

En el segundo trimestre de 2020 Grupo Éxito registró ingresos operacionales consolidados por más de \$3.68 billones de pesos y un destacado incremento en ventas de 7,0%¹ frente al mismo periodo del año anterior

Las ventas de los canales de comercio directo y electrónico crecieron 191% en Colombia y 116% en Uruguay, respondiendo adecuadamente a los cambios de los hábitos de consumo de los clientes, debido al COVID-19

En Colombia, sobresalió el desempeño de Éxito Wow y Carulla FreshMarket, cuyas ventas de alimentos crecieron a doble dígito

En el segundo trimestre del año en curso, la compañía reportó un EBITDA recurrente consolidado de más de \$299 mil millones de pesos, con un crecimiento del 10,0 %¹ frente al mismo periodo del año anterior y un margen de 8,1%

Grupo Éxito continúa con su compromiso de implementar medidas para evitar la propagación del COVID-19 y mantiene el foco en sus acciones para la niñez vulnerable, continúa con el pago anticipado a sus cerca de 1.000 proveedores Pymes y fortalece medidas para la protección de la salud de empleados y clientes

- *La operación en Colombia registró ventas por más de \$2.7 billones de pesos, con un crecimiento del 4,7% frente al segundo trimestre de 2019 y una participación del 77% sobre el total de ventas del Grupo.*
- *El resultado en Colombia fue apalancado por el positivo desempeño de los canales de comercio directo y electrónico que vendieron \$410.000 millones de pesos y aumentaron sus ventas en un 191% frente al mismo periodo del año anterior, multiplicándolas en casi 3 veces. También sobresale el crecimiento en ventas de Éxito Wow (+15,3%) y Carulla FreshMarket (+27,6%) con incremento de doble dígito en la categoría de alimentos en cada uno de estos modelos.*
- *En Uruguay, las ventas crecieron 13,3% en moneda local y ajustadas por efecto calendario, impulsadas por el resultado de las marcas Devoto y Disco, y un sólido incremento en ventas del 116% de los canales de comercio electrónico y directo.*
- *El modelo fresh market en Uruguay representó el 40% de las ventas totales de la organización en este país.*
- *En Argentina las ventas crecieron el 23% en moneda local y ajustadas por efecto calendario. Finalizando el trimestre, la compañía implementó el servicio de compra y recoge, capitalizando las experiencias de las otras unidades de negocio del Grupo.*
- *Grupo Éxito, en su compromiso por mitigar la propagación del COVID-19, donó 700.000 tapabocas a las administraciones municipales de 42 municipios y a la Presidencia de la República, equivalentes a un aporte de \$1.400 millones de pesos.*
- *En su propósito de trabajar por la nutrición infantil, especialmente en medio de la pandemia, la Fundación Éxito ha entregado más de 146.000 paquetes alimentarios a niños, niñas y familias colombianas, desde el inicio de la emergencia.*

1. Excluyendo efecto tasa de cambio

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

En el segundo trimestre de 2020 Grupo Éxito registró ingresos operacionales por más de \$3.68 billones de pesos, con un incremento en ventas consolidadas de 7,0%¹ frente al mismo periodo del año anterior, para un total de \$3.56 billones de pesos. Este resultado está apalancado en el positivo desempeño de los canales de comercio directo y electrónico en Colombia y Uruguay y en el sólido crecimiento de los formatos Éxito Wow y Carulla FreshMarket de Colombia y, *fresh market* también en Uruguay.

El EBITDA recurrente consolidado fue de más de \$299 mil millones de pesos, con un crecimiento del 10,0%¹ frente al segundo trimestre del año anterior y un margen de 8,1% sobre los ingresos operacionales, reflejando un nivel de gastos controlado en la región y un aumento de las ventas.

La utilidad neta alcanzó los \$12.787 millones de pesos, mientras que en el mismo periodo del 2019 se registró una pérdida de \$18.211 millones de pesos. Este resultado refleja la variación positiva del desempeño operacional en Colombia y Uruguay y el menor nivel de gastos financieros.

“Los resultados de Grupo Éxito en el segundo trimestre del año estuvieron impulsados por el buen desempeño de la estrategia omnicanal (integración de plataformas virtuales y físicas para ofrecer a los clientes diversos canales, productos y servicios) en Colombia y Uruguay demostrando que la innovación y la capacidad de generar una respuesta oportuna a los nuevos hábitos de consumo son el camino para suplir adecuadamente las necesidades de los clientes en medio de esta emergencia generada por el COVID-19 y de responder a tendencias de omnicanalidad que permanecerán en el futuro del retail mundial. Se destaca durante el trimestre, el crecimiento consolidado de las ventas en 7,0%, en Colombia de 4,7% y en Uruguay en 13,3% en moneda local y ajustadas por efecto calendario, dando cuenta que la compañía logró adaptarse de forma positiva a la nueva realidad del negocio, mejorando sus niveles de rentabilidad en un entorno altamente retador. Así mismo, dentro del marco de nuestro compromiso social, llegamos a 26 departamentos, entre ellos Amazonas y Chocó para entregar mercados, paquetes alimentarios para la niñez vulnerable e insumos médicos que ayuden a atender la emergencia. Igualmente, hemos estado presentes con soluciones de solidaridad para la conservación del empleo, manteniendo los pagos anticipados a nuestros cerca de 1.000 proveedores pequeños y medianos y propiciando la fabricación de mascarillas faciales con nuestros talleres textiles, que generan cerca de tres mil empleos directos”, 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 2 - 2020			% Var sin efecto Tasa de cambio
	2020	2019	% Var COP	
Ventas	3,560,056	3,471,900	2.5%	7.0%
Ingresos Operacionales	3,688,456	3,650,323	1.0%	5.4%
Utilidad Bruta	911,875 24.7%	872,933 23.9%	4.5%	10.9%
Gastos O&AV	-740,050 20.1%	-720,203 19.7%	2.8%	9.9%
EBITDA Recurrente	299,143 8.1%	276,523 7.6%	8.2%	10.0%
Utilidad Neta Grupo Éxito	12,787 0.3%	-18,211 -0.5%	0.0%	NA

En Colombia, los resultados evidencian que la consistencia en la estrategia y su enfoque en la innovación y la omnicanalidad, permitieron que la organización se adaptara rápidamente a los nuevos hábitos de consumo generados por la emergencia sanitaria

Durante el segundo trimestre de 2020, la operación en Colombia registró ventas por más de \$2.73 billones de pesos, con un crecimiento del 4,7% frente al mismo periodo de 2019 y en línea con la tendencia positiva observada en los últimos dos años. La operación en Colombia representa el 77% de las ventas totales consolidadas de la compañía en la región durante el trimestre.

El desempeño positivo en ventas en el país se debe principalmente al fuerte crecimiento de los canales de comercio directo y electrónico que vendieron \$410.000 millones de pesos, un aumento de 191% frente al mismo periodo del año anterior como consecuencia de las nuevas formas de compra durante la emergencia sanitaria. Las ventas de los formatos innovadores Éxito Wow (+15,3%) y Carulla FreshMarket (+27,6%) que también contribuyeron al crecimiento y se destacan por sus medidas de protección y cuidado para empleados y clientes, y al incremento de las ventas de las categorías de alimentos en un 9,7% (aumentan 12% en Éxito y 18,2% en Carulla).

- Los **canales de comercio electrónico y directo** han dado respuesta a la gran necesidad de los clientes de cara a la emergencia sanitaria y representaron el 14,7% de las ventas totales de la compañía durante el segundo trimestre de 2020 comparado con un 5,2% en el primer trimestre del año, aumento impulsado principalmente por:
 - Incremento del 263% de las ventas de los **canales de comercio electrónico (exitocom y carulla.com)** y más de 40 millones de visitas.
 - Crecimiento de los despachos del **servicio de última milla y domicilios** en un 127% con 2,6 millones de órdenes en el trimestre.
 - Adopción de **aplicaciones móviles** con más de 3 millones de descargas y más de 87 mil pedidos en este periodo, 480% más que en el segundo trimestre de 2019. En el módulo **Mi descuento** que permite fortalecer el descuento relacional, se usaron más de 2,5 millones de cupones.
 - Ampliación y fortalecimiento del servicio **compra y recoge** en 450 tiendas del país, con más de 59 mil órdenes, lo que significa un crecimiento del 194,7% frente al mismo periodo del año anterior.

- Lanzamiento de la **plataforma virtual de los centros comerciales Viva**, con servicio compra y recoge, domicilios y Viva online. Las ventas a través de estos canales representaron el 7,8% de las ventas totales de los locatarios en el segundo trimestre del año.
- Los **formatos innovadores crecieron principalmente en la categoría de alimentos**: en Éxito Wow, las ventas crecieron un 15,3% en el segundo trimestre y representaron el 19,2% de las ventas totales de la marca. Por su parte, Carulla FreshMarket, registró un aumento de sus ventas en 27,6%, con una participación del 27,9% de las ventas de la marca.

Estos positivos resultados en el negocio del *retail* como consecuencia de la capacidad de adaptación y transformación de la compañía en medio de la emergencia sanitaria para dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo de los clientes, lograron contrarrestar el desempeño de otros negocios complementarios como Viajes Éxito e inmobiliario que enfrentaron situaciones retadoras durante el trimestre derivadas de la emergencia sanitaria por el COVID-19.

El EBITDA recurrente en Colombia logró más de \$243 mil millones de pesos, creciendo un 11,6%, comparado con el registrado en el segundo trimestre de 2019, con un margen EBTIDA del 8,5% sobre los ingresos, y reflejó eficiencias y control de gastos.

Un momento en el que el país nos necesita unidos

- La compañía continuó, como lo ha hecho desde el primer día de la emergencia sanitaria, implementando las **medidas de bioseguridad para que colaboradores y clientes** encuentren en los puntos de venta y centros comerciales la seguridad y confianza que les permita sentirse en su **“segundo hogar”**.
- Así mismo ha mantenido el **pago anticipado a cerca de mil pequeños y medianos proveedores, lo que supone una inversión de \$75 mil millones** de pesos mensuales y se convierte en una “cadena de favores” para que ellos puedan continuar con sus operaciones, sus empleos y a su vez pagar a sus propios proveedores.
- Grupo Éxito siguió generando acciones para mitigar la propagación del virus, con la donación **de 700.000 tapabocas**, 400.000 de ellos a las alcaldías de 42 ciudades y 300.000 a la Presidencia de la República para la entrega en los 32 departamentos del país. Esta donación significó un aporte de \$1.400 millones de pesos.
- Adicionalmente, junto a la Fundación Éxito, la compañía continúa trabajando por el derecho a la alimentación de la primera infancia. Durante esta emergencia más de **146.000 paquetes alimentarios han sido entregados** a cerca de 120.000 niños, niñas y familias. Además, estuvo presente en **los departamentos del Amazonas y Chocó**, lugares donde no tiene presencia comercial. En Amazonas entregó 1.000 mercados básicos y en Chocó 500; así mismo en ambos departamentos entregó 500 paquetes alimentarios para niñez vulnerable, 20 mil tapabocas e insumos médicos para apoyar la asistencia en medio de la emergencia.

El desempeño de los canales de comercio electrónico y el modelo *fresh market* en Uruguay apalancaron los resultados positivos

La operación de Grupo Éxito en Uruguay continúa presentando un positivo desempeño. Durante el segundo trimestre del año las ventas crecieron 13,3% en moneda local y ajustadas por efecto

calendario, impulsadas por el incremento a doble dígito de las ventas de las marcas Devoto y Disco; los resultados positivos de actividades promocionales implementadas y un sólido crecimiento del 116% de los canales de comercio directo y electrónico.

El modelo *fresh market*, presente en 17 tiendas del país, siguió haciendo aportes importantes al resultado durante este periodo y representó el 40% de las ventas totales de la compañía en Uruguay.

En el segundo trimestre del año, el EBITDA recurrente de Uruguay creció 30,8%, en moneda local, con un margen del 10,3%, comparado con el 8,9% del segundo trimestre de 2019. Esta mejora en la rentabilidad se debió a esfuerzos internos para controlar los gastos sumado al sólido crecimiento en ventas.

En Argentina, los resultados estuvieron impactados por restricciones a la movilidad derivadas de la emergencia por el COVID-19

En Argentina, las ventas crecieron un 23%, en moneda local, ajustadas por efecto calendario, afectadas principalmente por las restricciones a la movilidad, la prohibición gubernamental a la venta de productos de no alimentos en grandes superficies y restricciones al abastecimiento de tiendas.

Con el fin de atender las necesidades de los clientes, la compañía implementó en este país el servicio de compra y recoge, capitalizando las experiencias de Colombia y Uruguay.

La menor contribución del negocio inmobiliario a los ingresos operacionales se debió al cierre de los centros comerciales durante la mayor parte del trimestre en cumplimiento de las medidas gubernamentales. Bajo este panorama, la compañía continúa ajustando su operación y haciendo más eficientes sus procesos, para favorecer su competitividad dentro un ambiente macroeconómico y una industria afectada por la pandemia.

Dirección Comunicaciones Grupo Éxito

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

Síguenos en: [facebook.com/GrupoExitoColombia](https://www.facebook.com/GrupoExitoColombia)

Twitter: @grupo_exito

Puede consultar esta y otras noticias en nuestro sitio web

www.grupoexito.com.co/es/sala-de-prensa