadas por el desarrollo de la omnicanalidad y el desempeño de los formatos innovadores.
- Los canales de comercio electrónico y directo en Colombia alcanzaron ventas por **\$1,5 billones** de pesos y 7,8 millones de despachos a domicilio. La participación de las ventas omnicanal en Colombia alcanzó el 11,9%, nivel que puede ser considerado entre los más altos de la región.
- Los formatos innovadores se consolidaron y aumentaron su participación al **33,3%** en las ventas totales de la operación en Colombia. Por marca, las tiendas Éxito Wow representaron el **29,6% de las ventas**, Carulla FreshMarket el **45,1%**, Super Inter Vecino el **47,7%** y Surtimayorista que participó con el 4,6% de las ventas de la Compañía.
- Para resaltar también en Colombia, la recuperación gradual de los negocios inmobiliario y financiero con Tuya, que fueron importantes contribuidores a los ingresos.
- La operación en Uruguay registró un margen EBITDA recurrente del **10,2%** y continuó como la operación más rentable del Grupo. Las ventas omnicanal crecieron **9,8%** en moneda local y representaron el **3,6%** de las ventas totales en ese país.
- En Argentina, la operación tuvo crecimientos importantes en sus ingresos (**+46,8%**) en moneda local, jalonados por la recuperación del consumo y del negocio inmobiliario. El margen EBITDA recurrente del país alcanzó el **3,4%**, casi dos veces el registrado en 2020.
- Durante 2021, 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, regiones en donde espera continuar impulsando la generación de empleo y la reactivación de los proveedores locales.

## Resultados consolidados del Grupo Éxito (Colombia, Uruguay y Argentina)

Los ingresos operacionales consolidados de Grupo Éxito en 2021 alcanzaron los **\$16,9 billones de pesos y crecieron 7,5%** frente al año anterior, impulsados por la dinamización de los formatos innovadores, el comercio directo y electrónico que alcanzó el **9,9%** de las ventas totales y la recuperación de los negocios complementarios.

La operación en **Colombia** representó el **77% de los ingresos totales** del Grupo. Los ingresos en el país crecieron **7%** frente al año anterior, apalancados por la contribución de los formatos innovadores que representaron el **33,3%** de las ventas y la recuperación de los negocios complementarios principalmente **el inmobiliario, el financiero y el de viajes**. Las operaciones internacionales alcanzaron ingresos por **\$3,9 billones de pesos**, jalonados por una mejor dinámica económica y comercial que se tradujo en un crecimiento del **12,7%**, excluyendo los efectos de tasas de cambio.

**La rentabilidad del Grupo mejoró de forma importante en 2021**; el EBITDA recurrente creció el **20,7%** y alcanzó los **\$1,5 billones** de pesos con un margen de **9,1%** comparado con el **8,1%** del año anterior. La utilidad neta fue dos veces la reportada en 2020, y alcanzó los **\$474.681 millones de pesos**; producto de un **sólido desempeño del negocio retail**, la recuperación de los negocios complementarios y de una estructura operacional y financiera más eficiente.

*“El 2021 fue un año marcado por la esperanza en medio de tantos retos. En Colombia, el inicio de año fue complejo, afectado por cierres de almacenes y por el paro nacional; en Uruguay, tuvimos la peor temporada turística, y en Argentina enfrentamos dificultades macroeconómicas. Sin embargo, el Grupo se adaptó de manera rápida y logró capturar importantes oportunidades. Así pues, cerramos el año con mejoras en los ingresos y en la rentabilidad, gracias al fortalecimiento de nuestra estrategia digital, soportada en nuestra red de almacenes, la consolidación de nuestros formatos innovadores y la recuperación de negocios tan importantes como el inmobiliario y el financiero. Durante 2021, trabajamos en nuestro propósito superior: “Nutrir de oportunidades a Colombia”, mediante actividades consistentes de apoyo a la nutrición infantil, la compra local y directa a los productores, y apoyo a nuestros proveedores, en especial a las pequeñas y medianas empresas. En Grupo Éxito nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de los colombianos y creemos en el poder de construir juntos un mejor país. Sabemos que actuar íntegramente construye confianza y que hoy, más que nunca, tenemos que dar los máximos posibles para lograr un crecimiento equilibrado en lo económico, en lo social y en la protección de nuestro planeta.*

*La operación en Colombia logró crecimientos importantes en 136 puntos básicos en el margen EBITDA recurrente, producto de una operación más eficiente. La operación en Uruguay continuó siendo la más rentable de la región con un 10,2% de margen, y en Argentina, el margen EBITDA recurrente creció dos veces llegando a 3,4%, apalancado por la recuperación del negocio inmobiliario en medio de un ambiente económico retador”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente de Grupo Éxito.*



## Resultado consolidado operacional de Grupo Éxito

Cifras expresadas en millones de pesos colombianos

	Año - 2021			% Var sin efecto Tasa de cambio
	2021	2020	% Var COP	
Ventas	16.105.756	15.141.244	6,4%	7,1%
Ingresos Operacionales	16.922.385	15.735.839	7,5%	8,3%
Utilidad Bruta	4.433.529	3.956.929	12,0%	13,0%
	26,2%	25,1%		
Gastos O&AV	-3.445.510	-3.203.101	7,6%	8,6%
	20,4%	20,4%		
Utilidad Operacional Recurrente	988.019	753.828	31,1%	21,4%
	5,8%	4,8%		
EBITDA Recurrente	1.535.403	1.271.861	20,7%	21,4%
	9,1%	8,1%		
Utilidad Neta Grupo Éxito	474.681	230.872	105,6%	106,7%
	2,8%	1,5%		

### En Colombia, el fortalecimiento de la estrategia omnicanal, la innovación en formatos, y los negocios complementarios apalancaron los resultados

Los ingresos de la operación en Colombia alcanzaron los **\$13 billones de pesos**, un crecimiento del **7%** comparado con el registrado en 2020 y por encima de los niveles de inflación del año. Las ventas tuvieron un crecimiento del **5,5%**, y alcanzaron los **\$12,3 billones de pesos**, jalonadas por el desempeño del negocio del *retail*, beneficiado por las inversiones realizadas en la mejora continua de la **experiencia del cliente y la renovación de las tiendas físicas**, principalmente en formatos innovadores y de conveniencia. El desempeño positivo de la operación en Colombia también se apalancó en el dinamismo generado por la reactivación económica del país, que impulsó el consumo en los almacenes y el tráfico en los centros comerciales que llevó al negocio inmobiliario a alcanzar un **93%** en niveles de ocupación.

El EBITDA recurrente creció el **25,1%** y sobrepasó los **\$1,2 billones de pesos**, con un margen sobre los ingresos de **9,4%** superior al **8%** registrado en 2020. Durante el 2021, la Compañía fortaleció su negocio de comercio al por menor en el país manteniendo la estrategia enfocada en tres grandes pilares:

**1. El crecimiento de los canales de comercio electrónico y directo**, que alcanzaron una sólida participación en ventas de **11,9%**. Este resultado se apalancó en:

- **El crecimiento doble dígito** de las ventas de alimentos realizadas a través de las páginas web (exito.com y carulla.com), aplicaciones móviles, líneas telefónicas, chats de WhatsApp y catálogos digitales que alcanzaron una participación del 10%.
- **La entrega de 7,8 millones de órdenes** a través de diferentes modalidades de despacho.
- **El fortalecimiento del servicio Compra y Recoge** con un incremento del **23,5%** en las ventas y una participación del **28%** dentro del omnicanal.
- **El lanzamiento en alianza con Rappi de Turbo-Fresh Carulla**, el nuevo servicio de última milla que ofrece entregas en menos de 10 minutos.
- **La atención a cerca de 3.000 tiendas de barrio** a través de la aplicación móvil **MiSurtii**, que al cierre del 2021 participó con el **13,8%** de las ventas del formato Aliados bajo el que opera.

**2. Innovación en formatos como estrategia diferenciadora** para brindar experiencias superiores a los clientes, a través de la aceleración de la expansión en todas las marcas:

- **Éxito Wow** abrió 8 tiendas y llegó a 19 tiendas en el país; el formato representó el **29,6%** de las ventas totales de la marca en el año.
- **Carulla FreshMarket** abrió 8 tiendas y completó 22 almacenes bajo este formato, las cuales registraron el **45,1%** de las ventas totales de la marca en el año.

- **SuperInter Vecino**, el nuevo modelo de la marca que promueve la compra local de frutas, verduras y carnes de calidad, representó el **47,7%** de las ventas totales de la marca en 2021 con 25 almacenes bajo este formato.
- **Surtimayorista**, la marca del formato *cash and carry*, cumplió cinco años de operación en el país, y completó 36 tiendas. La marca tuvo un crecimiento en ventas del **25,2%** comparado con el 2020. Su programa de fidelización 'Club del Comerciante' alcanzó más de **11.500** clientes inscritos.

Para el 2022, la Compañía cuenta con un plan de expansión de los formatos innovadores el cual comprende renovaciones y aperturas de entre 50 y 60 tiendas, la adecuación de 6 hipermercados antes operados por La 14 y la inversión en tecnología y logística para las ventas digitales y las entregas de última milla.

**3. La monetización del tráfico en los almacenes y en los activos inmobiliarios**, continuó siendo un motor de crecimiento impulsado por la recuperación económica y comercial en el segundo semestre del año, a través de los siguientes negocios:

- **El negocio inmobiliario**, beneficiado por la reducción de las restricciones a la movilidad, alcanzó niveles de **ocupación del 93%** e incrementó sus ingresos en **54%** durante el 2021. Otras estrategias que contribuyeron a su reactivación fueron el lanzamiento de "Viva Online" como plataforma *marketplace* para arrendatarios, "*Click and Collect*" y Domicilios Viva. Además, diez centros comerciales Viva participaron dentro del programa de vacunación nacional contra el COVID-19, donde se aplicaron **475.750 dosis** durante el año.
- **Tuya alcanzó 2,8 millones de tarjetas en circulación** e innovó con nuevos servicios como Tuya Pay, la billetera digital y de microcréditos que registró más de 800 mil usuarios. Este negocio continúa fortaleciendo las sinergias con el ecosistema digital del Grupo Éxito.
- **Puntos Colombia** registró 5,5 millones de clientes activos, un incremento del **17,3%** frente al 2020.
- Se lanzaron **nuevos negocios** como **Autos Éxito**, un servicio de alquiler de vehículos y de venta de usados en algunos hipermercados Éxito, en alianza con Renting Bancolombia.

### **Un año para ratificar el compromiso con la reconstrucción del tejido social y la reactivación económica**

El 2021 fue un año para entregar los máximos posibles y para fortalecer el relacionamiento con la comunidad, la solidaridad y el cuidado del planeta. Se destacan los siguientes logros:

- La compañía continuó trabajando hacia el objetivo de lograr **la primera generación cero desnutrición crónica** en Colombia. Durante el 2021, se entregaron paquetes nutricionales que beneficiaron a más de 70.000 niños y niñas en el país a través de la Fundación Éxito. En Siloé, en Cali, 200 madres comunitarias fueron formadas en atención a la primera infancia.
- Durante el 2021, Carulla FreshMarket fue reconocido por el ICONTEC como el [primer retail de alimentos Carbono Neutro de Latinoamérica](#).
- La compañía presentó proyectos para contribuir a la reconstrucción del tejido social. Entre ellos, la [Feria Nacional de Grafiti "Pigmentos Urbanos"](#), que inició con la entrega de tres murales en Bogotá y llegará a 11 ciudades del país; [Terrazas Verdes](#), que nació como proyecto de seguridad alimentaria en la Comuna 13 de Medellín; y el lanzamiento de la colección [Johana Bahamón + People](#), representada por personas pospenadas y familiares de personas privadas de la libertad. Adicionalmente, se continuó con la producción textil en el centro penitenciario de Yarumal en Antioquia.
- La compañía cerró la negociación con [Almacenes La 14 para adquirir cinco puntos de venta](#) en el Valle de Cauca y Cundinamarca. Estos almacenes serán operados bajo el formato hipermercado de alta experiencia Éxito Wow y espera generar alrededor de 830 empleos permanentes (680 directos y 150 indirectos) para sumar cerca de 5.300 empleos en esta región.

## **La operación en Uruguay se mantuvo como la más rentable de la región**

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**. Una de las principales palancas de crecimiento durante el año fue el **fortalecimiento de los canales digitales**, cuyas ventas crecieron **9,8%** en moneda local y alcanzaron una participación del **3,6%** de las ventas totales en el país. El margen EBITDA recurrente alcanzó el **10,2%** y se mantuvo como el más alto del Grupo, gracias a los esfuerzos constantes de control de gastos y eficiencias en la operación.

## **En Argentina, se duplicó el margen EBITDA recurrente, favorecido por la recuperación del negocio inmobiliario**

La operación en este país presentó un crecimiento en los ingresos del **46,8%** en moneda local gracias a la mayor dinámica del negocio inmobiliario que alcanzó niveles de ocupación del **90,4%**. Adicionalmente, contribuyó el desempeño del negocio del *retail* y 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, casi el doble del registrado en 2020 (1,8%), producto del estricto control de gastos que crecieron por debajo de la inflación.

**[Descargue aquí el kit de prensa](#)**