

En el primer trimestre del año, Grupo Éxito registró ingresos operacionales por \$4 billones de pesos, con un crecimiento del 12%¹, y un EBITDA recurrente de \$262 mil 800 millones de pesos con un margen del 6,5% sobre los ingresos.

Las ventas consolidadas de la organización aumentaron 12,9%¹ en el trimestre. El crecimiento excluyendo el efecto COVID-19 fue de 8,6%.

Desde el inicio de la emergencia sanitaria por el COVID-19 Grupo Éxito ha realizado inversiones y actividades enmarcadas en tres ejes: cuidado y protección de colaboradores y clientes, preservación del empleo y la promoción de la solidaridad para juntos construir país, como una manera de fortalecer la sostenibilidad de la compañía en el mediano y largo plazo.

Igualmente ha promovido con mucho dinamismo las ventas en canales virtuales y las entregas a domicilio, tendencias que se refuerzan en el mercado.

- *La operación de la organización en Colombia registró ventas por cerca de \$3 billones de pesos, con un crecimiento del 10,4% frente al primer trimestre de 2019. Las ventas excluyendo el efecto COVID-19 crecieron un 6,3%.*
- *El resultado en Colombia fue apalancado principalmente por los positivos resultados de los formatos innovadores y la estrategia omnicanal que en su conjunto contribuyeron más del 50% al crecimiento de las ventas en el primer trimestre del año, aislando el impacto del COVID-19.*
- *Los canales de comercio electrónico y la entrega directa a domicilio en Colombia tuvieron un importante desempeño y representaron el 5,2% de las ventas totales de la compañía, frente al 4,5% del cierre de 2019, creciendo un 44,6%.*
- *Los esfuerzos comerciales se focalizaron en una ampliación de la capacidad logística, tecnológica para atender el crecimiento de los canales virtuales y entregas a domicilio que crecieron un 36% la cantidad de despachos.*
- *En Uruguay, la organización tuvo un positivo desempeño comercial con un crecimiento del 12,8% de las ventas en moneda local, impulsado por un mejor desempeño de la temporada de verano, la estrategia omnicanal y el modelo fresh market el cual representó el 43,5% de las ventas totales.*
- *En Argentina, las ventas aumentaron un 48,7% en moneda local y con un EBITDA recurrente de \$4.900 millones de pesos, creciendo frente a los \$1.534 millones de pesos del año anterior.*
- *La compañía en Colombia hizo inversiones para la protección y la seguridad de empleados y clientes en este momento de contingencia, las cuales no impactan ni comprometen el resultado a mediano y largo plazo y por el contrario se convierten en generadores de confianza entre sus públicos de interés y fortalecen la sostenibilidad de la compañía en el tiempo. También en Uruguay y en Argentina, se tomaron medidas de protección de la salud de los clientes y colaboradores en medio de la pandemia.*

1. Excluyendo efecto tasa de cambio

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

Grupo Éxito finalizó el primer trimestre del 2020 con un incremento en sus ingresos operacionales del 12%, excluyendo efecto tasa de cambio, frente al mismo periodo del año anterior, equivalentes a más de \$4 billones de pesos. Este resultado refleja la ejecución de acciones innovadoras a través de los formatos de valor (Éxito wow, Carulla FreshMarket y Surtimayorista), de la estrategia omnicanal en Colombia que potencia los canales de comercio electrónico y directo, y los óptimos resultados de la operación en Uruguay fruto de una positiva temporada turística.

El crecimiento de las ventas consolidadas fue de 12,9%, excluyendo efecto tasa de cambio y comparado con el primer trimestre de 2019. Excluyendo el efecto COVID-19, este crecimiento sería de 8,6%, lo que demuestra un buen desempeño del *retail* en su operación habitual

El EBITDA recurrente consolidado superó los \$262 mil 800 millones de pesos con un crecimiento del 4%¹ y un margen de 6,5%, aún con el impacto del COVID -19 en algunos negocios complementarios como el inmobiliario y el financiero. El resultado refleja el incremento en las ventas netas y el control de gastos.

La utilidad neta alcanzó \$21.987 millones de pesos, comparado con la pérdida por \$13,574 millones del primer trimestre de 2019 y un margen sobre los ingresos aumentando 91 bps a 0,5%. Este resultado refleja la variación positiva del desempeño operacional de las unidades de negocio internacionales y el menor nivel de gastos financieros.

“Los resultados de ventas y financieros del Grupo durante el primer trimestre fueron impulsados por el negocio de retail en Colombia, Uruguay y Argentina, por la innovación en nuestros formatos y especialmente por el fortalecimiento de los canales de venta virtual y a domicilio. Esto permitió contrarrestar los impactos del COVID-19, en algunos negocios complementarios como el inmobiliario, los viajes y el financiero.

Dedicamos gran atención, recursos y prioridad, a ejecutar todas las acciones necesarias para la inmediata protección de la salud e integridad de nuestros colaboradores y clientes y la preservación de empleo, anticipando pagos a nuestros pequeños y medianos proveedores. Igualmente contribuimos a la imperiosa solidaridad con los más afectados por la pandemia, en especial a través de la Fundación Éxito que, hasta la fecha, se ha hecho presente con más de 100 mil paquetes alimenticios para la niñez vulnerable, y poniendo a disposición 600 mil mercados sociales familiares a precio de \$16 mil pesos, sin utilidad para el Grupo. En este momento el país nos necesita más unidos que nunca. En Grupo Éxito, de la mano de nuestros cerca de 40 mil colaboradores seguimos trabajando incansablemente por Colombia”, afirmó Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente Grupo Éxito.

1. Excluyendo efecto tasa de cambio

Resultado consolidado operacional de Grupo Éxito
Cifras expresadas en millones de pesos colombianos

	Trimestre 1 - 2020			% Var sin efecto Tasa de cambio
	2020	2019	% Var COP	
Ingresos Operacionales	4,052,431	3,693,763	9.7%	12.0%
Utilidad Bruta	1,001,122 <i>24.7%</i>	978,662 <i>26.5%</i>	2.3%	5.0%
Gastos O&AV	-865,176 <i>21.3%</i>	-853,435 <i>23.1%</i>	1.4%	4.1%
EBITDA Recurrente	262,832 <i>6.5%</i>	257,611 <i>7.0%</i>	2.0%	4.0%
Utilidad Neta Grupo Exito	21,987 <i>0.5%</i>	-13,574 <i>-0.4%</i>	NA	NA

De otro lado, durante la contingencia por el COVID-19, Grupo Éxito ha hecho inversiones importantes para la protección y la seguridad de empleados y clientes, las cuales son unas grandes generadoras de confianza en clientes y empleados, para la continuidad de la operación. Algunas de estas acciones en Colombia son:

- **Darle confianza, tanto a colaboradores como a clientes, mediante la implementación de exigentes medidas de protección, higiene y distanciamiento social, a través de:**
 - La instalación de 2.442 acrílicos en 447 almacenes, para mayor protección y un servicio de menor contacto.
 - La desinfección profunda con equipos de aspersion manual en 524 almacenes a lo largo y ancho del país.
 - La disposición de 1.300 termómetros en todos los puntos de venta para toma de temperatura a empleados.
 - La disposición de kits básicos de higiene para colaboradores con guantes, tapabocas, gafas acrílicas e hidratación.
 - La instalación de dispensadores de gel antibacterial y procesos de desinfección en carros y canastillas de mercado.
 - El aforo de un número máximo de personas por punto de venta.
 - La implementación del servicio "Compra y recoge" en 366 almacenes para que los clientes realicen mercado virtual o telefónico y lo reciban sin costo directamente en su medio de transporte.
- **Preservar el empleo, una de las grandes prioridades de este momento que hemos promovido mediante:**
 - El pago anticipado por cerca de \$60 mil millones, casi 867 pequeños y medianos proveedores durante toda la emergencia sanitaria.
 - La producción progresiva de 20 millones de mascarillas faciales de tela, en 50 de los talleres donde usualmente se confeccionan prendas marca propia. que permiten preservar alrededor de 3 mil empleos.

- La reubicación de alrededor de 270 personas para reforzar la operación, desde áreas de la compañía que tienen restricciones para operar, con el fin de mantener los cerca de 40 mil empleos a lo largo y ancho del país.
- **Promover la solidaridad en un momento en el que el país nos necesita más que nunca, a través de:**
 - La disposición de más de 600.000² mercados básicos a precio de costo (\$16.000) con 12 productos de la canasta básica, para promover la solidaridad entre colombianos.
 - La creación de la tarjeta “Mercado para Colombia” con la cual las personas pueden realizar donaciones. Por cada \$50.000, la compañía aporta \$5.000 y los recursos serán destinados a elementos médicos para atender la emergencia.
 - El trabajo conjunto con la Fundación Éxito, que ha entregado 74.000² paquetes alimenticios por valor de más de \$5.300 millones para proteger la primera infancia.
 - La disposición de horarios exclusivos para personas mayores de 60 años, en situación de discapacidad y mujeres embarazadas.
 - La creación del “Teléfono blanco” como reconocimiento a personal de salud, para su atención priorizada y envío de domicilio sin costo.

Por su parte en las operaciones internacionales también se desarrollaron medidas en los puntos de venta físicos como señalización en puestos de pago para generar distancia física entre los clientes, instalación de dispensadores de gel y atención priorizada para adultos mayores, también fueron tomadas en el país para mitigar la propagación del COVID-19.

En Colombia, el desempeño del *retail*, aún sin efecto COVID-19, apalancó los resultados de la compañía

En el primer trimestre de 2020, la operación en Colombia registró ventas por cerca de \$3 billones de pesos, con un crecimiento del 10,4% frente al mismo periodo de 2019. Las ventas crecieron un 6,3% excluyendo el efecto COVID-19, jalonadas principalmente por los positivos resultados de los formatos innovadores y la estrategia omnicanal que en su conjunto contribuyeron más del 50% del crecimiento de las ventas en el primer trimestre del año, aislando el impacto COVID-19. Algunos de los principales aportes a los resultados provienen de:

- Los **formatos innovadores** como Éxito wow, cuyas ventas crecieron un 14,6% en el primer trimestre, más de dos veces lo que crecieron el resto de los almacenes de la marca, ya representan el 17,8% de las ventas totales de la misma. También las de Carulla FreshMarket, con un aumento del 24,7%, 11 puntos porcentuales por encima del resto de almacenes y una participación del 26,7% de las ventas de la marca. Finalmente, las ventas de Surtimayorista, marca del formato *cash and carry*, que crecieron 13,3% y representan el 4% de las totales de Grupo Éxito en Colombia.
- La estrategia omnicanal, tuvo un importante desempeño y la unidad de negocio representó el 5,2% de las ventas totales de la compañía, frente al 4,5% del cierre de 2019. Durante los tres primeros meses del año, dichos canales de comercio electrónico y directo incrementaron sus ventas en un 44,6% y los pedidos en un 36% frente al mismo periodo del año anterior, para un total de 1.2 millones de despachos.

2. Cifras a mayo 10 de 2020

Algunos de los resultados para destacar son los siguientes:

- Las aplicaciones móviles registraron 74.000 pedidos durante el primer trimestre del año y 4.7 millones de cupones de descuento fueron activados.
- Las plataformas de comercio electrónico exito.com y carulla.com tuvieron más de 25 millones de visitas e incrementaron sus ventas en 41% frente al primer trimestre de 2019. El número de pedidos del servicio compra y recoge aumentó en 72% frente al primer trimestre de 2019. Por su parte, los despachos del servicio de última milla crecieron 36% en el mismo periodo.
- La promoción **Aniversario Éxito**, contribuyó de manera significativa a los resultados de la compañía, gracias al incremento del 13,5% en las ventas frente a la misma promoción en 2019 y a un 12,4% de crecimiento en el tiquete promedio.

La operación de Grupo Éxito en Uruguay registró resultados positivos en el primer trimestre del año

La operación de Grupo Éxito en Uruguay tuvo un positivo desempeño comercial y operacional en el primer trimestre del año. Las ventas crecieron un 12,8% en moneda local (6,8% sin efecto COVID-19), gracias en gran medida a la temporada turística del principio del año la cual superó toda expectativa, y al abastecimiento de las personas durante la contingencia.

El modelo *fresh market* también hizo aportes importantes al resultado durante este periodo y representó el 43,5% de las ventas totales de la compañía en Uruguay. Igualmente fortaleció el negocio virtual que creció 39,3% y representó el 2,4% de las ventas de la compañía en ese país.

En el primer trimestre del año, el EBITDA recurrente de Uruguay creció el 10.1%, con un margen del 11,3%, comparado con 10,8% del primer trimestre de 2019.

El resultado de la organización en Argentina presenta una recuperación progresiva, a pesar del contexto macroeconómico retador del país

La ejecución asertiva de estrategias comerciales permitió un desempeño sólido de la operación de Grupo Éxito en Argentina, presentando un incremento en las ventas de 48,7% en moneda local (46,7% sin efecto COVID-19).

El EBITDA recurrente creció casi 3 veces durante el primer trimestre de 2020 versus el mismo periodo del año anterior y el margen ganó 101 puntos básicos, ubicándose en 1,7%.

Dirección Comunicaciones Grupo Éxito

Teléfono (57+4) 6049696 Ext 306507 / Celular 3146827148

Síguenos en: facebook.com/GrupoExitoColombia

Twitter: @grupo_exito

Puede consultar esta y otras noticias en nuestro sitio web www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa