

# Resultados Financieros Grupo Éxito 2T21

Julio 27 de 2021



Nos renovamos para ti.  
**Super Inter Vecino**  
¡Estamos contigo  
Pa' que te rinda la platica!



**MERCADO  
Campesino**

¡Los mejores  
frutos de  
nuestros campos!



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".

# Declaración



*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.*

- Hechos financieros y operacionales destacados del 2T21
- Desempeño por país
- Resultados financieros consolidados
- Sesión de preguntas y respuestas

# Hechos financieros y operacionales destacados consolidados <sup>(1)</sup> en 2T21



La expansión de los márgenes continuó evolucionando en el EBITDA recurrente (+18 pb) y en la Utilidad Neta (+103 pb)

**Margen EBITDA  
recurrente  
8.3% (+18 bps)**

**Utilidad Neta  
+4.0x**

**Participación  
Omni-canal 10.5%**

**DFN Neta  
consolidada mejoró  
\$168,000 M**

## Hechos financieros



- Ventas Netas impulsadas por el Omnicanal, innovación y recuperación del segmento bajo costo
- VMM continuaron afectadas por una base más alta y las restricciones para controlar COVID-19 en LatAm
- Mejores márgenes por menor actividad promocional, más regalías de TUYA y la recuperación del negocio inmobiliario
- EBITDA aumentó (+2.5%, +18 bps) por aumento de los gastos por debajo de la inflación del año en monedas locales
- Utilidad Neta +4.0 veces por menores gastos financieros y no recurrentes

## Hechos operacionales



- Una mayor participación omnicanal sobre las ventas (12.6% Col, 4.4% Uru y 2.7% Arg)
- Avances en innovación: recuperación del C&C y expansión de Super Inter “Vecino”, WOW y FreshMarket
- Puntos Colombia y negocios complementarios principalmente Viva Malls y Tuya, recuperaron tracción y contribuyeron fuertemente a los márgenes

## Inversión & Expansión



- Inversiones por \$54,903 M (72% en innovación, omnicanal y transformación digital)
- Expansión (25 alm en 12M entre aperturas, conversiones y remodelaciones; Col 23 y Uru 2)
- Total 616 alm, 1.03 M m<sup>2</sup>

## ASG



- Carulla FreshMarket 140 de Bogotá fue reconocido como 'tienda del mes' <sup>(2)</sup> por ser el primer supermercado carbono neutro de Sudamérica
- Grupo Éxito se unió a la Cámara de Comercio LGBT de Colombia y se comprometió con asegurar el ambiente de trabajo



# Ventas Netas <sup>(1)</sup> y Ventas Mismos Metros <sup>(1)</sup> (VMM) 2T21

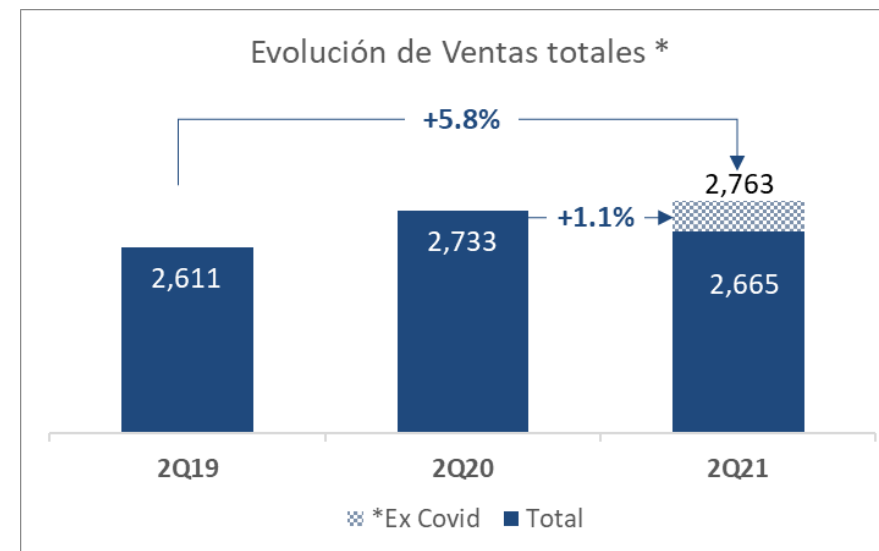
Las Ventas crecieron 5.8% vs. 2Q19 y 1.1% vs. 2Q20 (excluyendo efecto del COVID-19)



	2T21				6M21			
	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros <sup>(2)</sup>	grupo éxito	éxito	Carulla	Bajo costo y Otros <sup>(2)</sup>
<b>VMM ex EC <sup>(1)</sup></b>	-1.8%	-2.2%	-9.0%	8.8%	-2.7%	-2.2%	-6.8%	-0.1%
<b>Total ex EC <sup>(1)</sup></b>	-1.4%	-2.7%	-9.1%	10.7%	-3.6%	-2.7%	-7.0%	-3.9%
<b>Total MCOP</b>	2,664,586	1,763,868	406,965	493,753	5,411,246	3,712,641	808,101	890,504

## El desempeño reflejó:

- Menor crecimiento de las ventas en 2T21 por las fuertes restricciones y cierres de COVID-19 durante abril (+1,1% vs 2T20 y +5,8% vs 2T19 si se excluye el efecto)
- Las huelgas y los disturbios de mayo y junio provocaron el cierre de varias tiendas y la escasez de inventarios
- Alta participación en las ventas de los formatos omnicanal e innovadores (12,6% y 20,2%, respectivamente) y crecimiento de un dígito de la categoría de no alimentos
- 23 tiendas incluidas en la base 12M entre aperturas, conversiones y remodelaciones



(1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -1,1% en el 2T21 y -0,6% en el 1S21. (2) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por cerca de \$56k M en el 2T21 (vs. COP \$20k M en el 2T20).



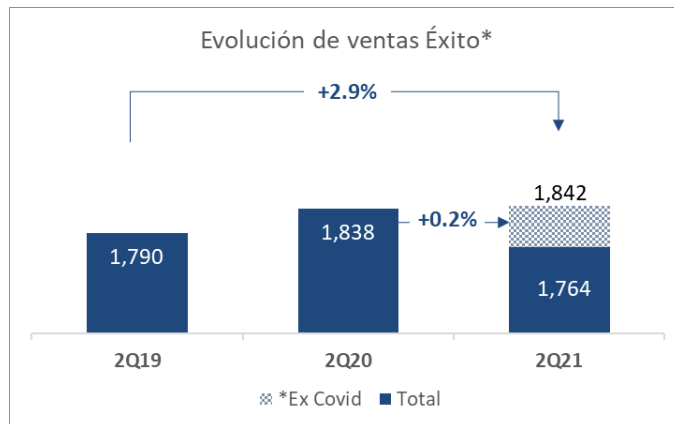
# Desempeño por segmentos



Innovación en formatos y omnicanal parcialmente compensada por un contexto retador

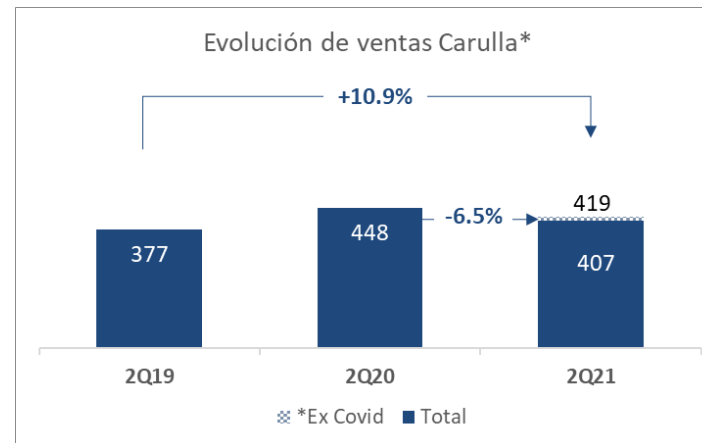
## Éxito:

- +1 Éxito WOW en el 2T21; 12 tiendas en total (5,2 p.p. de crecimiento en ventas por encima de otras tiendas Éxito)
- Textiles se recupera y crece con fuerza un 39%
- Ventas netas +2,9% vs. 2T19 (exc COVID-19) y crecen por debajo de los niveles de IPC acumulado (5,8%)



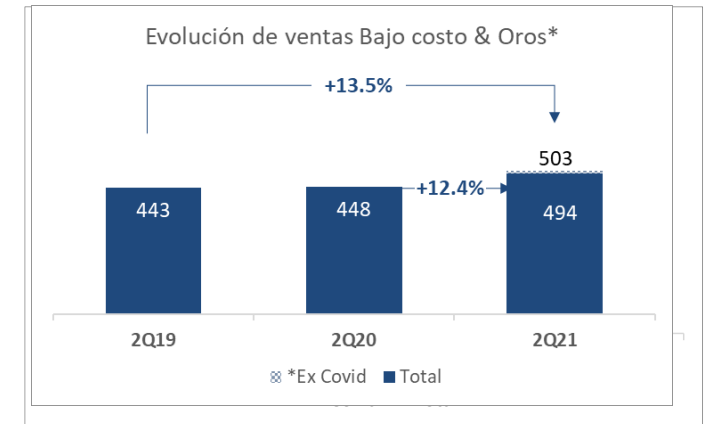
## Carulla:

- +1 FreshMarket en 2T21, 15 tiendas en total (+4,8 p.p. en ventas por encima de otras tiendas Carulla)
- Segmento con la más alta participación en ventas omnicanal (17%)
- Ventas netas +10.9% vs. 2Q19 (exc COVID-19) y por encima de los niveles de IPC acumulado



## Bajo costo & Otros (1):

- +7 Super Inter Vecino en 2T21, 14 tiendas en total
- Contribución de conceptos innovadores, omnicanal y optimización de la base
- Ventas netas +13.5% vs. 2T19 (exc COVID-19) y creció por encima de los niveles de IPC acumulado



(1) El segmento incluye las ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de inmuebles por cerca de \$56k M en el 2T21 (vs. COP \$20k M en el 2T20).



# Innovación en Modelos y Formatos



Tiendas WOW y FreshMarket representaron el 20.2% de las ventas de Colombia

## Éxito Wow: Innovación en Hipermercados



La mejor fusión de los mundos digital y físico



+1 tienda en 2T21,  
Total 12 a la fecha  
8 tiendas 2021E



23.7% de las ventas  
totales de la marca  
(30% 2021E)



5.2 p.p crecimiento de ventas  
vs tiendas no convertidas

Potencial de convertir 31 tiendas adicionales para alcanzar un total de 43 Éxito Wow convertidos en el futuro y +101 Éxito WOW formato Econo

## Carulla FreshMarket: Productos premium, frescos y sostenibles



Desempeño impulsado por las iniciativas digital y omnicanal



+1 tienda en 2T21,  
Total 15 a la fecha  
7 stores 2021E



34.7% de las ventas  
totales de la marca (40%  
2021E)



4.8 p.p. crecimiento de ventas  
vs tiendas no convertidas

Potencial de convertir 19 tiendas adicionales para alcanzar un total de 34 Carulla FreshMarket convertidos en el futuro y +46 Carulla Fresh Market formato Midi



# Bajo costo & otros

Store conversion and omni-channel boosted sales performance



Segmento: 18.5% participación de las ventas (+210 pb vs. 2T20)



14 tiendas a la fecha  
21 tiendas 2021E



21.6% of total banner sales YTD (32% 2021E)

23 p.p. sales growth in 2Q21 vs.  
non-converted stores

A new shopping experience



Formato rentable de  
ventas al por mayor

34 tiendas a la fecha  
36 tiendas 2021E

4.4% de las ventas  
de la marca a la  
fecha  
(4,4% 2021E)



Las ventas crecieron +24.1% en 2T21 vs 2T20



Club del Comerciante  
(programa de lealtad)

Beneficios y descuentos a  
mas de 247 mil clientes registrados  
(+174% vs 1T21)



Fuerte presencia digital  
App para tiendas y pequeños  
negocios

Ventas de la App +72% vs. 1T21 y 4.2%  
de las ventas totales de la marca

Más de 1,500 Aliados trabajando en  
alianza con Grupo Éxito





# Estrategia Omnicanal (1,2) 1S21



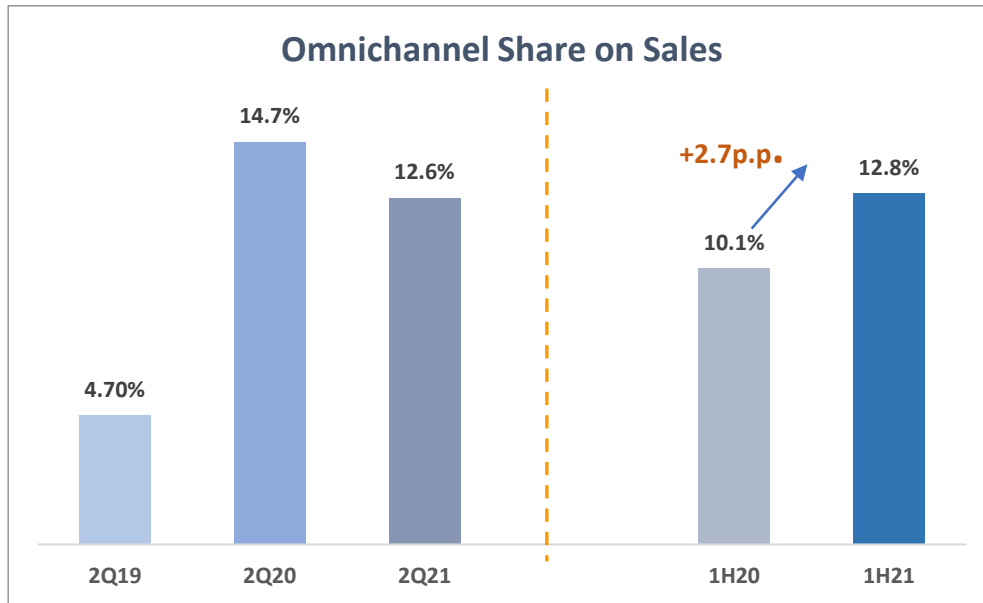
Mejor desempeño y una contribución sostenible a la participación en ventas (12.8%)

Hechos destacados en 1S21

Ventas totales \$699 Mil millones (+21.5%)

Participación en las ventas (2) 12.8% (vs. 10.1% en 1S20)

Pedidos 3.9 M (+9.2%)



+24% crecimiento en ventas de alimentos

+18% crecimiento en ventas de no alimentos

10.5% participación en ventas de alimentos (vs. 7.5% in 1S20)

17.6% participación en ventas de no alimentos (vs. 16.6% in 1S20)



(1) 1 Incluye .com, marketplace, entrega a domicilio, Shop&Go, compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) Datos ajustados frente a la cifra reportada en el 1T20 debido a la inclusión de B2B virtual en la base. Números expresados en escala larga, mil millones de COP representan 1.000.000.000. GMV: Valor Bruto de la Mercancía.



# Monetización de activos y tráfico en 2T21

Incremento en la contribución a los márgenes por negocios complementarios



## Negocio inmobiliario

Ingresos aumentaron 2.2x<sup>(1)</sup> en 2T21

Viva Envigado, el centro de vacunación vehicular más grande en Antioquia

Viva Envigado y Viva Barranquilla lanzaron "Autos Éxito"

Ventas on-line alcanzaron 20mil en 2T21 (3.9% participación sobre las ventas de los locatarios)



Tasa de ocupación del 91.9% (a Junio/21)  
+20 pb vs dec/20

Viva online



Domicilios Viva



viva.park

viva.MOTORS

## Puntos Colombia



18.5M clientes (5 M con Habeas Data)

+110 marcas aliadas

12,400 millones puntos redimidos en 1S21 (+5% vs 1S20)

Sólido margen EBITDA de un dígito alto en 1S21

## Retail Financiero

- ✓ 2.7 M tarjetas (80 mil emitidas en 2T21)
- ✓ 245 Mil Transacciones digitales (+40%) en promedio por mes en 1S21
- ✓ Portafolio de créditos de \$ 3.0 B (+6.7%)



TUYA Pay (billetera digital)



Más de 450.000 usuarios (25% fueron nuevos clientes de Tuya)

(1) Incluyendo el crecimiento de 0.2x por la venta de inmuebles (desviación de los COP \$56k M registrados en el 2T21 y los COP \$20k M registrados en el 2T20)



# Actividades de Sostenibilidad 2T21



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

## Nutrición infantil



37,750 niños beneficiados en 1S21 de los programas nutricionales y complementarios

+31,000 paquetes nutricionales donados a los niños, a la fecha

## Compra local y capacitación a los proveedores



92% de las frutas y verduras son compradas localmente

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

## Mi planeta



Compromiso para reducir 35% de las emisiones (objetivo 1 & 2) al 2023

10 M kWh de energía renovable de paneles solares de proyectos solares utilizados a mayo de 2021

## Posconsumo y reciclaje



La Compañía más grande de reciclaje de cartón y plástico en Colombia

+20,000 tons por año  
+9,000 tons a la fecha

Más de 150,000 personas vacunadas contra COVID-19 en los centros comerciales y Almacenes del Grupo Éxito en Colombia<sub>11</sub>

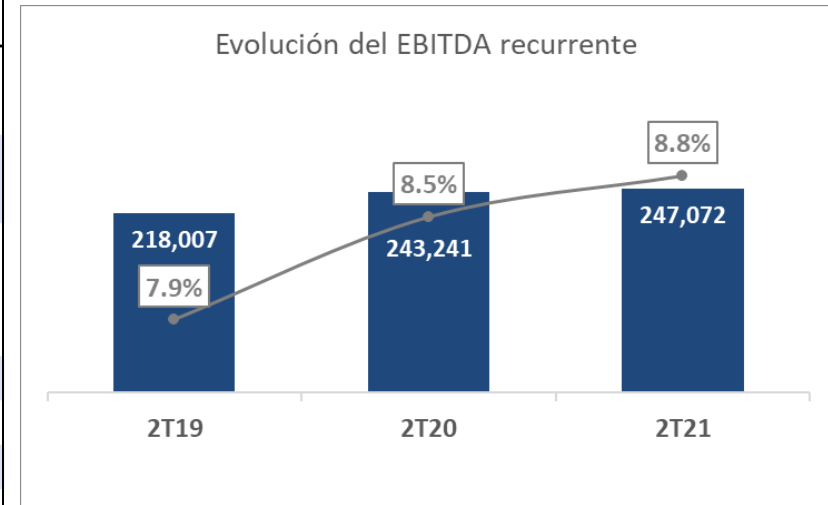


# Resultados Operacionales: Colombia



Ganancia de margen EBITDA recurrente (27pb en 2T, 133 pb en 1S) impulsado por neg inmobiliario y TUYA

en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	2,664,586	2,733,063	(2.5%)	5,411,246	5,646,675	(4.2%)
Otros Ingresos Operacionales	146,414	120,392	21.6%	365,780	258,348	41.6%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,811,000</b>	<b>2,853,455</b>	<b>(1.5%)</b>	<b>5,777,026</b>	<b>5,905,023</b>	<b>(2.2%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>661,230</b>	<b>639,242</b>	<b>3.4%</b>	<b>1,385,783</b>	<b>1,311,371</b>	<b>5.7%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.5%</i>	<i>22.4%</i>	<i>112 bps</i>	<i>24.0%</i>	<i>22.2%</i>	<i>178 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(530,422)</b>	<b>(505,808)</b>	<b>4.9%</b>	<b>(1,128,115)</b>	<b>(1,109,456)</b>	<b>1.7%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.9%</i>	<i>17.7%</i>	<i>114 bps</i>	<i>19.5%</i>	<i>18.8%</i>	<i>74 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>130,808</b>	<b>133,434</b>	<b>(2.0%)</b>	<b>257,668</b>	<b>201,915</b>	<b>27.6%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.7%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(2) bps</i>	<i>4.5%</i>	<i>3.4%</i>	<i>104 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>247,072</b>	<b>243,241</b>	<b>1.6%</b>	<b>488,591</b>	<b>421,027</b>	<b>16.0%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.8%</i>	<i>8.5%</i>	<i>27 bps</i>	<i>8.5%</i>	<i>7.1%</i>	<i>133 bps</i>

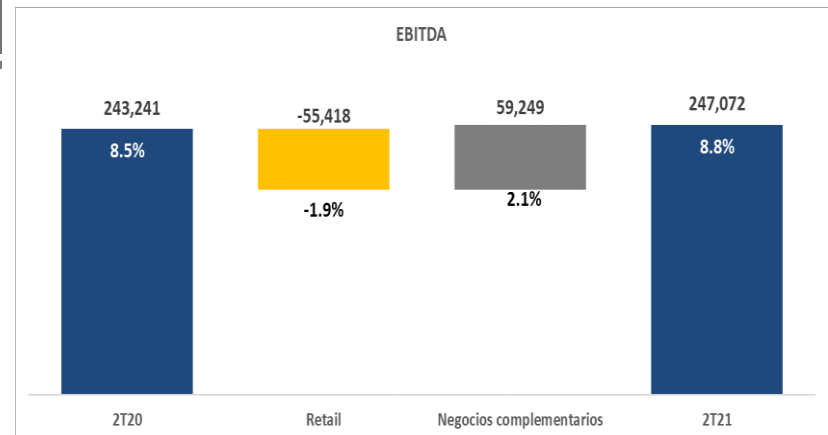


## Ingresos Operacionales / Margen bruto

- Ventas<sup>(1)</sup> +1.1% por: (i) crecimiento omnicanal (ii) expansión de modelos innovadores y (iii) recuperación del segmento de bajo costo
- Impacto negativo concentrado en Abril debido a restricciones a la movilidad
- Margen bruto mejoró por la sólida contribución de los TUYA y del negocio inmobiliario

## Gastos / EBITDA Recurrente

- GA&V reflejaron una base de comparación más baja debido a los beneficios otorgados a las compañías para enfrentar la contingencia, parcialmente compensado por la recuperación de otros negocios y los planes de acción.
- Margen EBITDA recurrente<sup>(2)</sup> por encima de 2019, por las capacidades internas y a pesar de la agitación social y escasez de inventario.





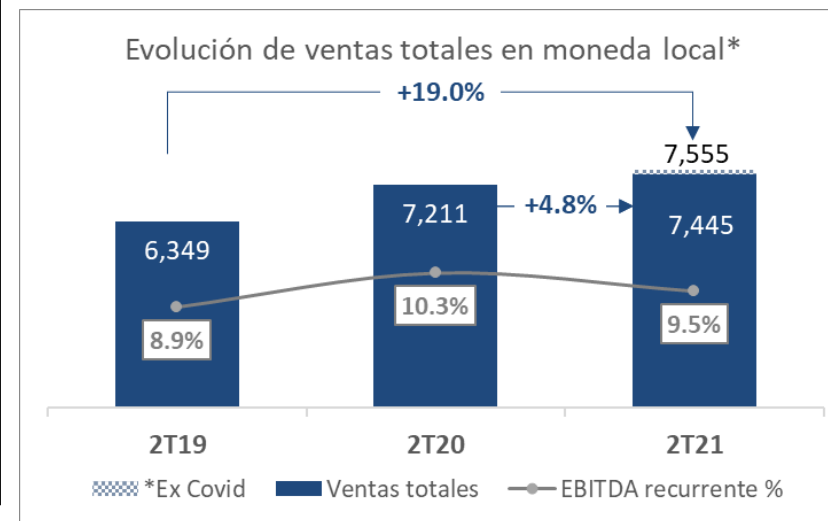
# Resultados Operacionales : Uruguay



Un sólido margen EBITDA recurrente del 9.5% impulsado por eficiencias internas

en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	625,980	641,668	(2.4%)	1,251,242	1,345,668	(7.0%)
Otros Ingresos Operacionales	6,600	6,058	8.9%	12,124	12,343	(1.8%)
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>632,580</b>	<b>647,726</b>	<b>(2.3%)</b>	<b>1,263,366</b>	<b>1,358,011</b>	<b>(7.0%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>214,716</b>	<b>217,767</b>	<b>(1.4%)</b>	<b>433,146</b>	<b>455,696</b>	<b>(4.9%)</b>
<i>Margen Bruto</i>	33.9%	33.6%	32 bps	34.3%	33.6%	73 bps
<b>Total Gastos</b>	<b>(168,089)</b>	<b>(164,565)</b>	<b>2.1%</b>	<b>(333,966)</b>	<b>(335,308)</b>	<b>(0.4%)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	26.6%	25.4%	117 bps	26.4%	24.7%	174 bps
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>46,627</b>	<b>53,202</b>	<b>(12.4%)</b>	<b>99,180</b>	<b>120,388</b>	<b>(17.6%)</b>
<i>Margen ROI</i>	7.4%	8.2%	(84) bps	7.9%	8.9%	(101) bps
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>60,210</b>	<b>66,397</b>	<b>(9.3%)</b>	<b>125,452</b>	<b>146,543</b>	<b>(14.4%)</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	9.5%	10.3%	(73) bps	9.9%	10.8%	(86) bps

Resultados en pesos en 2T21 incluyen el efecto de TC de -5.5%



## Ingresos Operacionales

- Ventas netas<sup>(1)</sup> y VMM<sup>(1)</sup> 4.3% y 2.3% vs. 2T20
- Ventas omnicanal +5.4%, y participación del 4.4%
- Ventas de FM +5.7 p.p. por encima de las tiendas no convertidas en 1S21
- Ventas beneficiadas por la ejecución comercial en medio de una tendencia de consumo lento
- Ventas netas vs. 2Q19, ex-COVID 19 y TC aumentó más que el IPC acumulado (19.0% vs. 17.7%)

## Margen bruto

- Mejores márgenes versus 2020 producto de eficiencias en costos y descuentos

## EBITDA Recurrente

- A pesar del COVID-19, YTD los gastos en moneda local crecieron por debajo del IPC por un estricto control
- El margen reflejó un nivel mas alto respecto al 2T19 por las eficiencias internas y a pesar de una menor evolución de las ventas



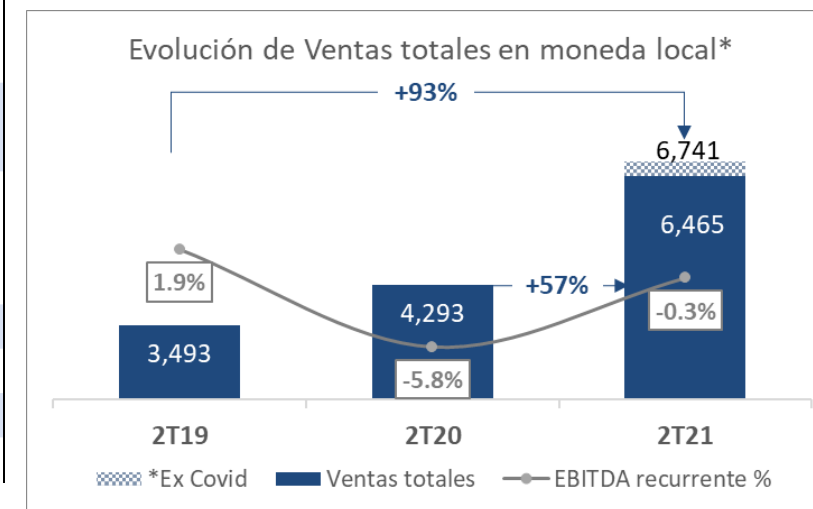
# Resultados Operacionales: Argentina



Mejora de los resultados a pesar de las nuevas restricciones para controlar los picos de contagio

en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	246,277	185,325	32.9%	464,568	467,601	(0.6%)
Otros Ingresos Operacionales	7,352	1,263	482.1%	11,534	10,517	9.7%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>253,629</b>	<b>186,588</b>	<b>35.9%</b>	<b>476,102</b>	<b>478,118</b>	<b>(0.4%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>83,612</b>	<b>53,825</b>	<b>55.3%</b>	<b>157,176</b>	<b>145,750</b>	<b>7.8%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>33.0%</i>	<i>28.8%</i>	<i>412 bps</i>	<i>33.0%</i>	<i>30.5%</i>	<i>253 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(90,168)</b>	<b>(68,919)</b>	<b>30.8%</b>	<b>(168,350)</b>	<b>(160,565)</b>	<b>4.8%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>35.6%</i>	<i>36.9%</i>	<i>(139) bps</i>	<i>35.4%</i>	<i>33.6%</i>	<i>178 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>(6,556)</b>	<b>(15,094)</b>	<b>56.6%</b>	<b>(11,174)</b>	<b>(14,815)</b>	<b>24.6%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>(2.6%)</i>	<i>(8.1%)</i>	<i>550 bps</i>	<i>(2.3%)</i>	<i>(3.1%)</i>	<i>75 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>(788)</b>	<b>(10,778)</b>	<b>92.7%</b>	<b>(855)</b>	<b>(5,878)</b>	<b>85.5%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>(0.3%)</i>	<i>(5.8%)</i>	<i>547 bps</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>(1.2%)</i>	<i>105 bps</i>

Resultados en pesos en 2T21 incluyen el efecto de TC de -11.8%



## Ingresos Operacionales

- Ventas netas y VMM (+50.5%<sup>(1)</sup>) reflejaron las restricciones adicionales (horas de apertura limitadas y prohibición de venta de productos no esenciales en algunas tiendas)
- Ingresos inmobiliarios beneficiados por una base más baja y a pesar del cierre de algunas galerías comerciales
- Tasa de ocupación alcanzó el 89%

## Margen bruto

- Margen beneficiado por un efecto volumen, menor participación de los eventos promocionales y eficiencias en logística

## EBITDA Recurrente

- Los gastos aumentaron en el trimestre a partir de una base de 2020 beneficiada por la reducción de los costos debido a la pandemia
- Márgenes operacionales se beneficiaron de una base más baja y de un efecto de volumen en medio de mayores medidas y restricciones por COVID-19
- Libertad mantuvo una posición de caja estable

Nota: Los datos incluyen el efecto cambiario de -11,8% en el 2T21 y -26,4% en el 1S21 calculado con el tipo de cambio de cierre. Según CAME, las ventas minoristas argentinas crecieron 13,5% en el 1S21 frente al 1H20. (1) En moneda local e incluyendo el ajuste por efecto calendario del 0,1% en el 2T21 y del -0,4% en el 1S21

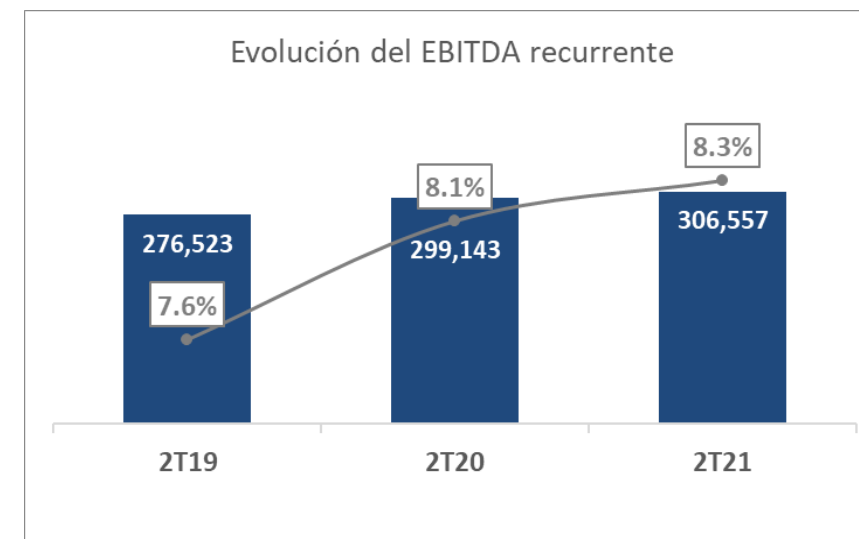


# Resultados financieros consolidados

Crecimiento rentable y sólidos márgenes (Resultado neto +4,0x; margen EBITDA 8,3%)



en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	3,536,415	3,560,056	(0.7%)	7,126,628	7,459,944	(4.5%)
Otros Ingresos Operacionales	160,272	128,400	24.8%	389,231	280,943	38.5%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,696,687</b>	<b>3,688,456</b>	<b>0.2%</b>	<b>7,515,859</b>	<b>7,740,887</b>	<b>(2.9%)</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>959,633</b>	<b>911,875</b>	<b>5.2%</b>	<b>1,976,168</b>	<b>1,912,997</b>	<b>3.3%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.0%</i>	<i>24.7%</i>	<i>124 bps</i>	<i>26.3%</i>	<i>24.7%</i>	<i>158 bps</i>
<b>Total Gastos</b>	<b>(788,691)</b>	<b>(740,050)</b>	<b>6.6%</b>	<b>(1,630,431)</b>	<b>(1,605,226)</b>	<b>1.6%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>21.3%</i>	<i>20.1%</i>	<i>127 bps</i>	<i>21.7%</i>	<i>20.7%</i>	<i>96 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>170,942</b>	<b>171,825</b>	<b>(0.5%)</b>	<b>345,737</b>	<b>307,771</b>	<b>12.3%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(3) bps</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.0%</i>	<i>62 bps</i>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>50,744</b>	<b>12,787</b>	<b>296.8%</b>	<b>135,701</b>	<b>34,774</b>	<b>290.2%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.4%</i>	<i>0.3%</i>	<i>103 bps</i>	<i>1.8%</i>	<i>0.4%</i>	<i>136 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>306,557</b>	<b>299,143</b>	<b>2.5%</b>	<b>613,251</b>	<b>561,975</b>	<b>9.1%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.3%</i>	<i>8.1%</i>	<i>18 bps</i>	<i>8.2%</i>	<i>7.3%</i>	<i>90 bps</i>
<b>Utilidad por Acción</b>	<b>113.4</b>	<b>28.6</b>	<b>296.8%</b>	<b>303.2</b>	<b>77.7</b>	<b>290.2%</b>

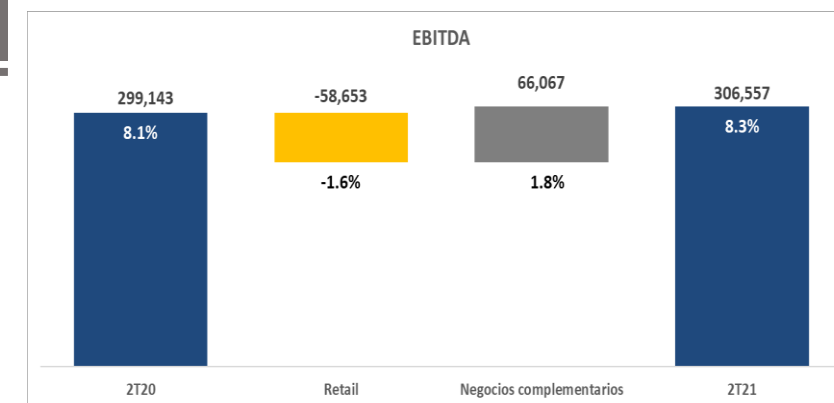


## Ingresos Operacionales/ Margen bruto

- Sólido crecimiento del Omnicanal, modelos innovadores y negocios complementarios, compensados por la agitación social en Colombia y las restricciones más estrictas en Colombia y Argentina.
- Mejor margen bruto por eficiencias en costos y la recuperación de los negocios inmobiliario y financiero

## Gastos / EBITDA recurrente

- Los GA&V crecieron por debajo del IPC en todos los países en 1S21 producto de una mayor productividad laboral y el aumento de la participación de campañas digitales
- EBITDA recurrente<sup>(1)</sup> reflejó una estrategia de diversificación sólida con un aumento de la contribución de los negocios complementarios y eficiencias operacionales



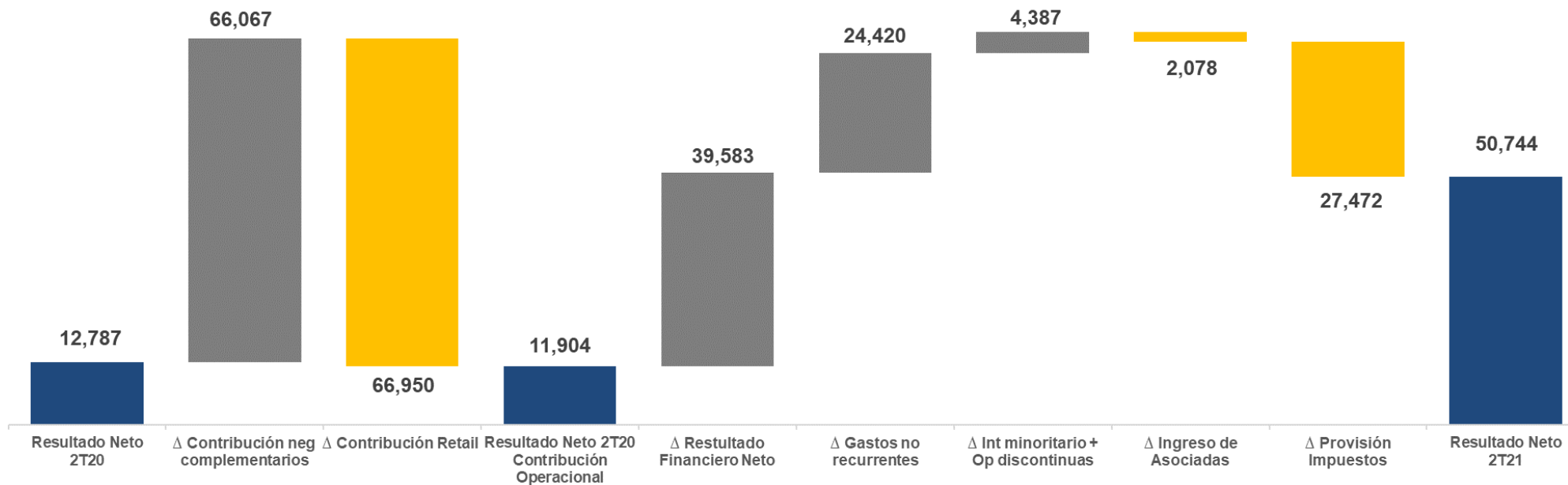
Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-1,6% en ventas y -0,8% en el EBITDA recurrente en el 2T21 y de -2,8% y -1,5% en el 1S21, respectivamente), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrado como resultado neto de operaciones discontinuadas. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail alimentos, los servicios bancarios en tiendas, las comisiones, el negocio de transferencias de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones del negocio inmobiliario, el financiero (TUYA royalties), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos.



# Resultado Neto del Grupo 2T21



+4,0x por la mejora de los resultados operacionales y de la estructura de capital



## Hechos destacados

- *Contribución material de la estrategia de diversificación de negocios complementarios, principalmente el inmobiliario y el financiero (regalías de TUYA y niveles de provisión normalizados), variaciones positivas en los gastos no recurrentes de COVID-19, tasas de interés más bajas y renegociaciones de préstamos*
- *Las variaciones en el impuesto a la renta reflejó el uso de las tasas de ley*
- *La utilidad por acción creció a \$ 113.4 comparada con \$ 28.6 del 2T20*

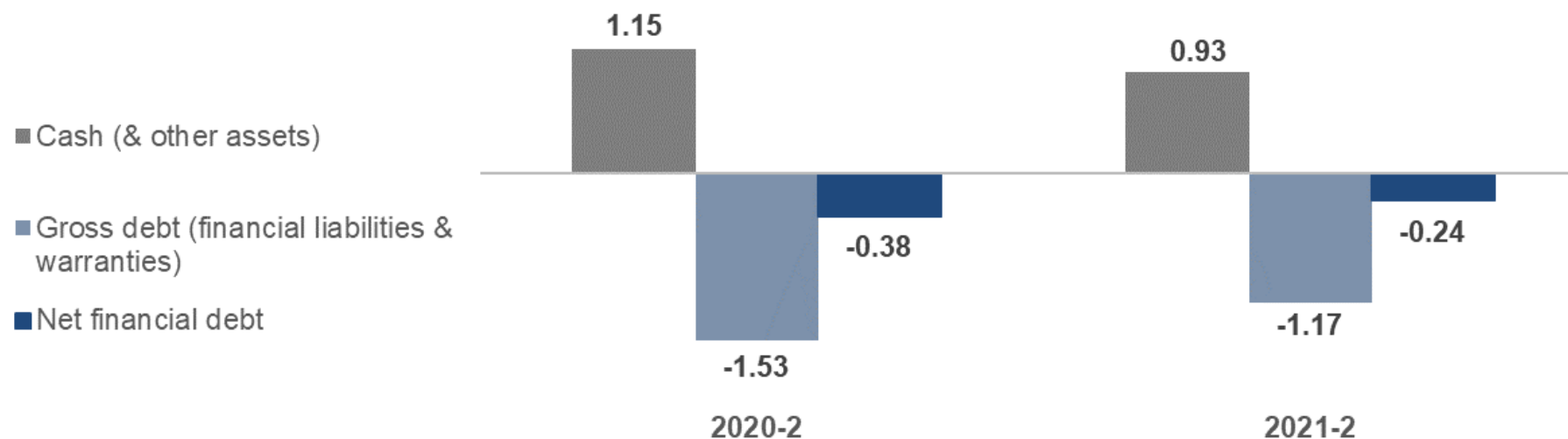
Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-1,6% en ventas y -0,8% en el EBITDA recurrente en el 2T21 y de -2,8% y -1,5% en el 1S21, respectivamente), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrado como resultado neto de operaciones discontinuadas. (1) El retail se refiere a las variaciones del retail alimentos, los servicios bancarios en tiendas, las comisiones, el negocio de transferencias de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones del negocio inmobiliario, el financiero (TUYA royalties), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos.



# Deuda neta y caja a nivel de la holding <sup>(1)</sup> 2T21



DFN mejoró en \$141,000 M



## Hechos destacados

Cifras en billones de pesos colombianos

- La posición de caja se redujo en \$220.000 M y la deuda financiera neta mejoró en \$141.000 M comparada con el 2T20.
- La deuda bruta se redujo 23,5% (\$354.000 M ) debido a que el sólido desempeño operacional favoreció el desapalancamiento, principalmente a través del pago de créditos rotativos (\$230.000 M) y las amortizaciones de deuda previstas (\$108.000 M).
- La tasa repo en Colombia se mantuvo en su nivel más bajo en 1,75% (vs. 2,75% a del 2T20).

## LatAm

- La Utilidad Neta creció 4 veces impulsada por menores gastos financieros y no recurrentes
- Aumento del margen EBITDA recurrente (+18 pb vs 2T21, +71 pb vs 2T19) y evolución positiva de las ventas mismos metros (+1,4% ex TC y efecto calendario), a pesar de las restricciones derivadas de la pandemia y la agitación social
- Una estrategia moderna y consistente impulsó los resultados: fuerte penetración omnicanal, innovación en el retail y monetización del tráfico de clientes
- Fuerte generación de caja operativa para los accionistas
- La tendencia positiva prevista para el 3T21 nos permite mantener sin cambios las perspectivas para el 2021E

## Colombia

- Los formatos omnicanal e innovadores FreshMarket, WOW, Surtimayorista y Super Inter Vecino confirmaron su relevancia estratégica
- Evolución de las ventas afectada por las restricciones de COVID-19 principalmente en abril (+1,1% vs. 2T20 y +5,8% vs. 2T19 excluyendo este efecto)
- Los incrementos de EBITDA y margen en mayo y junio (+27 pb) vs. 2T19 y 2T20 mostraron la consistente contribución de los negocios inmobiliario y financiero

## Uruguay

- Un sólido nivel de márgenes reflejó las eficiencias internas a pesar del efecto del volumen
- El modelo FreshMarket aumentó las ventas en 5,7 pp por encima de las tiendas no FreshMarket y representó el 44,1% en 1S21

## Argentina

- El margen EBITDA recurrente se recuperó y la operación registró una posición de caja estable

# Anexos

## Consolidado

- Mejora de resultado neto producto de un mejor desempeño operacional y la estabilidad de las líneas no operativas.
- 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 que 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 M, 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 (representarían 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.

# Resultados financieros consolidados 2T21/1S21

Cifras consolidadas



en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	3,536,415	3,560,056	(0.7%)	7,126,628	7,459,944	(4.5%)
Otros Ingresos Operacionales	160,272	128,400	24.8%	389,231	280,943	38.5%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>3,696,687</b>	<b>3,688,456</b>	<b>0.2%</b>	<b>7,515,859</b>	<b>7,740,887</b>	<b>(2.9%)</b>
Costo de Ventas	(2,715,735)	(2,759,014)	(1.6%)	(5,501,086)	(5,793,936)	(5.1%)
Costo Depreciación y Amortización	(21,319)	(17,567)	21.4%	(38,605)	(33,954)	13.7%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>959,633</b>	<b>911,875</b>	<b>5.2%</b>	<b>1,976,168</b>	<b>1,912,997</b>	<b>3.3%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.0%</i>	<i>24.7%</i>	<i>124 bps</i>	<i>26.3%</i>	<i>24.7%</i>	<i>158 bps</i>
Gastos O&AV	(674,395)	(630,299)	7.0%	(1,401,522)	(1,384,976)	1.2%
Gasto Depreciación y Amortización	(114,296)	(109,751)	4.1%	(228,909)	(220,250)	3.9%
<b>Total Gastos</b>	<b>(788,691)</b>	<b>(740,050)</b>	<b>6.6%</b>	<b>(1,630,431)</b>	<b>(1,605,226)</b>	<b>1.6%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>21.3%</i>	<i>20.1%</i>	<i>127 bps</i>	<i>21.7%</i>	<i>20.7%</i>	<i>96 bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>170,942</b>	<b>171,825</b>	<b>(0.5%)</b>	<b>345,737</b>	<b>307,771</b>	<b>12.3%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(3) bps</i>	<i>4.6%</i>	<i>4.0%</i>	<i>62 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(13,746)	(38,166)	(64.0%)	(23,412)	(69,227)	(66.2%)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>157,196</b>	<b>133,659</b>	<b>17.6%</b>	<b>322,325</b>	<b>238,544</b>	<b>35.1%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.3%</i>	<i>3.6%</i>	<i>63 bps</i>	<i>4.3%</i>	<i>3.1%</i>	<i>121 bps</i>
Resultado Financiero Neto	(45,828)	(85,411)	(46.3%)	(92,159)	(119,739)	(23.0%)
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	(9,118)	(7,040)	29.5%	3,800	(30,438)	112.5%
<b>Utilidad antes de Impuestos (EBT)</b>	<b>102,250</b>	<b>41,208</b>	<b>148.1%</b>	<b>233,966</b>	<b>88,367</b>	<b>164.8%</b>
Impuesto Renta	(25,540)	1,932	N/A	(56,831)	(2,585)	N/A
<b>Resultado Neto Operaciones Continuas</b>	<b>76,710</b>	<b>43,140</b>	<b>77.8%</b>	<b>177,135</b>	<b>85,782</b>	<b>106.5%</b>
Participación de no Controlantes	(25,719)	(29,776)	(13.6%)	(41,182)	(50,177)	(17.9%)
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	(247)	(577)	(57.2%)	(252)	(831)	(69.7%)
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>50,744</b>	<b>12,787</b>	<b>296.8%</b>	<b>135,701</b>	<b>34,774</b>	<b>290.2%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.4%</i>	<i>0.3%</i>	<i>103 bps</i>	<i>1.8%</i>	<i>0.4%</i>	<i>136 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>306,557</b>	<b>299,143</b>	<b>2.5%</b>	<b>613,251</b>	<b>561,975</b>	<b>9.1%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.3%</i>	<i>8.1%</i>	<i>18 bps</i>	<i>8.2%</i>	<i>7.3%</i>	<i>90 bps</i>
<b>EBITDA</b>	<b>292,811</b>	<b>260,977</b>	<b>12.2%</b>	<b>589,839</b>	<b>492,748</b>	<b>19.7%</b>
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.9%</i>	<i>7.1%</i>	<i>85 bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>6.4%</i>	<i>148 bps</i>
Acciones	447.604	447.604	0.0%	447.604	447.604	0.0%
<b>Utilidad por Acción</b>	<b>113.4</b>	<b>28.6</b>	<b>296.8%</b>	<b>303.2</b>	<b>77.7</b>	<b>290.2%</b>

Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-1,6% en ventas y -0,8% en el EBITDA recurrente en el 2T21 y de -2,8% y -1,5% en el 1S21, respectivamente), y el resultado de la filial Transacciones Energéticas S.A.S. E.S.P., registrado como resultado neto de operaciones discontinuas.

# Estado de Resultados e inversiones por país 2T21

<b>Estado de Resultados</b>	<b><u>Colombia</u></b>	<b><u>Uruguay</u></b>	<b><u>Argentina</u></b>	<b><u>Consol</u></b>
<b>en millones de pesos colombianos</b>	<b>2Q21</b>	<b>2Q21</b>	<b>2Q21</b>	<b>2Q21</b>
Ventas netas	2,664,586	625,980	246,277	3,536,415
Otros Ingresos Operacionales	146,414	6,600	7,352	160,272
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,811,000</b>	<b>632,580</b>	<b>253,629</b>	<b>3,696,687</b>
Costo de Ventas	(2,129,896)	(416,604)	(169,832)	(2,715,735)
Costo Depreciación y Amortización	(19,874)	(1,260)	(185)	(21,319)
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>661,230</b>	<b>214,716</b>	<b>83,612</b>	<b>959,633</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>23.5%</i>	<i>33.9%</i>	<i>33.0%</i>	<i>26.0%</i>
Gastos O&AV	(434,032)	(155,766)	(84,585)	(674,395)
Gasto Depreciación y Amortización	(96,390)	(12,323)	(5,583)	(114,296)
<b>Total Gastos</b>	<b>(530,422)</b>	<b>(168,089)</b>	<b>(90,168)</b>	<b>(788,691)</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>18.9%</i>	<i>26.6%</i>	<i>35.6%</i>	<i>21.3%</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>130,808</b>	<b>46,627</b>	<b>(6,556)</b>	<b>170,942</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>4.7%</i>	<i>7.4%</i>	<i>(2.6%)</i>	<i>4.6%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(14,619)	871	2	(13,746)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>116,189</b>	<b>47,498</b>	<b>(6,554)</b>	<b>157,196</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.1%</i>	<i>7.5%</i>	<i>(2.6%)</i>	<i>4.3%</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(38,250)</b>	<b>(3,991)</b>	<b>(3,524)</b>	<b>(45,828)</b>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>247,072</b>	<b>60,210</b>	<b>(788)</b>	<b>306,557</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.8%</i>	<i>9.5%</i>	<i>(0.3%)</i>	<i>8.3%</i>
<b>CAPEX</b>				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	<b>51,032</b>	<b>2,935</b>	<b>936</b>	<b>54,903</b>
<i>en moneda local</i>	51,032	33	25	

Nota: Las cifras consolidadas incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones, el efecto del tipo de cambio (-1,6% en ventas y -0,8% en el EBITDA recurrente en el 2T21 y de -2,8% y -1,5% en el 1S21, respectivamente), El perímetro colombiano incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

# Consolidated Balance Sheet



en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Jun 2021	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>15,649,974</b>	<b>15,095,640</b>	<b>(3.5%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>5,265,996</b>	<b>4,377,318</b>	<b>(16.9%)</b>
Caja y equivalentes de caja	2,409,391	1,321,593	(45.1%)
Inventarios	1,922,617	2,000,745	4.1%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	471,202	432,307	(8.3%)
Activos por impuestos	362,383	516,171	42.4%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	19,942	22,220	11.4%
Otros	80,461	84,282	4.7%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>10,383,978</b>	<b>10,718,322</b>	<b>3.2%</b>
Plusvalía	2,853,535	2,954,797	3.5%
Otros activos intangibles	307,797	336,393	9.3%
Propiedades, planta y equipo	3,707,602	3,835,168	3.4%
Propiedades de Inversión	1,578,746	1,668,252	5.7%
Derechos de uso	1,317,545	1,305,758	(0.9%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	267,657	285,957	6.8%
Activo por impuesto diferido	234,712	203,242	(13.4%)
Activos por impuestos	-	-	N/A
Otros	116,384	128,755	10.6%

en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Jun 2021	Var %
<b>PASIVOS</b>	<b>8,245,701</b>	<b>7,513,458</b>	<b>(8.9%)</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>6,422,947</b>	<b>5,154,392</b>	<b>(19.8%)</b>
Cuentas por pagar	4,678,078	3,623,311	(22.5%)
Pasivos por arrendamiento	223,803	223,670	(0.1%)
Obligaciones financieras	1,110,883	876,396	(21.1%)
Otros pasivos financieros	87,289	61,336	(29.7%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	N/A
Pasivos por impuestos	76,111	59,984	(21.2%)
Otros	246,783	309,695	25.5%
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>1,822,754</b>	<b>2,359,066</b>	<b>29.4%</b>
Cuentas por pagar	68	69,881	N/A
Pasivos por arrendamiento	1,319,092	1,309,496	(0.7%)
Obligaciones financieras	344,779	799,348	N/A
Otras provisiones	14,542	10,527	(27.6%)
Pasivo por impuesto diferido	118,722	142,945	20.4%
Pasivos por impuestos	4,463	4,289	(3.9%)
Otros	21,088	22,580	7.1%
<b>PATRIMONIO</b>	<b>7,404,273</b>	<b>7,582,182</b>	<b>2.4%</b>

# Flujo de caja consolidado



en millones de pesos colombianos	Jun 2021	Jun 2020	Var %
<b>Ganancia</b>	<b>176,883</b>	<b>84,951</b>	<b>N/A</b>
Total ajustes para conciliar la ganacia (pérdida)	527,294	413,327	27.6%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(838,234)	(1,103,630)	(24.0%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(286,921)	(120,906)	N/A
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	24,112	146,856	(83.6%)
<b>Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio</b>	<b>(1,101,043)</b>	<b>(1,077,680)</b>	<b>2.2%</b>
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	13,245	4,085	N/A
<b>(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>(1,087,798)</b>	<b>(1,073,595)</b>	<b>1.3%</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada</b>			
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo</b>	<b>2,409,391</b>	<b>2,562,674</b>	<b>(6.0%)</b>
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo</b>	<b>1,321,593</b>	<b>1,489,079</b>	<b>(11.2%)</b>



# Deuda por país y vencimiento 2T21



## Deuda neta por país

30 Jun de 2021 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	435,121	464,862	457,033	15,837	937,732
Deuda de largo plazo	799,348	799,348 -	0	-	799,348
<b>Total deuda bruta <sup>(1)</sup></b>	<b>1,234,469</b>	<b>1,264,210</b>	<b>457,033</b>	<b>15,837</b>	<b>1,737,080</b>
Efectivo y equivalentes de efectivo	932,542	1,044,943	235,657	40,993	1,321,593
<b>Deuda Neta</b>	<b>- 301,927</b>	<b>- 219,267</b>	<b>- 221,376</b>	<b>- 25,156</b>	<b>- 415,487</b>

## Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Jun de 2021 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	30-jun-21
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Abril 2024	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Agosto 2022	100,000
Crédito rotativo - Sindicado	500,000	Variable	Agosto 2022	70,000
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2023	100,000
Largo Plazo - Bilateral	200,000	Variable	Marzo 2025	200,000
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	229,583
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	190,000
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	150,000
<b>Total deuda bruta (3)</b>	<b>1,665,000</b>			<b>1,174,583</b>

Nota: El perímetro Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. 1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda bruta de la Holding emitida 100% en pesos colombianos con una tasa de interés inferior al IBR3M + 4,0%; deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 1,883%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida.

# Estado de Resultados a nivel Holding <sup>(1)</sup> 2T21/1S21



en millones de pesos colombianos	2Q21	2Q20	% Var	1H21	1H20	% Var
Ventas Netas	2,666,961	2,734,938	(2.5%)	5,415,760	5,653,741	(4.2%)
Otros Ingresos Operacionales	87,282	64,089	36.2%	247,997	134,573	84.3%
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>2,754,243</b>	<b>2,799,027</b>	<b>(1.6%)</b>	<b>5,663,757</b>	<b>5,788,314</b>	<b>(2.2%)</b>
Costo de Ventas	(2,129,227)	(2,195,533)	(3.0%)	(4,351,526)	(4,559,221)	(4.6%)
Costo Depreciación y Amortización	(17,975)	(14,935)	20.4%	(32,421)	(28,345)	14.4%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>607,041</b>	<b>588,559</b>	<b>3.1%</b>	<b>1,279,810</b>	<b>1,200,748</b>	<b>6.6%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.0%</i>	<i>21.0%</i>	<i>101 bps</i>	<i>22.6%</i>	<i>20.7%</i>	<i>185 bps</i>
Gastos O&AV	(425,747)	(401,169)	6.1%	(882,822)	(861,248)	2.5%
Gasto Depreciación y Amortización	(91,537)	(84,591)	8.2%	(184,552)	(173,372)	6.4%
<b>Total Gastos</b>	<b>(517,284)</b>	<b>(485,760)</b>	<b>6.5%</b>	<b>(1,067,374)</b>	<b>(1,034,620)</b>	<b>3.2%</b>
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(18.8%)</i>	<i>(17.4%)</i>	<i>(143) bps</i>	<i>(18.8%)</i>	<i>(17.9%)</i>	<i>(97) bps</i>
<b>Utilidad Operacional Recurrente (ROI)</b>	<b>89,757</b>	<b>102,799</b>	<b>(12.7%)</b>	<b>212,436</b>	<b>166,128</b>	<b>27.9%</b>
<i>Margen ROI</i>	<i>3.3%</i>	<i>3.7%</i>	<i>(41) bps</i>	<i>3.8%</i>	<i>2.9%</i>	<i>88 bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(13,579)	(28,914)	(53.0%)	(19,114)	(50,802)	(62.4%)
<b>Utilidad Operacional (EBIT)</b>	<b>76,178</b>	<b>73,885</b>	<b>3.1%</b>	<b>193,322</b>	<b>115,326</b>	<b>67.6%</b>
<i>Margen EBIT</i>	<i>2.8%</i>	<i>2.6%</i>	<i>13 bps</i>	<i>3.4%</i>	<i>2.0%</i>	<i>142 bps</i>
<b>Resultado Financiero Neto</b>	<b>(46,242)</b>	<b>(83,961)</b>	<b>(44.9%)</b>	<b>(94,935)</b>	<b>(123,558)</b>	<b>(23.2%)</b>
<b>Resultado Neto Grupo Éxito</b>	<b>50,744</b>	<b>12,787</b>	<b>296.8%</b>	<b>135,701</b>	<b>34,774</b>	<b>290.2%</b>
<i>Margen Neto</i>	<i>1.8%</i>	<i>0.5%</i>	<i>139 bps</i>	<i>2.4%</i>	<i>0.6%</i>	<i>180 bps</i>
<b>EBITDA Recurrente</b>	<b>199,269</b>	<b>202,325</b>	<b>(1.5%)</b>	<b>429,409</b>	<b>367,845</b>	<b>16.7%</b>
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.2%</i>	<i>7.2%</i>	<i>1 bps</i>	<i>7.6%</i>	<i>6.4%</i>	<i>123 bps</i>

# Balance General a nivel Holding<sup>(1)</sup>



en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Jun 2021	Var %
<b>ACTIVOS</b>	<b>13,468,080</b>	<b>12,843,391</b>	<b>(4.6%)</b>
<b>Activo corriente</b>	<b>4,309,539</b>	<b>3,434,152</b>	<b>(20.3%)</b>
Caja y equivalentes de caja	1,969,470	932,542	(52.7%)
Inventarios	1,583,972	1,633,112	3.1%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas	292,941	272,651	(6.9%)
Activos por impuestos	339,539	479,181	41.1%
Otros	123,617	116,666	(5.6%)
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>9,158,541</b>	<b>9,409,239</b>	<b>2.7%</b>
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	166,511	178,391	7.1%
Propiedades, planta y equipo	1,909,426	1,945,964	1.9%
Propiedades de Inversión	89,246	88,742	(0.6%)
Derechos de uso	1,570,161	1,545,909	(1.5%)
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negoc	3,618,703	3,864,590	6.8%
Otros	351,417	332,566	(5.4%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2020	Jun 2021	Var %
<b>PASIVOS</b>	<b>7,264,217</b>	<b>6,471,451</b>	<b>(10.9%)</b>
<b>Pasivo corriente</b>	<b>5,310,807</b>	<b>4,002,362</b>	<b>(24.6%)</b>
Cuentas por pagar	3,931,085	2,950,187	(25.0%)
Pasivos por arrendamiento	230,240	229,567	(0.3%)
Obligaciones financieras	647,934	386,159	(40.4%)
Otros pasivos financieros	81,366	48,962	(39.8%)
Pasivos por impuestos	68,274	49,313	(27.8%)
Otros	351,908	338,174	(3.9%)
<b>Pasivos no corrientes</b>	<b>1,953,410</b>	<b>2,469,089</b>	<b>26.4%</b>
Pasivos por arrendamiento	1,554,725	1,528,953	(1.7%)
Obligaciones financieras	325,770	799,348	N/A
Otras provisiones	51,846	48,420	(6.6%)
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	21,069	92,368	N/A
<b>PATRIMONIO</b>	<b>6,203,863</b>	<b>6,371,940</b>	<b>2.7%</b>

# Almacenes y área de ventas 2T21



<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u>	<u>Área de ventas (m2)</u>
<b>Colombia</b>		
Éxito	237	620,312
Carulla	97	86,668
Surtimax	72	33,271
Super Inter	61	58,745
Surtimayorista	34	33,621
<b>Total Colombia</b>	<b>501</b>	<b>832,617</b>



<b>Uruguay</b>		
Devoto	58	39,931
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
<b>Total Uruguay</b>	<b>90</b>	<b>91,594</b>

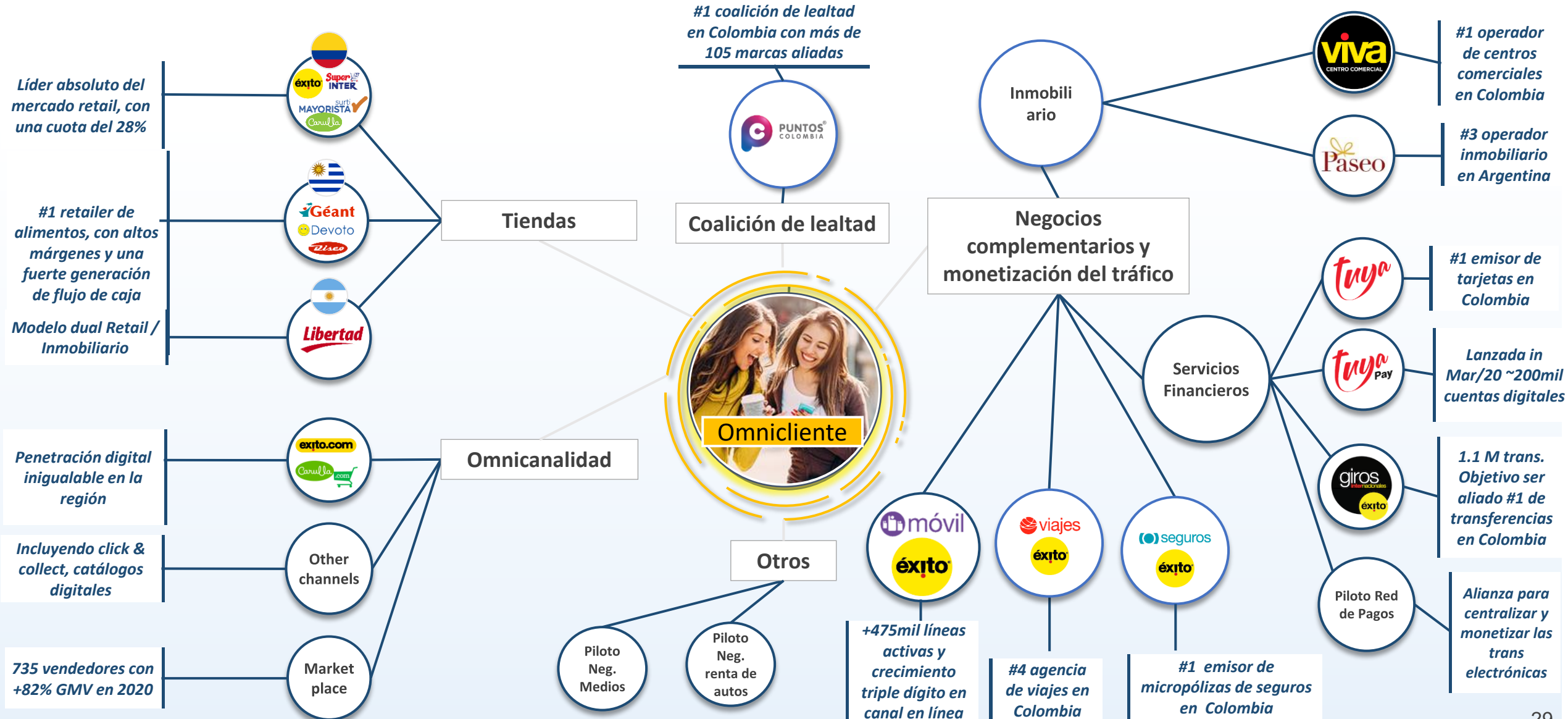


<b>Argentina</b>		
Libertad	15	101,807
Mini Libertad	10	1,796
<b>Total Argentina</b>	<b>25</b>	<b>103,603</b>

<b>TOTAL</b>	<b>616</b>	<b>1,027,814</b>
--------------	------------	------------------

# 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

- Modelos & Formatos
  - ✓ Premium & Mid: FreshMarket / WOW
  - ✓ Bajo costo: Surtimayorista / Aliados
- Marca propia
  - ✓ Alimentos/no alimentos

### 2. Omnicanal

- Comercio electrónico
  - ✓ exito.com / carulla.com
  - ✓ disco.com / geant.com / devoto.com
  - ✓ hiperlibertad.com
- Market Place
- Catálogos digitales
- Domicilios
- Última milla
  - ✓ Rappi
- Click & Collect / Click & Car

### 3. Transformación digital

- Apps
  - ✓ Éxito / Carulla
  - ✓ Disco / Geant / Devoto
  - ✓ Hiperlibertad
- Otros:
  - ✓ Éxito Media
  - ✓ Renta de autos
  - ✓ Startups
- Desarrollos
  - ✓ Frictionless
  - ✓ Servicio al cliente
  - ✓ Análisis de datos
  - ✓ Logística, abastecimiento
  - ✓ Gerencia Recurso H

### 4. Monetización activos-tráfico & mejores prácticas

- Coalición de lealtad
  - ✓ Puntos Colombia
- Negocios complementarios
  - ✓ Inmobiliario: VIVA / Paseo
  - ✓ Negocio financiero: TUYA / Hiper más / Giros / Red de pagos
  - ✓ Viajes
  - ✓ Seguros
  - ✓ Operador virtual telefónico
- Excelencia operacional
  - ✓ Logística y cadena de abastecimiento
  - ✓ Esquemas de productividad
  - ✓ Compras conjuntas

### 5. Sostenibilidad y valor compartido

- Gen Cero
  - ✓ Foco en la nutrición infantil
- Comercio sostenible
  - ✓ Compra directa local
- Mi Planeta
  - ✓ Protección del ambiente
- Estilo de vida saludable
  - ✓ Portafolio saludable clientes
- Bienestar laboral
  - ✓ Desarrollo de RRHH

Foco en mejorar

● Servicio al cliente

● Mercadeo relacional

● RH & Relación proveedores

● Desarrollos TI



**María Fernanda Moreno R.**

Directora de Relación con Inversionistas

+574 6049696 Ext 306560

[maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com](mailto:maria.morenorodriguez@grupo-Éxito.com)

Cr 48 No. 32B Sur – 139, Av. Las Vegas

Envigado, Colombia

[www.grupoÉxito.com.co](http://www.grupoÉxito.com.co)

[Éxitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com](mailto:Éxitoinvestor.relations@grupo-Éxito.com)