



Informe Periódico Trimestral Segundo Trimestre de 2026

INDICE

1. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Datos de identificación básica del emisor	3
1.2 Emisiones de valores vigentes	3
1.3 Hechos relevantes del trimestre	3
2. INFORMACIÓN FINANCIERA	3
2.1 Estados Financieros	3
2.2 Análisis Financiero.....	4
2.3 Cambios materiales en los estados financieros	7
3. DESEMPEÑO OPERATIVO.....	8
3.1 Operaciones principales.....	8
4. RIESGOS Y GESTIÓN DE RIESGOS.....	14
4.1 Actualización otros riesgos	14
5. ASUNTOS SOCIALES, AMBIENTALES INCLUIDOS LOS CLIMÁTICOS	17
5.1 Seguimiento asuntos sociales ambientales incluidos los climáticos	17
6. GOBIERNO CORPORATIVO	19
6.1 Cambios Materiales en la estructura de gobierno corporativo	19
7. ANEXOS	21
7.1 Glosario	21
7.2 Estados Financieros	23

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Datos de identificación básica del emisor

- Razón social: Almacenes Éxito S.A.
- Domicilio principal: Carrera 48 No. 32 B Sur 139, Envigado, Colombia.

1.2 Emisiones de valores vigentes

A 30 de junio de 2026, la Compañía mantiene la calidad de emisor de valores, con acciones ordinarias en circulación y negociación en el mercado de capitales colombiano.

Al 30 de junio de 2026, el número de acciones suscritas fue de 1.344.720.453, de las cuales 1.297.864.359 están en circulación.

1.3 Hechos relevantes del trimestre

- El 20 de abril de 2026, la Compañía informó Carlos Mario Giraldo Moreno, quien venía desempeñándose como Gerente General en Colombia, ha manifestado su decisión de retirarse de la Compañía.
- El 23 de abril de 2026, la Compañía informó la designación como Gerente General en Colombia de Juan Lucas Vega Palacio, a partir del 1 de julio de 2026.
- El 30 de abril de 2026, la Compañía informó que se hizo efectiva la cancelación del registro de las acciones ordinarias de la Compañía y de sus American Depositary Shares (“ADS”) en virtud de la Sección 12(g) de la U.S. Securities Exchange Act of 1934 (la “Ley de Mercados de Valores de los Estados Unidos”).

2. INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Estados Financieros

Los Estados Financieros de la Compañía fueron transmitidos a la Superintendencia Financiera de Colombia y publicados a través del mecanismo de información relevante de esta entidad, y se encuentran anexos al Informe.

De igual forma, pueden ser consultados en el [sitio web corporativo](#) de la Compañía.

2.2 Análisis Financiero

Los ingresos operacionales consolidados totalizaron COP \$5,3 B registrando un crecimiento del 5,7% excluyendo el efecto cambiario durante el segundo trimestre del 2026 (+1,7% en COP). Del total de estos ingresos el 80% proviene de Colombia, 17% de Uruguay y 3% de Argentina. En el 1S25, los ingresos netos consolidados reportaron COP \$10,7 B con un crecimiento de 4,5% excluyendo el efecto cambiario (+1,4% en COP).

Las ventas netas consolidadas representaron el 95% del total de los ingresos alcanzando un total de COP \$5 B con un incremento del 5,5% al excluir efecto cambiario respecto al 2T25 (1,5% en COP). Para el 1S25, las ventas totalizaron COP \$10,3 B con un crecimiento de 4,5% excluyendo efectos cambiarios (1,3% en COP). Este desempeño estuvo impulsado principalmente por: (i) La consolidación de la implementación de las estrategias comerciales en Colombia con un mix de productos, liderado por la categoría de entretenimiento, jalonada por la temporada mundialista, (ii) Estrategias comerciales efectivas que impulsaron las ventas en Uruguay por encima de la inflación, apalancadas por la categoría de alimentos y una contribución de no alimentos del efecto mundial; y (iii) la operación de 2 meses del trimestre del retail en Argentina, producto de la alianza con los socios estratégicos en ese país y el cambio de enfoque del Grupo al negocio inmobiliario.

Otros ingresos consolidados totalizaron COP \$253.058 M en 2T26 registrando un crecimiento del 9,8% al excluir efecto cambiario (6,7% en COP) y para el 1S26 los otros ingresos totalizaron COP \$492.052 con un crecimiento del 5,8% al excluir efecto cambiario (3,1% en COP), impulsados principalmente por la contribución del negocio inmobiliario en Colombia y Argentina.

Colombia: Durante el segundo trimestre las **ventas netas** alcanzaron COP \$4 B registrando un crecimiento del 6,9% (7,7% VMM), impulsados principalmente por los no alimentos que registró un crecimiento de doble dígito que creció 22,5% apalancado por la temporada mundialista, por su parte las ventas en el primer semestre del 2026 alcanzaron COP \$7,9 B registrando un crecimiento del 5,1%.

El mix de ventas por marca en Colombia se distribuyó de la siguiente manera: las tiendas de la marca Éxito representaron 71%, las tiendas Carulla 20% y el formato de bajo costo y otros¹ —que incluye Super Inter, Surtimax, Surtimayorista, aliados, ventas institucionales, venta de inventario de proyectos inmobiliarios, B2B y otros— representó 9% del total en el 2T26.

Las ventas omnicanal registraron una participación del 14,2% respecto al total de las ventas en Colombia (incluyendo sitios web, marketplace, entrega a domicilio, Shop&Go, Click&Collect, catálogos digitales y B2B virtual y Midescuento)

alcanzando COP \$574.876 M con un crecimiento del 9,1% frente al 2T25. El crecimiento estuvo impulsado principalmente por la categoría no alimentos que registró un crecimiento del 39,1% frente al 2T25.

Otros ingresos aumentaron 9% durante el 2T26, explicado principalmente por la contribución de los ingresos recurrentes del negocio inmobiliario (Viva Malls registró un crecimiento en ingresos del 12,6% vs 2T25) y el aporte de otros negocios complementarios como lo es el negocio de Éxito Media, Móvil Éxito y Viajes Éxito. Durante el 1S26 los otros ingresos aumentaron 5,4% totalizando \$445.868 M.

Uruguay: mantenemos una ejecución consistente de las estrategias comerciales con un crecimiento en ventas en 2T26 del 4,1% en moneda local, por encima de la inflación del país y las VMM 3,4% excluyendo efecto cambiario. Estas ventas fueron jalonadas por las ventas de alimentos que crecieron 3,9% y un crecimiento del 6,6% excluyendo efecto cambiario de los no alimentos por temporada mundialista. Por su parte, las ventas totales para el 1S26 crecieron 4,5% en moneda local y -2.6% en COP explicada exclusivamente por el efecto de la tasa de cambio.

Argentina: Los ingresos por ventas en Argentina fueron de COP \$125.417 M (-18,4% al excluir efecto cambiario). Las ventas retail se vieron principalmente afectadas por el entorno macroeconómico del país y la disminución en 1 mes de operación del retail en el trimestre. Es importante anotar que el Grupo operó directamente el negocio retail hasta el primero de junio de 2026, este cambio en el perímetro de consolidación explica la mayor parte de la disminución de los ingresos del trimestre y limita la comparabilidad frente al año anterior.

Por otro lado, el negocio inmobiliario tuvo un desempeño resiliente alcanzando COP \$16.779 M con un crecimiento del 51,4% en moneda local respecto al 2T25 impulsado principalmente por los estables niveles de ocupación y buena dinámica comercial.

Desempeño Operacional

La Utilidad Bruta Consolidada registró un crecimiento de 6,8% excluyendo el efecto cambiario (+1,5% en COP) durante el 2T26, mientras que el margen se ubicó en 25,6% (-5 pb frente al mismo periodo del año anterior) como porcentaje de los ingresos. Sin embargo, para el 1S26 el margen bruto se expandió 24 puntos básicos con un crecimiento del 6,5% excluyendo el efecto cambiario (+2,3% en COP), impulsado por la mejor dinámica comercial, así como, la reducción de los costos logísticos, merma y avería en toda la región.

- **La utilidad bruta en Colombia** creció 9,4% a un margen de 23,1% (+50 pb) durante el 2T25 como porcentaje de los ingresos netos. La mejora se dio producto de un equilibrio entre el crecimiento de las ventas, con un mejor mix comercial y reducción de costos logísticos. El beneficio bruto creció un 8,6%

hasta un margen del 22,9% (+73 pb) como porcentaje de los ingresos netos durante el 1S25.

- **La utilidad bruta en Uruguay** aumentó 5,5% excluyendo el efecto cambiario (-6,3% en COP) durante el 2T25 y el margen como porcentaje de los ingresos netos fue de 37%. Las eficiencias alcanzadas en merma, averías y costos logísticos permitieron expandir el margen bruto en 56 puntos básicos. Durante el 1S25, el beneficio Bruto creció un 5,4% en moneda local hasta un margen del 37,7% (+39 pb vs año pasado).
- **La utilidad bruta en Argentina** disminuyó 505 pbs durante el 2T26 alcanzando un margen de 25,2% como porcentaje de los ingresos netos, este deterioro responde principalmente a un entorno de consumo debilitado, así como la alianza con los socios estratégicos en este país, los cuales operaron el retail a partir del primero de junio de 2026.

El EBITDA¹ Recurrente Consolidado alcanzó COP \$499.971 M durante el 2T26, con un crecimiento de doble dígito de 12,6% excluyendo efecto cambiario (+10,6% en COP) en comparación con el mismo periodo del año anterior, la dilución de gastos y la mejora de los márgenes contribuyeron a un aumento de 75 pb en el margen de EBITDA recurrente alcanzando 9,4%. En el 1S26 el EBITDA recurrente tuvo un crecimiento de 14,5% excluyendo efecto cambiario (+13% en COP) mejorando 89 pbs. Este desempeño se explicó por eficiencias permanentes en toda la región, a pesar de las presiones macroeconómicas.

- **Colombia:** El EBITDA recurrente alcanzó COP \$390.685 M durante el 2T26. La mejora en margen y ejecución disciplina del gasto permitió alcanzar un margen EBITDA de 9,2%, con una expansión de 44 puntos básicos y un crecimiento del 12,3%, logrando así que el margen se mantuviera positivo y superando los registrados en el mismo periodo del año anterior. Para el 1S26 el EBITDA recurrente alcanzó COP \$652.203 M con una expansión de 57 puntos básicos permitiendo alcanzar un margen EBITDA de 7,8%.
- **Uruguay:** El EBITDA recurrente creció un 16,1% excluyendo el efecto cambiario (+2% en COP) durante el 2T26 en comparación con el mismo periodo del año anterior, totalizando COP \$121.939 M. El crecimiento del margen bruto y la dilución de gastos permiten una mejora del margen EBITDA que se ubica en 13,1%. Para el 1S26 el EBITDA recurrente alcanzó COP \$301.302 M con una expansión de 184 puntos básicos permitiendo alcanzar un margen EBITDA de 15%.
- **Argentina:** los resultados incorporan los impactos no recurrentes asociados al proceso de reestructuración del negocio, así como los efectos derivados de la

volatilidad cambiaria. En este contexto, el EBITDA recurrente permaneció negativo, con un margen de -8,9%.

Utilidad Neta del grupo

Grupo Éxito reportó un resultado neto de COP \$156.186 M con un margen de 2,9% durante el 2T26, en comparación los COP \$146.865 M reportados en el mismo periodo del año anterior registrando una mejora de 7,6% al excluir el efecto cambiario, en medio de un entorno desafiante en toda la región. Este resultado es producto de la mejora del desempeño operativo, sumada a una gestión más eficiente de los gastos financieros y a la contribución del ecosistema de negocios del Grupo. Por su parte, el resultado neto del primer semestre alcanzó COP\$315.808 M con un margen de 2,9% registrando una mejora del 30,7% al excluir el efecto cambiario.

El resultado se explica por (i) la mejora a nivel operacional que se suma a eficiencias en costos financieros, (ii) contribución de los negocios del ecosistema y (iii) una mayor dinámica comercial por el mundial y mix de las ventas. Sumado a que el resultado operativo en Colombia y Uruguay compensó totalmente los impactos no recurrentes del cierre de la operación retail en Argentina.

Utilidad por acción (UPA)

- El UPA diluido fue de COP \$120,3 por acción ordinaria en el 2T26 en comparación con los COP \$113,2 reportados en el mismo trimestre del año pasado.

Deuda financiera neta:

- A junio, el efectivo se ubicó en \$0,6 billones reflejando una posición estable de caja.
- La deuda bruta se ubicó en \$1,5 billones, con una reducción frente a 2T25.

2.3 Cambios materiales en los estados financieros

Ver información contenida en numerales 2.1 y 2.2 del presente documento.

3. DESEMPEÑO OPERATIVO

3.1 Operaciones principales

- **Descripción de la actividad operativa principal, incluyendo producción, ventas y desarrollos de mercado.**

Información Corporativa General

Almacenes Éxito S.A. es una sociedad anónima domiciliada en Envigado, Colombia y opera bajo las leyes y regulaciones colombianas. Éxito fue constituida bajo las leyes de Colombia el 24 de marzo de 1950 y su duración se extiende hasta el 31 de diciembre de 2150. Éxito tiene su sede principal en la Carrera 48 No. 32B Sur - 139, Envigado, Colombia. El teléfono de esta dirección es +(57) 604 9696. La dirección del sitio web corporativo es <https://www.grupoexito.com.co/es>.

Grupo Éxito es una empresa pública, listada en la Bolsa de Valores de Colombia desde 1994. El accionista mayoritario es Cama Commercial Group Corp. (en adelante, para efectos de este Informe el “Grupo Calleja”),

Descripción de Compañía

Con más de un siglo de trayectoria en el comercio al por menor, Grupo Éxito es una de las principales plataformas de *retail* en América Latina, con presencia consolidada en Colombia, Uruguay y una transición del modelo de retail a real estate en el noreste de Argentina.

Grupo Éxito opera bajo una estrategia omnicanal orientada a ofrecer una experiencia de compra integrada, permitiendo a los clientes acceder a una amplia oferta de productos como lo son bienes de consumo masivo, frescos, comidas preparadas, textil, hogar, tecnología y entretenimiento a través de canales físicos y digitales.

Adicionalmente, la compañía ha diversificado sus fuentes de ingreso mediante el desarrollo de un portafolio de negocios complementarios que incluye activos inmobiliarios comerciales en Colombia y Argentina, servicios financieros a través de Tuya y un programa de fidelización operado por Puntos Colombia. Asimismo, participa en otras líneas de negocio en Colombia, como viajes, telefonía móvil, soluciones de pago y servicios logísticos. Grupo Éxito también cuenta con una industria propia, enfocada en la fabricación de prendas de vestir y en la producción de alimentos, especialmente comidas preparadas de marca propia.

En línea con su estrategia de largo plazo, la compañía continúa avanzando en iniciativas orientadas a fortalecer su propuesta de valor, estas estrategias se enfocan en tres pilares: la unificación de marcas, la ampliación del surtido y las palancas de ahorro.

1. Unificación de marcas:

Grupo Éxito avanzó de manera sostenida en la ejecución de su estrategia de reconversión de tiendas, orientada a consolidar su operación en torno a sus marcas líderes, Éxito y Carulla, preservando los atributos diferenciadores de cada formato. Durante el año 2025, se realizaron 14 reconversiones de tiendas y se llevaron a cabo tres reformas para las tiendas Carulla Poblado, Éxito Los Molinos, en Medellín y Éxito Usme en Bogotá, alcanzando un total de 43 tiendas intervenidas desde el comienzo de la estrategia en 2024.

Esta estrategia ha permitido fortalecer el posicionamiento de los supermercados Carulla como una propuesta enfocada en valor, cercanía y calidad, mientras que Éxito continúa evolucionando como un formato integral que responde a las distintas necesidades de los hogares colombianos en un solo lugar.

2. Ampliación de surtido:

Grupo Éxito ha continuado avanzando en la ampliación y optimización de su surtido, con el objetivo de consolidar una propuesta de valor que permita a los clientes encontrar soluciones completas de compra en un solo lugar, adaptadas a las necesidades de cada comunidad.

Esta estrategia ha sido implementada de manera transversal en las diferentes regiones del país, fortaleciendo la relevancia de la oferta a nivel local y mejorando la experiencia de compra. En un entorno macroeconómico desafiante y con presiones inflacionarias, contar con un portafolio amplio y diversificado permite a la compañía responder de manera más efectiva a las dinámicas de consumo, ofreciendo alternativas a distintos niveles de precio y categorías, lo que contribuye a preservar la competitividad y a acompañar a los clientes en la optimización de su gasto.

La ampliación del surtido se ha materializado en un incremento cercano a 2.000 referencias adicionales por almacén, provenientes de más de 80 marcas. Este desarrollo no solo amplía la diversidad de la oferta, sino que también genera mayores oportunidades de crecimiento y participación para proveedores nacionales y regionales, contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema comercial.

3. Palancas de ahorro:

El ahorro constituye una de las principales palancas de la estrategia comercial del Grupo Éxito, orientada a ofrecer una propuesta competitiva basada en una sólida relación precio-calidad, especialmente relevante en un entorno económico desafiante. Esta estrategia responde a la convicción de la compañía de contribuir activamente al bienestar y la dignificación de las familias colombianas, facilitando el acceso a productos de calidad a precios asequibles, esto se logra a través de:

- **Productos a “Precio Insuperable”:** La iniciativa de productos a “Precio Insuperable” continúa consolidándose como un componente relevante dentro de la propuesta de valor de la compañía, orientada a ofrecer alternativas de ahorro y aliviar el gasto de los hogares. Actualmente, esta estrategia cuenta con la participación de más de 80 proveedores y un portafolio de más de 1.000 productos, que incluye tanto marcas propias como marcas nacionales, con una participación significativa de artículos de la canasta básica.
- **Productos “Imprecionantes”:** Una iniciativa orientada a ofrecer a los clientes precios altamente competitivos en productos esenciales de la canasta familiar. A través de esta dinámica, que se cada 2 meses, se seleccionan 19 referencias clave con precios destacados.
- **Días temáticos:** descuentos todas las semanas con los “Martes del campo” (30% dto en todas las frutas, verduras y flores), “Miércoles de carnes frescas” (20% dto en cortes seleccionados de carne de res y de cerdo y en todo el pollo y la pescadería) y “Viernes de celebración” (25% dto en vinos, espumosos y *champagnes*)
- **Megaofertas:** Descuentos en productos de la canasta familiar todos los fines de semana de quincena.
- **Canasta del ahorro:** Descuentos en productos para el ajuste del mercado en fines de semana de no quincena.
- Así mismo, **las tradicionales promociones de las marcas son transversales**, las más importantes del *retail* en Colombia, como por Ejemplo Aniversario Éxito, Aniversario Carulla, o Megaprima.

Segmentos de operación

La Compañía presenta su información financiera por segmentos operativos, los cuales corresponden a componentes del negocio que se gestionan y analizan de manera diferenciada. Al cierre del período, se cuenta con tres segmentos operativos, definidos principalmente por su ubicación geográfica.

Colombia

Ingresos derivados de actividades de *retail* y servicios complementarios bajo las marcas Éxito, Carulla, Surtimax, Súper Inter y Surti Mayorista, así como el formato B2B.

Uruguay

Ingresos y servicios de las actividades *retail* en Uruguay, de las tiendas bajo las marcas Disco, Devoto y Géant.

Argentina

Ingresos y servicios asociados al negocio de real estate en Argentina, compuesto por una cartera de activos inmobiliarios comerciales. A partir del 1 de junio de 2026, la operación retail bajo las marcas Libertad y Fresh Market Libertad pasó a ser operada por un tercero, por lo que la actividad de Grupo Éxito en el país se concentra en la gestión, desarrollo y monetización de activos inmobiliarios.

Nuestros productos

En Colombia y Uruguay, la Compañía ofrece en su mayoría productos listos para la venta que compra y vende a clientes finales. Parte de los productos son producidos por nuestro equipo técnico para el desarrollo de productos perecederos, en instalaciones industriales y en tiendas propias. En determinadas circunstancias, la Compañía ha establecido asociaciones con proveedores que suministran productos semiacabados que se terminan en las tiendas.

Los productos fabricados o procesados en instalaciones industriales y tiendas propias incluyen: (1) frutas y verduras, que se cortan o envasan en las tiendas; (2) carne (ternera, cerdo, pollo y pescado), así como embutidos y quesos, que se cortan, pesan y envasan en las tiendas; (3) platos preparados que se venden en nuestros mostradores de charcutería; y (5) pan, pasteles y dulces elaborados en las panaderías situadas dentro de las tiendas.

Otros negocios y servicios

Adicional a las operaciones *retail*, la Compañía ofrece servicios complementarios en alianza con socios locales, como parte de la estrategia para monetizar el tráfico y los activos inmobiliarios a través de un ecosistema que brinda un valor diferencial para los consumidores.

Puntos Colombia

Programa de fidelización diseñado para fortalecer la relación con los clientes a través de un ecosistema integral de acumulación y redención de puntos, esta operación se desarrolla en conjunto con Bancolombia.

Adicionalmente, este programa ofrece beneficios complementarios como descuentos y experiencias, consolidándose como una herramienta estratégica para incrementar la fidelización, profundizar la relación con los clientes y generar tráfico hacia los distintos canales y formatos del Grupo.

Tuya

Línea de negocio complementaria del Grupo, operada bajo un esquema de control conjunto con Bancolombia, y consolidada como una entidad de financiamiento comercial. Atiende principalmente a segmentos de ingresos bajos y medios a través de la emisión de tarjetas de crédito y una oferta de créditos de consumo. Su portafolio de productos, enfocado en el uso responsable del

crédito, no solo amplía las alternativas de financiamiento para los colombianos, sino que también genera sinergias relevantes con las operaciones comerciales del Grupo y fortalece la relación con sus clientes.

Viajes Éxito

Empresa de turismo, desarrollada en asocio con Avianca, la principal aerolínea de la región. Esta línea está orientada a ofrecer un portafolio integral que abarca tanto turismo vacacional como viajes corporativos, a través de alianzas nacionales e internacionales con aerolíneas, hoteles, compañías de renta de vehículos, cruceros y servicios de asistencia médica.

Móvil Éxito

Proveedor de servicios móviles virtual en Colombia, encargado de ofrecer soluciones de voz y datos con cobertura nacional e internacional

Kiire:

Plataforma de soluciones de pagos electrónicos a través de datafonos y soluciones digitales. Grupo Éxito impulsa la digitalización de los pagos, facilita la inclusión financiera y amplía su ecosistema de servicios para comercios y clientes.

Giros y remesas

Línea de negocio enfocada ofrecer servicios de giros y remesas de dinero, a nivel nacional e internacional, apalancándose en la amplia red de almacenes. A través de esta operación, se facilita el envío de dinero al exterior y la realización de transferencias dentro del país, ampliando la oferta de servicios disponibles en tienda y generando tráfico adicional en los puntos de venta.

Éxito Industrias

Grupo Éxito cuenta con dos industrias propias: una textil, dedicada a la fabricación de prendas de sus marcas de vestuario, y otra de alimentos, enfocada en la elaboración de comidas preparadas de marca propia.

LTSA:

Empresa de logística, encargada de la planeación, el abastecimiento, el almacenamiento y la distribución de mercancías, además de ofrecer servicios logísticos integrales a primeros para fortalecer la eficiencia de la cadena de suministro.

Transacciones Energéticas:

Compañía dedicada a la comercialización de energía eléctrica buscando brindar eficiencia en las negociaciones que se desarrollan en el mercado de energía mayorista y la atención de usuarios finales.

Negocio Inmobiliario

El Grupo cuenta con un vehículo inmobiliario enfocado en la estructuración, desarrollo y gestión de activos comerciales, orientado a maximizar el valor de su portafolio y complementar la operación retail. En este contexto, Viva Malls se destaca como su principal plataforma, a través de la cual se desarrollan y operan centros comerciales en Colombia, con una participación mayoritaria del 51%, que además actúa como administrador inmobiliario, impulsando la eficiencia operativa y la generación de tráfico hacia sus activos. En Argentina, el negocio opera bajo la marca Paseo Libertad y cuenta con un portafolio de 14 centros comerciales, consolidándose como el principal foco de actividad del Grupo en el país tras la transición de la operación retail a un tercero.

Evolución de proyectos importantes, inversiones y desinversiones realizadas durante el trimestre.

Inversiones

- El CapEX consolidado durante el 2T26 alcanzó COP\$ 66.006 M, de los cuales el 81% se destinó a actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital durante el periodo, y el resto, al mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualizaciones de sistemas de TI y logística.
- El CapEX se distribuyó de la siguiente manera en la región: Colombia 70% y Uruguay 30%.

Expansión retail

- En 2T26 Grupo Éxito sumó 2 tiendas de aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones 2 en Uruguay para un total en los últimos 12 meses de 9 intervenciones (6 en Colombia y 3 en Uruguay). La Compañía totalizó 551 tiendas, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 462 tiendas en Colombia y 89 en Uruguay. El total de tiendas no incluye a los 1.925 aliados en Colombia.
- En línea con la estrategia de la compañía, apuntando a eficiencias para aumentar la rentabilidad, durante el segundo trimestre del año 2026 se cerró 1 tienda de bajo rendimiento en Colombia.

4. RIESGOS Y GESTIÓN DE RIESGOS

4.1 Actualización otros riesgos

Como resultado del análisis integral del contexto interno y externo de la Compañía, considerando la evolución de las variables políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ambientales y regulatorias, durante el período comprendido entre abril y junio de 2026 no se identificaron eventos materiales que requirieran la incorporación de nuevos riesgos estratégicos ni se evidenciaron cambios significativos en los niveles de exposición o severidad respecto de los reportados al cierre del trimestre anterior.

En consecuencia, el perfil de riesgos estratégicos correspondiente al período 2025–2026, actualizado con la participación de la Alta Gerencia y la Junta Directiva y divulgado en el Informe de Gobierno Corporativo, se mantiene vigente y dentro de los niveles de apetito y tolerancia al riesgo definidos por la Compañía.

No obstante, lo anterior, considerando la dinámica del entorno nacional e internacional y su potencial impacto sobre el cumplimiento de los objetivos estratégicos, la Compañía mantuvo un seguimiento permanente y preventivo sobre los riesgos estratégicos Social, Macroeconómico y de Seguridad de la Información.

- **Riesgo Social:**

Durante el segundo trimestre de 2026, el entorno social colombiano continuó presentando desafíos asociados a condiciones de seguridad diferenciadas entre regiones, manifestaciones ciudadanas de carácter localizado y afectaciones temporales a la movilidad en algunos corredores viales estratégicos. No obstante, estas situaciones no generaron impactos materiales sobre la operación, el abastecimiento, la atención a clientes ni la continuidad del negocio.

Dado este contexto, la Compañía mantuvo una gestión preventiva y anticipativa, fortaleciendo su capacidad de respuesta territorial mediante las siguientes acciones:

- Monitoreo permanente de las condiciones sociales, de seguridad y orden público en las regiones donde opera la Compañía.
- Coordinación con autoridades locales, organismos de seguridad y comunidades, promoviendo canales de diálogo y confianza.
- Capacitación continua de los equipos operativos y de seguridad en protocolos de actuación frente a situaciones de orden público,

- alteraciones de movilidad y eventos que puedan comprometer la seguridad de las personas o la continuidad de las actividades.
- Ejecución de simulacros y ejercicios de preparación orientados a fortalecer la capacidad de respuesta de las operaciones frente a eventos disruptivos.
 - Consolidación de relaciones sostenibles con proveedores y productores locales, promoviendo cadenas de abastecimiento más resilientes y fortaleciendo el desarrollo económico de las regiones donde la Compañía tiene presencia. Esta estrategia se encuentra alineada con el compromiso corporativo de privilegiar la compra local y el fortalecimiento del campo colombiano.
 - Fortalecimiento de los mecanismos de relacionamiento con comunidades y grupos de interés, contribuyendo a la construcción de confianza y al desarrollo de entornos favorables para la operación.

- **Riesgo Macroeconómico:**

Durante el segundo trimestre de 2026, el entorno macroeconómico continuó caracterizado por condiciones de mercado que exigieron una gestión prudente de los costos, la liquidez y la rentabilidad, en un contexto influenciado por variables como inflación, tasas de interés, comportamiento del consumo de los hogares y volatilidad cambiaria.

En este sentido, la Compañía continuó fortaleciendo las siguientes estrategias:

- Seguimiento riguroso al presupuesto corporativo y a los indicadores clave de eficiencia operativa y gasto.
- Administración prudente de la liquidez, el endeudamiento y las necesidades de capital de trabajo.
- Evaluación continua de escenarios económicos y análisis de sensibilidad sobre variables críticas para la operación.
- Desarrollo de iniciativas orientadas a la optimización de gastos, captura de eficiencias operativas y fortalecimiento de la productividad.
- Fortalecimiento de estrategias comerciales enfocadas en ahorro y generación de valor para los consumidores mediante programas como ImPRECIONantes e Insuperables, campañas promocionales y ampliación de la oferta de marcas propias.

- **Riesgo de Seguridad de la Información:**

Durante el segundo trimestre de 2026, las amenazas cibernéticas continuaron evolucionando a nivel global, impulsadas por el incremento de ataques dirigidos, campañas de ingeniería social, fraude digital y nuevas capacidades asociadas al uso de tecnologías emergentes.

Dada la relevancia estratégica de la transformación digital, el comercio electrónico y la omnicanalidad dentro del modelo de negocio de la Compañía,

se mantuvo una gestión activa sobre los riesgos de ciberseguridad y protección de la información.

Las principales líneas de acción incluyeron:

- Operación continua del Centro de Operaciones de Seguridad (SOC), con monitoreo especializado y gestión oportuna de eventos e incidentes.
- Fortalecimiento de controles de acceso lógico, autenticación multifactor y administración segura de privilegios.
- Ejecución de pruebas técnicas especializadas, como Ethical Hacking y simulaciones de ataque controlado, para validar la solidez de las barreras de seguridad.
- Campañas de sensibilización en ciberseguridad, enfocadas en prácticas de uso seguro, detección de correos sospechosos y manejo de información sensible.
- Monitoreo del entorno tecnológico, evaluando el impacto de nuevas tecnologías, amenazas emergentes y cambios regulatorios en materia de protección de datos.
- Acompañamiento permanente a las iniciativas de transformación digital y omnicanalidad mediante esquemas de gestión segura del riesgo tecnológico, garantizando que la evolución de los servicios digitales se realice bajo estándares adecuados de ciberseguridad.

En resumen, durante el período comprendido entre abril y junio de 2026 no se presentaron eventos materiales que modificaran el perfil de riesgos estratégicos de la Compañía ni que requirieran ajustes en los niveles de exposición reportados al cierre del trimestre anterior.

La Compañía mantiene un Sistema de Gestión Integral de Riesgos sólido y alineado con su estrategia corporativa, soportado en un monitoreo permanente del entorno, una gestión disciplinada de los riesgos emergentes y el fortalecimiento continuo de sus capacidades operacionales, tecnológicas y financieras. Lo anterior ha permitido mantener los riesgos estratégicos dentro de los niveles de apetito y tolerancia definidos por el Gobierno Corporativo, contribuyendo a la sostenibilidad del negocio, la generación de valor para sus grupos de interés y el cumplimiento de los objetivos estratégicos de largo plazo.

5. ASUNTOS SOCIALES, AMBIENTALES INCLUIDOS LOS CLIMÁTICOS

5.1 Seguimiento asuntos sociales ambientales incluidos los climáticos

A continuación, se presentan los indicadores relevantes de los asuntos ambientales y sociales relacionados con el ejercicio del segundo trimestre de 2026 (2Q26):

- En conjunto con la Fundación Éxito, la compañía trabaja en un modelo de intervención centrado en el desarrollo humano integral de la primera infancia en Colombia, que articula tres pilares: la erradicación de la desnutrición crónica infantil, la promoción de la salud mental de niños(as), madres y cuidadores(as), y el acceso de las madres a programas de educación para el empleo, que fortalecen el entorno económico y familiar de la primera infancia.

En el segundo trimestre, Grupo Éxito fue reconocido en el mundo del retail gracias al trabajo en nutrición infantil con la Fundación Éxito. Este reconocimiento fue entregado en los Premios Iberoamericanos del Retail de la Asociación Iberoamericana del Retail en Madrid, España.

Además, en el segundo trimestre de 2026, la compañía logró:

Enfoque	Indicador	Unidad	2T2026
Contribuimos a la erradicación de la desnutrición crónica en niños(as) menores de 5 años.	Número de niños atendidos en nutrición	Número	36.546
	Número de niños atendidos total	Número	37.187
	Departamentos en los que tenemos presencia	Número	24
	Municipios en los que tenemos presencia	Número	154
Promovemos la salud mental de madres y cuidadores en la primera infancia, a través de nuestro programa Vivir Plenamente .	Número de pacientes atendidos	Número	276
	Número de atenciones psicoterapéuticas realizadas	Número	1.091

- La compañía trabaja por cultivar oportunidades de compra local y directa de productos frescos y tejer sueños a través de la producción local textil. Además, la compañía trabaja por desarrollar productos para ofrecer a sus clientes opciones con mejor perfil nutricional.

En el segundo trimestre de 2026, la compañía logró:

Enfoque	Indicador	Unidad	2T2026
Cultivamos Oportunidades	Número de proveedores nacionales a los que les compramos frutas y verduras	Número	473
	Porcentaje de compra local de frutas y verduras	Porcentaje	91,2
	Porcentaje de compra directa de frutas y verduras	Porcentaje	88,3
	Número de asociaciones con las que trabajamos	Número	1
Tejemos sueños	Porcentaje de productos textiles adquiridos localmente	Porcentaje	95,6

- La compañía trabaja por cuidar, reconocer y promover a su gente.

Durante el segundo trimestre de 2026, la compañía logró:

Enfoque	Indicador	Unidad	2T2026
Contamos con un equipo humano comprometido	Número total de colaboradores(as)	Número	32.681
Impulsamos su formación continua y el desarrollo de sus competencias.	Número de colaboradores(as) formados	Número	14.985
	Porcentaje de mujeres y otros géneros formados	Porcentaje	54,3
Fomentamos su salud física y mental.	Número de personas que asistieron a actividades de promoción de la salud	Número	8.854
	Número de actividades desarrolladas de promoción de la salud para colaboradores(as)	Número	319

- La compañía trabaja para reducir, mitigar y compensar los impactos negativos de la operación en el medio ambiente, así como contribuir a la generación de conciencia ambiental en los diferentes Grupos de Interés.

En el segundo trimestre de 2026, la compañía logró:

Enfoque	Indicador	Unidad	2T2026
Impulsamos el reciclaje en nuestra operación	Toneladas de material reciclaje recolectadas en la operación	Toneladas	4.559
	Porcentaje de cartón recolectado	Porcentaje	76,6
	Porcentaje de chatarra recolectado	Porcentaje	10,2
	Porcentaje de plásticos recolectado	Porcentaje	4,6
	Porcentaje de ganchos recolectado	Porcentaje	1,7
	Porcentaje de otros recolectado	Porcentaje	6,7
Avería	Toneladas de alimentos donados	Toneladas	121
Educamos y movilizamos hacia la protección del medio ambiente	Número de colaboradores(as) participaron en programas de formación ambiental	Número	2.879

6. GOBIERNO CORPORATIVO

6.1 Cambios Materiales en la estructura de gobierno corporativo

- **Cambios en la Alta Gerencia:**

Conforme fue informado a los accionistas y al mercado a través del mecanismo de información relevante, se materializaron los siguientes cambios en la Alta Gerencia de la Compañía:

- El [6 de mayo de 2026](#), asumió como Chief Commercial Officer Paula Sanabria Campos.
- El [26 de mayo de 2026](#), asumió como Chief Digital & Technology Officer Juan Camilo Suárez.
- El [30 de junio de 2026](#), se retiró de la Compañía Carlos Mario Giraldo Moreno quien venía desempeñándose como Gerente General Colombia.
- En línea con lo anterior, se informó el nombramiento de Juan Lucas Vega Palacio como nuevo Gerente General Colombia, quien asumió dicho cargo desde el [1 de julio de 2026](#).

- **Otros asuntos en materia de gobierno corporativo:**

- En relación con la participación accionaria de la Compañía en sus filiales internacionales:
 - En el marco de simplificación del conglomerado de sociedades que hacen parte del Grupo, se procedió con la liquidación y disolución de la sociedad Gestión y Logística S.A. con domicilio en Panamá, que operaba como Sociedad holding de inversiones.
- En línea con el proceso de desliste y desregistro de los *American Depositary Shares* ("ADSs") de la Compañía:
 - El [30 de abril de 2026](#), la Compañía informó que a partir de dicha fecha, se hizo efectiva la cancelación del registro de las acciones ordinarias de la Compañía y de sus American Depositary Shares ("ADS") en virtud de la Sección 12(g) de la U.S. Securities Exchange Act of 1934 (la "Ley de Mercados de Valores de los Estados Unidos"), y que, en consecuencia, la obligación de la Compañía de presentar reportes conforme a dicha normativa terminó en esa fecha.

7. ANEXOS

7.1 Glosario.

- **Compra Directa:** Compra realizada a proveedores(as) que producen al menos uno de los bienes comprados por la Compañía. En la medida de lo posible, se priorizarán pequeños(as) agricultores y micro y pequeñas empresas.
- **Compra Local:** Compra de producto a proveedores en el territorio nacional.
- **Comunidad:** Personas y grupos, naturales o jurídicos, que viven y trabajan en las áreas donde la compañía tiene operaciones.
- **Desnutrición crónica:** “La desnutrición crónica o retraso en talla es una condición multicausal que altera el desarrollo físico y cognitivo de los niños y niñas en sus primeros 5 años de vida, con efectos irreversibles” Fundación Éxito, 2015.
- **EBITDA ajustado:** Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización más los resultados de Asociados y Joint Ventures.
- **EBITDA Recurrente:** Utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización Utilidad operativa ajustada por otros ingresos (gastos) operativos no recurrentes.
- **Equidad de Género:** “se define como la imparcialidad en el trato que reciben mujeres y hombres de acuerdo con sus necesidades respectivas, ya sea con un trato igualitario o con uno diferenciado pero que se considera equivalente en lo que se refiere a los derechos, los beneficios, las obligaciones y las posibilidades”.
- **Flujo de caja libre (FCL)** = Flujos de caja netos utilizados en las actividades de explotación más Flujos de caja netos utilizados en las actividades de inversión más Variación de los cobros por cuenta de primeros más Pasivos por arrendamientos pagados más Intereses sobre los pasivos por arrendamientos pagados (utilizando las variaciones de los últimos 12 M para cada línea); Flujo de caja reexpresado en línea con los estados financieros.
- **GLA:** Gross Leasable Area- área bruta arrendable.
- **GMV:** Valor bruto de la mercancía.
- **Grupos de Interés:** Son todas aquellas personas o conjunto de personas que tienen un interés en la Compañía, o que podrían verse impactadas por el desarrollo de su actividad empresarial. Son considerados Grupos de Interés aquellas personas que, sin tener interés directo en la Compañía, pueden afectar el cumplimiento de sus objetivos. Por lo tanto, se trata de grupos de personas que pueden tener incidencia en la sostenibilidad de la Compañía. Se consideran Grupos de Interés, entre otros, los Accionistas, Inversionistas, Directores, Administradores, empleados, proveedores, contratistas, clientes, líderes de opinión, y la comunidad en general.
- **Holding:** Resultados de Almacenes Éxito sin filiales colombianas e internacionales.
- **Ingresos Operacionales:** Ingresos totales relacionados con las ventas *retail* y otros ingresos.
- **Objetivos de Desarrollo Sostenible:** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, son los principios básicos que marcan la agenda 2030 proponiendo las metas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Dichos principios, establecen objetivos, metas e indicadores globales que fueron adoptados por 195 Estados Miembros de las Naciones Unidas con el fin de lograr un mundo sin pobreza, en el que se protege el medio ambiente y donde todas las personas gocen de paz y una vida próspera.
- **Otros ingresos:** ingresos relacionados con negocios complementarios (bienes raíces, seguros, viajes, etcétera) y otros ingresos.

- **Pacto Global:** es una iniciativa que promueve el compromiso del sector privado, sector público y sociedad civil a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados en cuatro áreas temáticas: Derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción, así como contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- **Reciclaje:** Aquellos procesos mediante los cuales se transforman los materiales o residuos de envases y empaques para devolverles su potencial de reincorporación como materia prima para la fabricación de nuevos productos (MADS, 2020).
- **Reutilizar:** Prolongación de la vida útil de los empaques que se vuelven a utilizar sin que se requiera un proceso de transformación previo.
- **Resultados Colombia:** consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.
- **Resultados consolidados:** Resultados de Almacenes Éxito, filiales colombianas e internacionales en Uruguay y Argentina.
- **Resultado financiero:** impactos de intereses, derivados, valoración de activos/pasivos financieros, cambios de tipo de cambio y otros relacionados con efectivo, deuda y otros activos/pasivos financieros.
- **UPA:** Utilidad por acción calculado sobre una base totalmente diluida.
- **Utilidad operacional recurrente (ROI):** Utilidad bruta ajustada por los gastos de administración y venta D&A.
- **Ventas:** ventas relacionadas con el negocio *Retail*.
- **VMM:** niveles de ventas en la misma tienda, incluido el efecto de las conversiones en la tienda y excluyendo el efecto del calendario.
- **Ventas:** ventas relacionadas con el negocio *Retail*.

Notas:

- Los números expresados en escala larga, COP mil millones representan 1.000.000.000.000.
- Crecimiento y variaciones expresados en comparación con el mismo período del año anterior, salvo que se indique lo contrario.
- Las sumas y los porcentajes pueden reflejar discrepancias debidas al redondeo de las cifras.
- Todos los márgenes se calculan como porcentaje de los Ingresos Operacionales.
- Los porcentajes representan proporciones relativas y, como tales, no se pueden sumar o restar directamente entre sí porque no son valores numéricos absolutos.



7.2 Estados Financieros