

## Grupo Éxito - Transcripción de la teleconferencia de resultados del 1T23

**María Fernanda Moreno:** Buenos días a todos, gracias por acompañarnos hoy en la teleconferencia de resultados del primer trimestre 2023 del Grupo Éxito. Les informamos que esta conferencia está siendo grabada. En este momento, todos los participantes se han puesto en silencio para evitar cualquier ruido de fondo y me complace presentar a nuestro Presidente, el Sr. Carlos Mario Giraldo y la Vicepresidenta Financiera, Sra Ivonne Windmueller,

Por favor, pasen a la **diapositiva #3** para revisar la agenda. Cubriremos los aspectos financieros más destacados del Grupo Éxito por país, los resultados financieros consolidados para el primer trimestre del 2023 y para las operaciones en Colombia, Uruguay y Argentina. La llamada concluirá con la sesión de preguntas y respuestas en la que todos los participantes podrán levantar la mano o enviar las preguntas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. En cualquier caso, les rogamos que indiquen su nombre completo y el de su Compañía. Gracias por su atención. A continuación, cedo la palabra al Sr. Carlos. Mario Giraldo.

**Carlos Mario Giraldo:** Gracias, María. Quiero agradecerles a todos por estar presentes en los resultados financieros de este trimestre. Voy a empezar hablando de los recientes cambios en la administración que informamos ayer al mercado. El Sr. Jacky Yanovich, Presidente Operativo del Retail, dejará la Compañía tras veintitrés años de muy buena gestión. Tomó la decisión de dedicarse a proyectos personales y eso será efectivo hasta el 30 de junio de 2023.

El Sr. Yanovich participó en grandes transformaciones e hizo una importante contribución al crecimiento de la compañía y al desarrollo de la innovación y la omnicanalidad. Siempre se ha caracterizado por ser un hombre íntegro, cercano, siempre impecable y admirado por los diferentes equipos de trabajo y proveedores.

En nombre de toda la organización, agradezco a Jacky por todos estos años de trabajo dedicados a potenciar el crecimiento de la organización, así como el desarrollo de estrategias de penetración digital e innovación para Éxito Wow y Carulla FreshMarket, y el fortalecimiento de la cultura de la compañía, entre muchos de sus logros. Le deseo el mejor de los éxitos en sus futuros emprendimientos. A él, a su esposa e hijos, nuestro aprecio y gratitud por siempre.

Su reemplazo es José Loaiza a partir del 1 de julio de 2023. José Gabriel Loaiza Herrera, actual Vicepresidente de Omnicanal e Innovación, asumirá la Presidencia Operativa del Retail en Colombia. Con cerca de 17 años en la Compañía, José se ha destacado por sus logros en los diferentes cargos que ha desempeñado, los cuales le dan un amplio conocimiento de la organización y del retail tanto físico como virtual. José ha estado durante diecisiete años trabajando en la compañía en diferentes cargos. Fue Director de Relación con Inversionistas de la compañía, también VP comercial y el actualmente es VP de Omnicanal e innovación.

Jorge Jaller Jaramillo, quien se venía desempeñando como Vicepresidente Retail Éxito y Carulla, amplía su campo de acción para encargarse de las marcas de bajo costo con gran potencial de crecimiento y penetración en el mercado tradicional en Colombia. Jorge lleva 25 años en la compañía. Tiene 46 años y es experto en retail.

Finalmente, Sebastián Pérez, de 34 años y once años en la compañía, asumirá como Vicepresidente de Omnicanal e Innovación. Sebastián es una persona de la generación digital que ha trabajado todo el tiempo en lo digital y el comercio electrónico, Market Place, domicilios, apps, liderando este pilar tan importante de crecimiento del Grupo Éxito.

Todos estos cambios muestran un sólido equipo de gestión colectiva y un plan de sucesión muy completo dentro de la Organización.

Ahora, pasemos a la **diapositiva # 5** para darles una actualización sobre el proceso de listado de los DRs de Éxito.

Les recuerdo que se trata de una reducción de capital de GPA mediante la distribución del 86% de sus acciones Éxito a los accionistas de GPA. Uno de los beneficios es el aumento potencial del flotante de Éxito a ~53% y de la base de accionistas con ~50.000 accionistas actuales adicionales de GPA y también el desbloqueo del valor potencial de Éxito a partir de una mayor liquidez y visibilidad en el mercado, haciendo de Éxito una de las Compañías más líquidas de la Bolsa de Valores de Colombia. Para que se hagan una idea, la capitalización bursátil actual de Éxito ronda los USD5.5 billones, mientras que la de GPA es de USD3.6 billones, por lo que es evidente que existe un potencial de captura de valor oculto para las organizaciones.

En cuanto a los plazos, la aprobación de la solicitud de BDR por parte de la CVM Brasil se produjo el 4 de abril. Hubo otro paso importante, la aprobación de los acreedores del GPA, que ocurrió el 17 de abril. Por último, estamos trabajando en la aprobación de la presentación del ADR ante la Securities exchange commission (SEC) y la transacción se completará durante el 2T23

Después de estos procesos, Éxito cotizará en 3 bolsas de valores, incluida la actual en la Bolsa de Valores de Colombia.

Pasando a la **diapositiva #7**, hablemos de nuestro ASG. Este es un proceso consistente para tener un crecimiento balanceado, un crecimiento sostenible. En el trimestre, debemos destacar que en nuestro programa de nutrición a través de la Fundación Éxito beneficiamos a veintisiete mil niños. Esto sólo en los tres meses iniciales del año. Hemos reciclado en la operación alrededor de cinco mil toneladas de material plástico y madera, el noventa y uno por ciento de nuestras frutas y verduras son compradas localmente y el 83% directamente a los productores eliminando intermediación innecesaria y compartiendo de mejor manera la rentabilidad del negocio.

Y nuestro negocio de prendas de vestir sigue teniendo un abastecimiento nacional muy sólido, con un 93% del total realizado con unas 300 pequeñas y medianas Compañías, además de los proveedores de marcas nacionales. Esto no sólo aporta un beneficio social muy importante a unas 9.000 personas, sino que da una importante sostenibilidad económica al negocio, dado el fuerte aprovisionamiento nacional en momentos de altos impuestos a la importación y un tipo de cambio volátil.

Pasando a la **diapositiva #9**, quiero hablar de los aspectos financieros y operacionales más destacados consolidados.

Nuestros ingresos operacionales fueron de \$5,5 billones, creciendo 18,6% y las ventas crecieron 19,7%. La contribución a este resultado en los ingresos operacionales provino de los tres países,

que tuvieron un crecimiento importante a partir del proceso de innovación que representa el 43% de nuestras ventas, en estrategias Omnicanal creció un quince por ciento en el trimestre.

El EBITDA consolidado del Grupo Éxito fue de \$387.000 creciendo un 9% con un margen del 7,1% y si excluimos de la base el beneficio de descontabilidad de impuestos locales eliminado en la reforma tributaria y si excluimos los ingresos inmobiliarios no recurrentes, el crecimiento comparable en EBITDA sería del 21,5% con expansión de margen.

El Resultado neto fue de \$45 mil millones dado especialmente tres circunstancias: mayores tasas de interés en Colombia, mayores provisiones del negocio financiero TUYA, y una mayor participación de accionistas o socios minoritarios dado los sólidos resultados de Uruguay.

Si vamos a la **diapositiva #11**, podemos ver el comportamiento de los ingresos operacionales durante el trimestre el cual fue muy sólido en todas las unidades de negocio del país. Las ventas crecieron 19,7% en la base consolidada y si miramos los dos años para el primer trimestre el crecimiento sería un muy importante 45,9%.

Colombia representa aproximadamente el 70% de las ventas en este trimestre creciendo un 9,4%. Importante tener en cuenta que este crecimiento se ve afectado negativamente por alrededor de 5 p.p. en la línea base, incluso este año al no tener un día sin IVA vs el año pasado.

Las ventas mismos metros crecieron un 6,1% impulsadas principalmente por las ventas de alimentos que crecieron un 14,4%.

La marca Éxito tuvo un crecimiento del 7,1% y las ventas mismos metros del 3,3%. Téngase en cuenta que las ventas de Éxito tenían todo el impacto del día sin IVA en la base dada la importante participación de productos no alimentos que tenían los hipermercados Éxito.

Carulla creció 19,2% y VMM 20,6%. Importante resaltar la participación Omnicanal en Carulla, 22%, la más alta de todo el Grupo y yo diría una de las más altas en cualquier retailer de alimentos en toda Latinoamérica e incluso comparada con los jugadores de Estados Unidos, alimentos en Carulla creció 19,3%.

Las marcas de bajo costo crecieron 10,7%, SSS 6,3% y Surtimayorista tuvo un crecimiento de 15,8%.

Si continuamos en la **diapositiva #11** y hablando de Uruguay, este país tuvo un trimestre muy fuerte en todos los aspectos, no solo en ventas sino también en rentabilidad. Sus ventas locales en pesos uruguayos crecieron 13,5%, lo que comparado con la inflación del 7,3%, está impulsado principalmente por un turismo muy sólido en la parte oriental de Uruguay, en la temporada de verano, y por la inversión que Uruguay está recibiendo de los países vecinos.

La innovación de Fresh Market, que deben recordar, comenzó en Uruguay, ahora representa el 60% de las ventas y las tiendas Fresh Markets crecieron un 19,6%, claramente agregando dinámica al crecimiento de las ventas de nuestras marcas en Uruguay.

En Argentina, las ventas de nuestra operación Libertad crecieron 129,5% en moneda local, lo que es muy positivo en comparación con una inflación muy elevada del 107,5%, es decir, unos 22 puntos por encima de la inflación. Las VMM aumentaron 100% y fueron la principal contribución, aunque tuvimos un muy buen comportamiento de los hipermercados y el negocio inmobiliario, pero la principal diferencia provino de la introducción del formato cash and carry en Argentina, Libertad abrió en los últimos dieciocho meses unos diez mini mayoristas, cash carry, y ahora representan el 13% de las ventas totales de la unidad de negocio.

En la **diapositiva #12**, hablamos del desempeño Omnicanal. Las ventas Omnicanal alcanzaron cerca de \$450 mil millones, es increíble que ahora estemos llegando a ventas en un trimestre de cien millones de dólares, dependiendo de la tasa de cambio, pero esto muestra el sólido desempeño de este pilar de crecimiento de la compañía.

Las ventas en Omnicanal aumentaron 13,9% que está por encima de las metas de Colombia, y esto se dio principalmente por nuestro principal énfasis, que es la venta de alimentos a domicilio, que creció un 29% y consolidó su fuerte liderazgo en Colombia, que medido por Nielsen está alrededor de un 52% de participación en alimentos. La participación de las ventas omnicanal dentro del total de las ventas colombianas fue del 12,3% vs el 11,8% del año anterior y tuvimos un total de cerca de 4,1 millones de entregas a domicilio en el esfuerzo combinado de nuestro aliado Rappi y nuestras propias entregas.

Las ventas de alimentos representan 10,8% de las ventas, una de las más altas de toda América, impulsadas por supuesto, por las entregas de última milla.

Las ventas omnicanal de no alimentos disminuyeron un 3,1%, especialmente por el impacto de base del día sin IVA en comparación, si excluimos este impacto, las ventas de no alimentos habrían crecido alrededor de un 26%.

Es importante destacar el aumento de la participación de nuestro marketplace, el GMV está creciendo en el trimestre un 28% y su cuota es del 29% del total de las ventas de comercio electrónico de no alimentos.

Es importante destacar el crecimiento de Misurtii, nuestra aplicación B2B, que se puso en marcha hace unos 18 meses, ahora crece un 68% y las entregas en alrededor de 25 mil pedidos, especialmente a las tiendas de barrio.

Nuestro Proyecto Turbo una alianza exclusiva entre Rappi y Carulla que es entrega a domicilio en diez minutos máximo, está creciendo 175% y se está consolidando por la gran experiencia que le da a nuestros clientes.

En la **diapositiva #13**, vemos cómo van nuestros formatos innovadores, son clave para el crecimiento de la rentabilidad y ventas. En conjunto tienen una participación del 41% del total de las ventas de Exito en Colombia.

Las tiendas Exito Wow ahora representan el 34% de las ventas totales de Exito aquellas tiendas con la madurez de más de veinticuatro meses crecieron 27 puntos adicionales al crecimiento del resto de la marca Exito con un ROI del 62%.

En el caso de Carulla Fresh Market que representa ahora el 61% de las ventas totales de Carulla en Colombia creció un 17% también por encima del resto de las tiendas de la marca Carulla y con un ROI del 19% mientras que nuestro Surtimayorista, cash carry, que representa ahora el 5,2% de las ventas de la compañía y con planes de expansión para este año de 25 tiendas tiene un ROI del 24% que es sorprendentemente positivo para todo formato de descuento o bajo costo, el formato como tal.

Pasando a la **diapositiva #14** hablamos de nuestra monetización de activos y tráfico. Me voy a referir al negocio financiero, Puntos Colombia y a nuestro negocio inmobiliario.

En el negocio del retail financiero, Tuya que es una sociedad 50/50 con Bancolombia, tiene unos fundamentales muy fuertes, tiene dos millones de tarjetas emitidas, después de una reducción seleccionada de tarjetas, viendo la necesidad de tomar decisiones de scoring en un momento de altas tasas de interés y alto impacto en los consumidores. Tenemos una cartera de préstamos de \$4.100 millones, la morosidad a 30 días en un dígito alto con un aumento que refleja la situación de los tipos de interés. Tuya ha sido calificada durante los últimos 13 años como triple AAA, un estado muy sólido. El nuevo negocio de Tuya que está desarrollando y que va en la dirección correcta es la banca como servicio con otras marcas como Alkosto, un importante retailer en productos digitales, Claro, la principal compañía de telecomunicaciones en Colombia y el Sistema de Transporte Público Transmilenio, en Bogotá.

Puntos Colombia, nuestra coalición de fidelización es cada vez más fuerte a pesar de ser una Compañía joven. Ahora cuenta con la base de clientes de Exito y Bancolombia de 6.3 millones de clientes frecuentes que emiten y redimen puntos de manera frecuente.

Ahora esto representa aquellos hogares que manejan Puntos Colombia alrededor de 1 de cada 3 hogares en Colombia. Tenemos ciento sesenta y ocho marcas aliadas es decir marcas que utilizan el ecosistema de nuestros puntos para su propia fidelización y para su propio crecimiento en ventas. Estas marcas aliadas aumentaron un 29% sus ventas mostrando el atractivo de Puntos Colombia. Ahora representan el 32% de la redención dentro del ecosistema, lo cual es clave para demostrar lo importante y atractivo que es Puntos Colombia.

En el horizonte de Puntos Colombia estamos trabajando en tres iniciativas: fidelización como servicio en una plataforma digital para Pequeñas y Medianas Compañías, sistemas e instrumentos de pago, especialmente aquellos que pueden utilizar Puntos Colombia como medio de pago y servicios de publicidad dada la fuerte representatividad de esta base de clientes y la importante información que allí se encuentra de contenido.

**Diapositiva #15**, vamos al negocio inmobiliario, es un punto brillante en los resultados del trimestre, así como lo ha sido en años anteriores. Después de la pandemia registramos una alta ocupación del 96,6% que está por encima del porcentaje prepandemia. Crecimiento muy importante en rentas y cuotas administrativas recurrentes del 22% para los resultados de Colombia.

Viva malls se mantiene con su valor oculto, la valoración que se le ha dado al negocio por parte de nuestro socio representa alrededor de 1,4 x el valor contable del negocio en los libros de Exito.

Estamos en proceso de construcción de 20 mil metros adicionales de área bruta arrendable, 17 mil de ellos para ser ocupados por la segunda tienda IKEA en Colombia y la única en el área metropolitana de Medellín.

Le doy la palabra a Ivonne Windmueller para que revise los aspectos financieros y luego, daré algunas conclusiones antes de la sesión de preguntas y respuestas.

**Ivonne Windmueller:** Gracias, Carlos Mario. Buenos días a todos y gracias por acompañarnos esta mañana. Me alegro de estar hoy aquí con ustedes para presentarles los resultados financieros de la compañía.

Continuemos con la **diapositiva #16** para revisar los resultados financieros por países, donde vemos un sólido crecimiento de los ingresos y el efecto de las presiones inflacionarias en los costos y gastos, que se mitigaron parcialmente gracias a la aplicación continua del plan de acción.

En Colombia, como se indicó previamente, los Ingresos Operacionales fueron de \$3,8 billones con un crecimiento del 8.4% impulsados por el desempeño de los formatos innovadores, el aumento de la penetración omnicanal en 44 pb, y la contribución positiva del negocio Inmobiliario. Esto a pesar del efecto base de los ingresos no recurrentes y el día sin IVA.

El margen bruto del 22,6% con un efecto neto no recurrente de -44pb. El efecto positivo de los ingresos no recurrentes en la utilidad bruta en el 1T22 fue de alrededor de \$43.000 millones relacionados con ingresos de desarrollo inmobiliario y venta de activos y para el 1T23 alrededor de \$29.000 millones. En bases comparables, el margen bruto tuvo una evolución positiva de +19pb.

Los GA&V crecieron 15% y alcanzaron una tasa de 20% reflejando las presiones inflacionarias sobre los costos fijos como salarios y servicios públicos, pero adicionalmente con un efecto de 50pb proveniente del mayor impuesto operacional, que luego de la reforma tributaria aprobada en diciembre de 2022, pasó de ser un crédito tributario del 50%, a totalmente deducible.

El EBITDA recurrente de Colombia disminuyó 10.8% a \$233.510 millones y la tasa 6,1% se deterioró en-132pbs producto de una contribución operacional positiva impulsada por la actividad comercial y el negocio Inmobiliario, pero compensada por las presiones inflacionarias en costos y gastos y efectos de base no recurrentes. En bases comparables, cuando aislamos los ingresos no recurrentes inmobiliarios y el efecto de impuestos operacionales, el EBITDA recurrente creció 1,4% y -40pb en tasa

En Uruguay, los ingresos operacionales crecieron 52,5% en pesos colombianos y un 13,5% en moneda local, alrededor de 6 puntos porcentuales por encima de la inflación, impulsada por la dinámica positiva de la temporada turística y el comportamiento del mercado de las tiendas Fresh Market.

La utilidad bruta creció 56.5% y alcanzó una tasa de 35.5% mejorando 90pb por la mezcla de ventas y el desempeño comercial y promocional. Los gastos de administración y ventas aumentaron por debajo del crecimiento de los ingresos y casi estables en tasa, gracias a los planes de acción de control de costos que mitigaron las presiones sobre los gastos laborales.

El EBITDA recurrente a \$139.583 millones, creció 62,5% y mejoró su tasa 74pb, alcanzando 11,9%.

Por último, Argentina continúa la tendencia positiva con un crecimiento de los ingresos operacionales del 129,5% en moneda local, gracias a la destacada evolución del formato Minimayorista de C&C que apalanca el crecimiento de las ventas 23pp por encima de la inflación local, y a la evolución del negocio inmobiliario con fuertes niveles de ocupación.

El margen bruto del 33,4% se deterioró en 48 pb debido a la mayor inversión en precios para hacer frente al escenario inflacionario y a la mayor participación del formato C&C. La dilución de los gastos en 89 pb se debió al sólido comportamiento de las ventas y a los estrictos controles y eficiencias en costos.

El EBITDA recurrente creció 92,1% y alcanzó los \$14.192 millones, con una ganancia de margen de 67 pb.

Pasemos a la **diapositiva #17** para revisar el resultado consolidado de la Compañía.

Se destaca el crecimiento doble dígito de los ingresos operacionales del 18,6%, impulsado por las ventas en Uruguay y Argentina por encima de los niveles de inflación y el desempeño de Colombia a pesar del día sin IVA en la base. La contribución positiva de los negocios Inmobiliario y complementarios compensada por el efecto base de ingresos no recurrentes.

El EBITDA recurrente de \$387.285 millones con un crecimiento del 9% reflejó el sólido desempeño de las ventas, mejoras en la utilidad bruta en Uruguay y planes de acción de costos en las tres operaciones mitigando parcialmente las presiones inflacionarias. Sobre bases comparables, el EBITDA creció un 21,5% y mejoró +13pb.

El Resultado Neto del Grupo en el trimestre fue de \$45.118 millones, una disminución de 30,1% por efectos que revisaremos en detalle más adelante.

---

Pasemos a la **diapositiva #18** para tener una revisión más detallada del EBITDA recurrente.

En el bridge de la parte inferior, el EBITDA en el perímetro colombiano, el retail y el negocio inmobiliario tuvieron una contribución positiva, sin embargo este desempeño fue contrarrestado por:

- i) ingresos no recurrentes del negocio inmobiliario por \$42.500 millones en 1T22 y \$29.400 millones en 1T23 con un impacto de 40bps.
- ii) \$18,000 millones de mayor impuesto operacional con impacto de 52bps.

Aislado estos dos efectos base, en base comparable, el EBITDA en Colombia creció 1.4%.

Además de los efectos no recurrentes anteriores, el EBITDA también tuvo efectos no recurrentes como el día sin IVA y las regalías de Tuya.

En la visión consolidada, tuvimos contribución positiva de todas las operaciones, a destacar la Uruguay, pero compensada por los efectos no recurrentes en Colombia mencionados

anteriormente con 75pb de impacto. En términos comparables el EBITDA consolidado creció un 21,5% y mejoró 13pb.

Pasando a la **diapositiva #19**, el resultado neto del grupo mostró una contribución positiva del desempeño operativo procedente tanto del negocio retail como del inmobiliario, con un menor impuesto sobre la renta gracias a un mayor ingreso no gravado procedente de Uruguay y un menor impuesto diferido por una mayor pérdida fiscal.

Variaciones negativas procedentes de:

- i) Resultado financiero neto debido al aumento de las tasas de interés que incrementa el costo de la deuda
- ii) Mayor interés minoritario procedentes de la mejora de los resultados en Uruguay y del negocio inmobiliario en Colombia con Viva Malls
- iii) Resultado afectado en el negocio financiero Tuya debido a mayores provisiones en medio del deterioro de la morosidad en todo el sector financiero
- iv) Y mayores gastos no recurrentes relacionados con el proceso de listado de los Recibos de Depósito.

Finalmente, en la **diapositiva #20**, respecto a la posición de caja y deuda de la compañía, destacamos un Flujo de Caja Libre de los últimos 12 meses de \$115.000 millones.

La deuda financiera neta se mantiene estable al excluir \$534.000 millones de la operación de pago de dividendos y recompra de acciones en 2022; el nivel de Caja que muestra el bajo efecto base del cierre del año 2022 y una deuda bruta adicional de \$387.000 millones, por mayores líneas de crédito rotativas en uso.

La sólida posición de flujo de caja de la Compañía permitió realizar las inversiones requeridas para continuar con la estrategia de crecimiento y cumplir con los pagos a los accionistas.

### **Resumen Financiero**

Ahora, como resumen de los resultados financieros, tuvimos un perímetro colombiano con crecimiento en ventas de un dígito alto gracias al desempeño de formatos innovadores y un omnicanal que mostró crecimiento doble dígito y mejor penetración en 44bps, con otros ingresos decreciendo por efectos base no recurrentes. Gastos de administración y ventas con presiones inflacionarias y efecto base del impuesto operacional.

Uruguay con desempeño de ventas por encima de la inflación y margen bruto beneficiado por desempeño promocional con margen EBITDA a doble dígito mejorando su nivel.

Argentina con ventas más de 20 puntos porcentuales por encima de la inflación local, margen bruto reflejó efecto mezcla e inversión en precios, pero junto al control de gastos mejoró 67pb su margen EBITDA.



Los ingresos consolidados crecieron a doble dígito y los gastos con presiones parcialmente mitigadas por los constantes planes de acción de costos y eficiencias, que llevaron a un crecimiento del EBITDA del 9%.

Resultado neto con contribución operativa positiva compensada por efectos no recurrentes y puntuales y una sólida estructura de capital y generación de caja a los accionistas.

Cedo ahora la palabra a Carlos Mario para las conclusiones.

**Carlos Mario Giraldo:** Gracias, Ivonne. Pasando a la diapositiva #22. Vemos que tuvimos un trimestre muy fuerte con ventas creciendo 19,7%, ventas a dos años para los primeros trimestres de 2022-2023 creciendo 49%, EBITDA creciendo 9% y en base comparable 21,5%.

Con Colombia creciendo 9,4% y teniendo en cuenta 5 pp de ventas de día sin IVA en la base estaría en comparable cerca del 14%.

Las ventas de alimentos como motor con un crecimiento del 14,4% y un incremento muy fuerte de las ventas Omnicanal de entregas a domicilio del 29%.

EBITDA comparable en terreno positivo en Colombia a pesar de la presión de gastos y el descuento de impuestos operacionales que teníamos en la base.

Uruguay en su mejor momento creciendo por encima de la inflación cerca de seis puntos con un incremento del EBITDA del 62% y un margen que es top en la región del 11,9%.

Argentina, claramente resiliente y propositiva con ventas creciendo 29 puntos por encima de la inflación con una contribución del Cash & Carry que ahora es un 13% de las ventas y un EBITDA creciendo un 92%.

Termino diciendo que es un momento histórico muy importante para Éxito en el que estamos completando el registro de los DRs ante la Bolsa de Nueva York y Brasil además de agregar una liquidez adicional en el mercado colombiano y que esto permitirá que los fundamentales de la compañía ganen visibilidad adicional por parte de los inversionistas.

Muchas gracias por su atención y ahora abrimos la sesión de preguntas y respuestas.

**Maria Fernanda Moreno:** Les recuerdo a todos los participantes que pueden levantar la mano para hacer sus preguntas o enviarlas a través del chat disponible si van a hacer su pregunta en voz alta, por favor indiquen su nombre completo y el nombre de la empresa. Si envían la pregunta a través del chat disponible, por favor indiquen su nombre completo y el nombre de la empresa y procederé a leer sus preguntas.

Tenemos una pregunta de Nicolas Larrain de JP Morgan. Nicolás, por favor adelante.

**Nicolás Larrain.** Gracias, Maria Fernanda, Carlos Mario e Ivonne por tomar mi pregunta. Tengo una específica sobre Colombia, ¿podrían por favor explicar un poco más sobre el cambio en el impuesto operacional

cambio de impuestos que usted ha mencionado si esto debe ser un impacto recurrente o si de alguna manera pueden compensar todo el impacto en el trimestre. Muchas gracias.

**Ivonne Windmueller:** Gracias Nicolas por tu pregunta, el impuesto operacional que viene de la reforma fiscal que tuvimos en diciembre de 2022, anteriormente este impuesto operacional podíamos tener en el libro fiscal un descuento del 50% del valor del impuesto, que era un impacto solo del 50% en los libros contables. Después de la reforma fiscal, esta desgravación se ha eliminado, por lo que el impuesto es deducible al 100%, lo que repercute en el estado de resultados en un 100%. A tu pregunta si sería recurrente, vamos a ver este efecto trimestre a trimestre, ya que no lo tenemos en la base.

**Nicolás Larrain.** Gracias, Ivonne.

**Maria Fernanda Moreno:** La siguiente pregunta es de Julian Ausique de Davivienda Corredores

Julian Ausique: Quiero agradecerles por recibir mi pregunta. Me gustaría entender mejor el impacto que tenemos en otros ingresos en Colombia porque vimos una disminución de los ingresos de alrededor del 3,5%, entiendo que fue algo relacionado con el negocio inmobiliario, pero si nos puede dar más color sobre el impacto y también me gustaría entender el monto de la provisión que la operación de Colombia tuvo debido a Tuya. Puedes ayudarme con estos números. Gracias.

**Ivonne Windmueller:** Gracias Julián, con respecto a tu primera pregunta, el impacto de Ingresos operacionales son los siguientes: en el primer trimestre 2022 tuvimos \$42,500 millones relacionados con ingresos de desarrollo inmobiliario y alrededor de \$31,000 millones adicionales de venta de activos, el impacto que tenemos en el primer trimestre 2023 es una venta de activos \$29,400 millones teniendo un impacto neto de \$13,000 millones.

Para la segunda pregunta, hemos tenido un aumento de las provisiones en Tuya, sólo quiero recordarles que los gastos de las provisiones no están dentro del estado de resultados de Grupo Éxito porque tenemos a Tuya por método de participación, pero está afectando a los resultados de Tuya y tenemos un aumento del 120% de las provisiones en comparación con el primer trimestre de 2022. Espero haber respondido a sus preguntas.

**Julián Ausique:** Sí, gracias.

**María Fernanda:** Tenemos una pregunta de Nicolás Larrain.

**Nicolás Larrain,** si María Fernanda, gracias por tomar el seguimiento, quiero preguntar cómo están viendo el desempeño específicamente en Colombia y Uruguay.

**Carlos Mario Giraldo:** Nicolás, tenemos que ser prudentes en este momento dado el registro que estamos haciendo en CVM y SEC no podemos entregar perspectivas, lo único que puedo decir es que Colombia va a seguir haciendo evidente una desaceleración en la economía, el PIB se proyecta un crecimiento del uno por ciento.

Vimos este trimestre y creo que sería algo que se va a expresar en lo que resta del año, la desaceleración de los volúmenes entre tres y cuatro por ciento mientras que el tráfico aumenta en más de 6%.

Esto es interesante porque muestra que los clientes están ahí, están viniendo con más frecuencia, pero con un menor tamaño de ticket, lo que refleja, por supuesto el impacto de la inflación en los consumidores.

En la segunda pregunta, tenemos que ver que también vamos a tener en la base un día sin IVA este es el último y creo que es positivo que ya no tenemos un impuesto no IVA porque reflejará un enorme impacto de venta de la cadena de suministro de la organización. Seguimos viendo un consumidor comprando menos y eso se expresa, por ejemplo, en el portafolio de productos insuperables que ofrece al mejor precio del mercado frente a competidores locales o competidores nacionales con más de quinientos productos.

Seguimos viendo una buena dinámica en entrega de última milla y presión en gastos en un muy buen desempeño de un negocio inmobiliario. La buena noticia para Colombia es que la inflación de alimentos está mostrando que le está dando un respiro al consumidor, se ha reducido de 28 por ciento a 21 por ciento en tres meses y si las cosas van como vemos seguirá reduciéndose de buena manera.

Hablando de Uruguay y la economía sigue evolucionando muy fuerte y el ingreso de los inversores en Uruguay es increíble y se puede ver el tipo de cambio que sigue viendo la revalorización frente al dólar de EE.UU. en muchos meses y con nuestro negocio continuamos en terreno positivos, esto es todo lo que puedo decir por el momento.

**Nicols Larrain** - JPM Entendido Carlos, Mario, Muchas gracias por el color.

**Maria Fernanda Moreno.** OK, si hay ahora para las preguntas en este momento quiero recordar al Sr. Carlos Mario Giraldo a las observaciones finales.

**Carlos Mario Giraldo:** Gracias por estar aquí. Creo que estamos muy satisfechos con lo que hemos visto con un crecimiento histórico del 45% en dos años en nuestro primer trimestre.

Podemos ver también la contribución de las diferentes unidades de negocio, esta vez es que el crecimiento fue impulsado por sus Unidades de Negocio Internacionales. Podemos ver también que estamos teniendo un payback de nuestra estrategia consistente con innovación, omnicanal y con negocios complementarios y aunque el negocio financiero está teniendo un momentum de altas provisiones, otros negocios como el inmobiliario están tomando la postura y nos están dando una contribución muy positiva con aumento de veintidós por ciento en sus ingresos reales y también estamos utilizando una tendencia muy interesante que viene de nuestros aliados de la coalición de lealtad Puntos Colombia.

Éxito persiste en una estrategia consistente continua con un importante plan de expansión enfocado en la transformación de formatos de innovación pero especialmente este año en la

expansión de nuevos metros a través del Surtimayorista Cash and Carry dirigiéndose a las tiendas de barrio que representan el 47% del total de bienes de consumo en Colombia.

Éxito continúa con unas bases financieras muy fuertes, con generación de caja, bajo endeudamiento, oportunidad de crecimiento importante. Creo que es momento de incertidumbre en los mercados y Colombia no es la excepción.

Muchas gracias por estar aquí y espero verlos en nuestra próxima conferencia.

**María Fernanda Moreno.** Esto concluye la conferencia, gracias por participar.