

**Em minutos
vamos começar**



4to Dia do Investidor Grupo Éxito

19 de abril de 2023 - Brazil

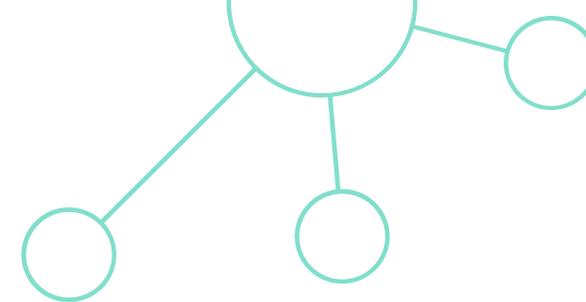
grupo **éxito**



viva
CENTRO COMERCIAL

Plástico

Nota Importante



O seguinte material é uma Apresentação de Antecedentes Gerais sobre Almacenes Éxito (a “Companhia”). As informações contidas neste documento são um resumo e não pretendem ser as informações completas da Companhia. Esta Apresentação foi preparada apenas para fins informativos e não deve ser interpretada como uma recomendação aos investidores. Não foi aprovada por nenhuma autoridade reguladora ou supervisora e não constitui ou faz parte de qualquer oferta, solicitação ou convite de qualquer forma para a subscrição ou aquisição de ações ou qualquer outro valor mobiliário, e nem esta Apresentação nem qualquer informação ou declaração contida aqui se destina a formar a base de qualquer contrato ou compromisso e não pode ser invocado em conexão com eles.

Esta apresentação é apenas para sua informação. Certas informações contidas neste documento foram obtidas de várias fontes de dados externas e tais informações não foram verificadas independentemente e estão sujeitas a alterações. As informações incluídas nesta Apresentação estão sujeitas a atualização, conclusão, revisão e alteração e tais informações podem mudar materialmente. Nenhuma pessoa tem obrigação de atualizar ou manter atualizadas as informações contidas na Apresentação e qualquer opinião expressa em relação a ela está sujeita a alterações sem aviso prévio.

As declarações nesta Apresentação relativas às perspectivas de negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais/financeiros, perspectivas de crescimento da Companhia e estimativas de mercado e macroeconômicas são declarações prospectivas e estão baseadas em crenças, planos e expectativas atuais da Administração em relação a o futuro da Companhia. Essas expectativas dependem, em grande parte, das mudanças no mercado, no desempenho econômico geral da Colômbia, Uruguai e Argentina, na indústria e nos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Esta Apresentação contém declarações prospectivas. As palavras "pode", "fará", "seria", "deveria", "acredita", "antecipa", "deseja", "espera", "estima", "pretende", "prevê", "planeja", "prediz", "projetos", "objetivos" e palavras e expressões semelhantes (ou seus negativos) destinam-se a identificar essas declarações prospectivas. As declarações prospectivas podem conter previsões futuras que são apenas estimativas e não são garantias de desempenho futuro. Quaisquer projeções, previsões, estimativas ou outras declarações prospectivas nesta Apresentação apenas ilustram o desempenho hipotético sob condições específicas de eventos ou suposições e não são indicadores confiáveis de resultados ou desempenho futuros.

Valores para 2022 expressos em milhões (M) ou trilhões (B) de pesos Colômbianos (COP) e em grande escala (trilhões ~1.000.000.000.000).

Agenda

Quarta-feira 19 abril

- Listagem de DR's
 - Ambientes macro e de varejo na Colombia
 - Grupo Éxito: Fatos-chave
 - Estratégia do retail, segmentos e marca Própria
 - Inovação comercial, segmentos e modelos
 - ✓ Segmento do Éxito e modelo Wow
 - ✓ Segmento do Carulla e modelo Fresh Market
 - ✓ Segmento Low-Cost e modelo Surtimayorista
 - Visita a lojas (Wow, Fresh Market, Surtimayorista)
- Estratégia Omnicanal
 - Ecosistema de Negócios:
 - ✓ Imobiliário / VIVA malls
 - ✓ Programa de fidelidade / Puntos Colômbia
 - ✓ Negócios financeiros / TUYA
 - Programa de Excelência Operacional
 - Informação Financeira
 - Operações Internacionais
 - Estratégia de ASG
 - Visita ao centro comercial Viva Envigado e Éxito Wow

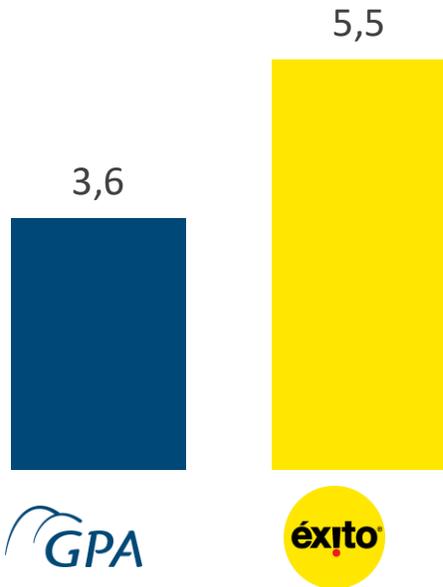


Processo de listagem

ADRs e BDRs

Potencial de desbloqueio de valor para o Grupo Éxito e seus acionistas

GPA possui ~97% do Éxito
Capitalização de mercado (B COP)¹

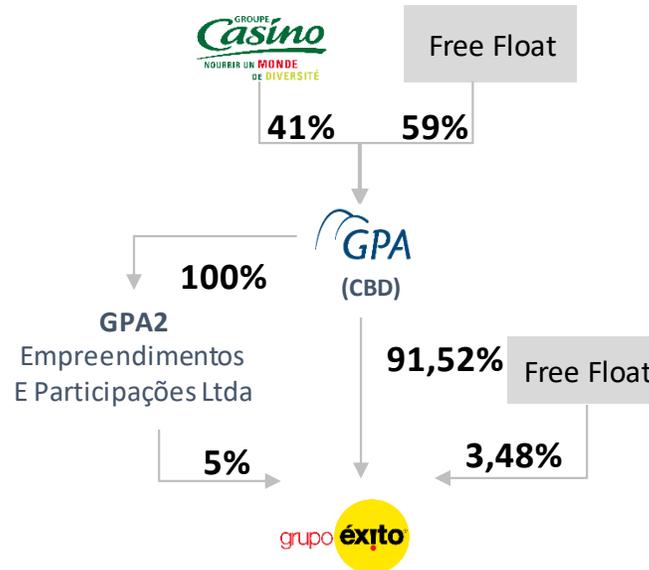


O valor da ação do Éxito é afetado por seu free float reduzido (~3,5%)

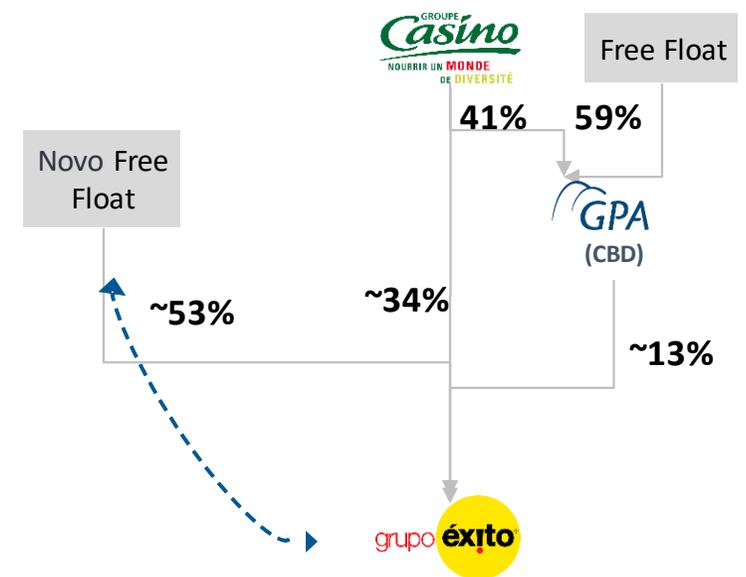
Nota: Fonte (1): S&P Capital IQ, 31 de março de 2023 (Preço por ação do Éxito: \$4.100, GPA: R\$14,73 (taxa de câmbio COP a R\$: 914,2489)).

BENEFÍCIOS ESPERADOS

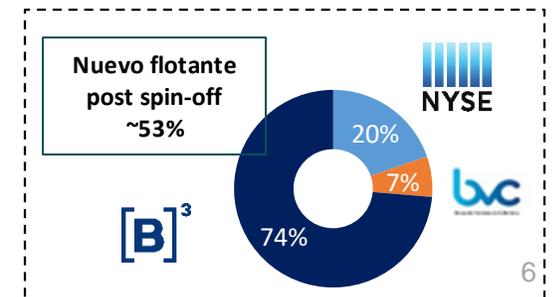
A Estrutura acionária atual



B Estrutura acionária resultante



- Distribuição de ~86% das ações do Éxito detidas pelo GPA (96,52%) por meio de ADRs e BDRs (ambos nível II)
- Aumento potencial no Éxito: Free float para ~53% e na base de acionistas (atual base de acionistas EPS de ~ 50.000)
- Desbloqueando o valor potencial do Éxito a parti de maior liquidez e visibilidade do mercado



Cronograma ilustrativo do processo de listagem



1

Comunicado da análise preliminar do Conselho de Administração

5 de setembro, 2022

2

Aprovação do filling referente ao BDR, inscrição autorizada CVM e B3

4 de abril de 2023

3

Aprovação dos credores do GPA

17 de abril de 2023

4

Aprovação do filling referente ao ADR (pendente)

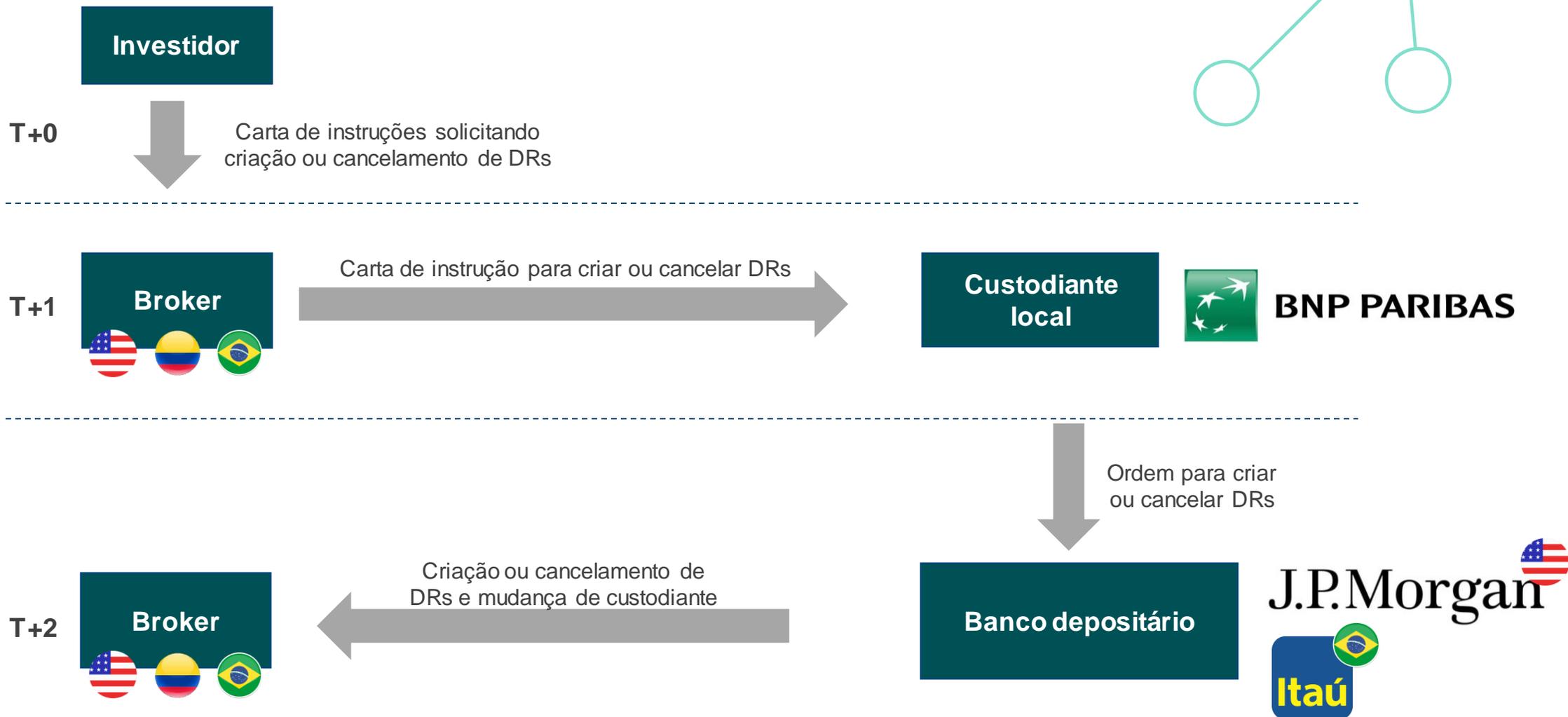
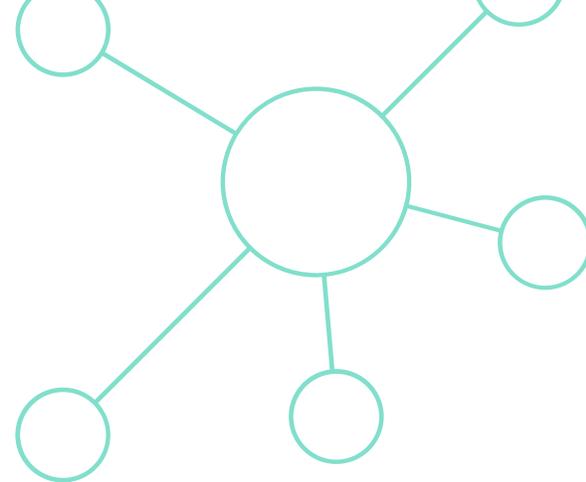
Segundo trimestre de 2023

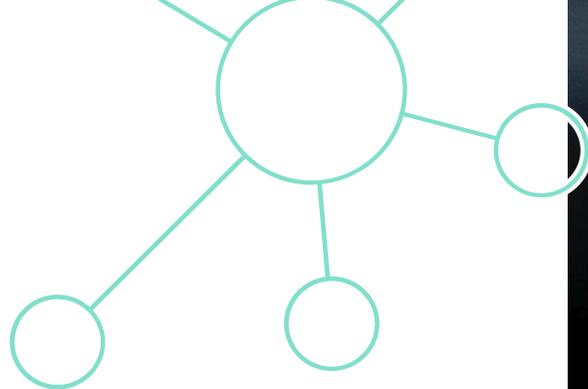
5

Conclusão da transação

Segundo trimestre de 2023

Processo de Conversão Certificados de depósito





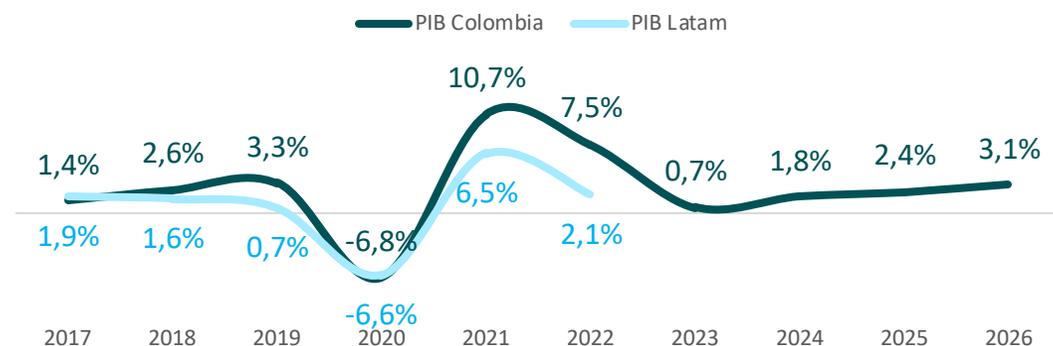
Ambientes macro e de varejo na Colômbia



Colômbia: Indicadores macroeconômicos

Desafios: inflação e consumo privado

Crescimento econômico do país acima de LataAm e do Caribe



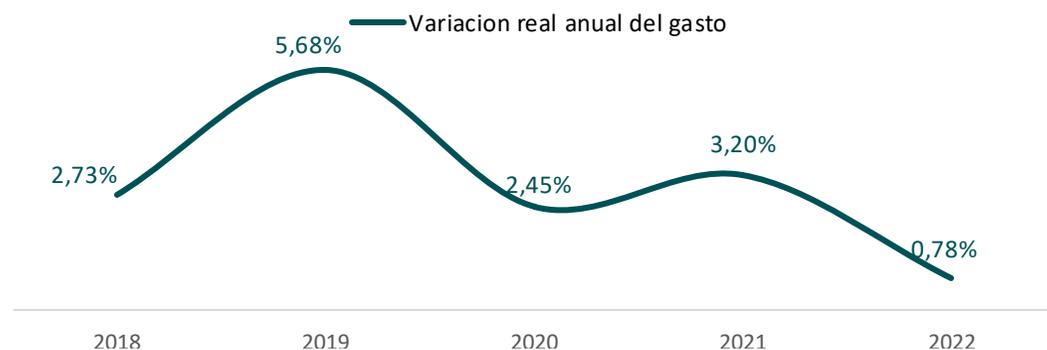
Fonte: BBVA Research- Perspectiva econômica da Colômbia, março de 2023

Aumento das taxas de juros para conter a inflação (pressionado por tendência de alimentos 12M de 27,8% dez/22 até 21,8% mar/23)

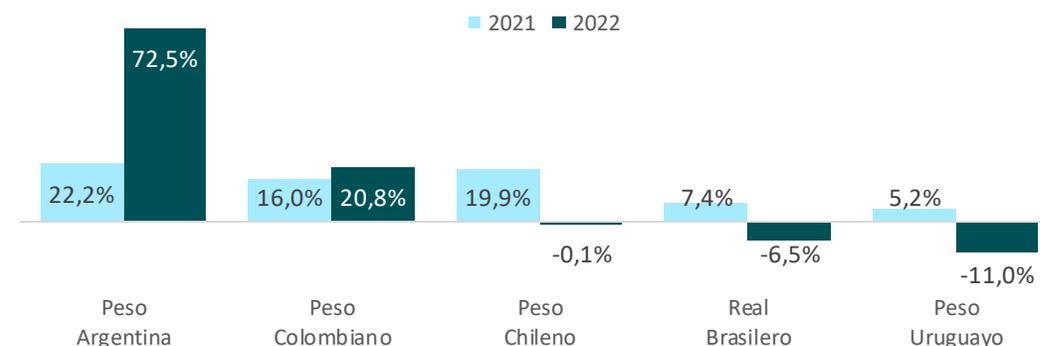


Fonte: BBVA Research- Perspectiva econômica da Colômbia, março de 2023

Os gastos das famílias têm sido um dos principais impulsionadores do crescimento, mas até 2023 devem ficar abaixo de 1%



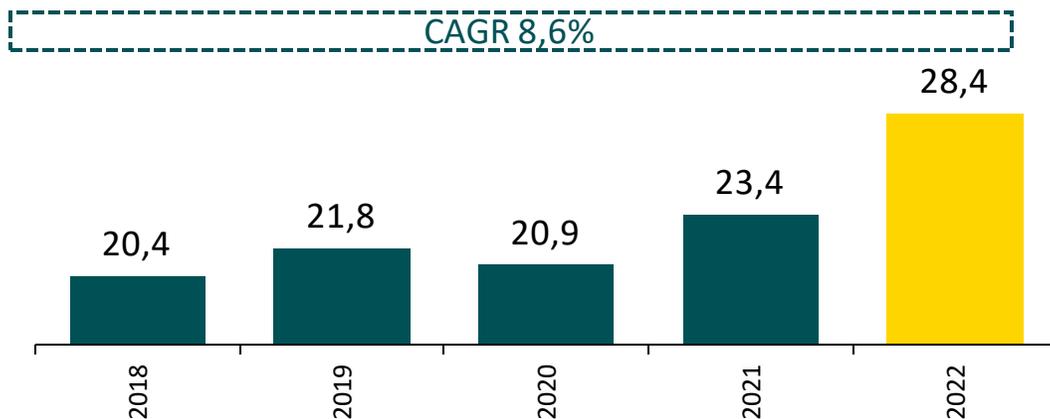
O peso Colômbiano foi a segunda moeda mais desvalorizada da região em 2022 (taxas de fechamento)



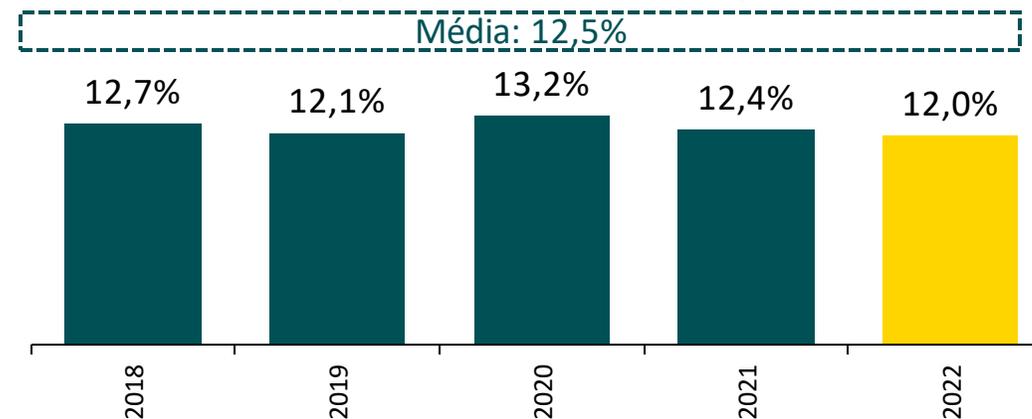
Colômbia: Mercado retail

Evolução e níveis de formalização

Evolução do mercado retail (B USD)

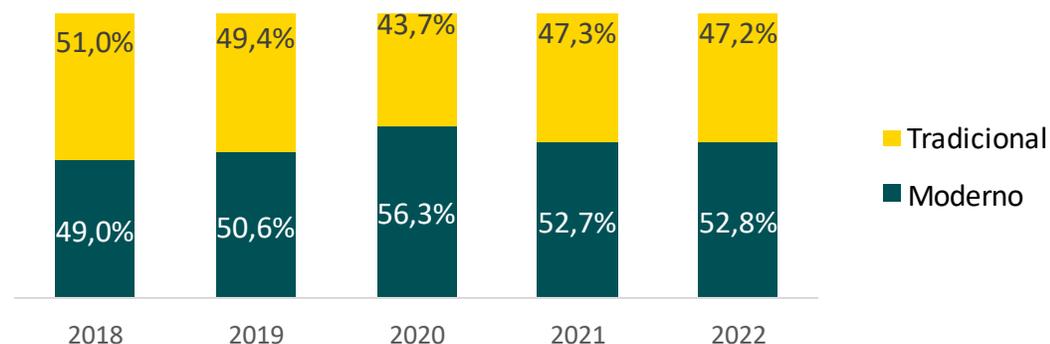


Participação de mercado¹ Grupo Éxito
(Tradicional + Moderno)



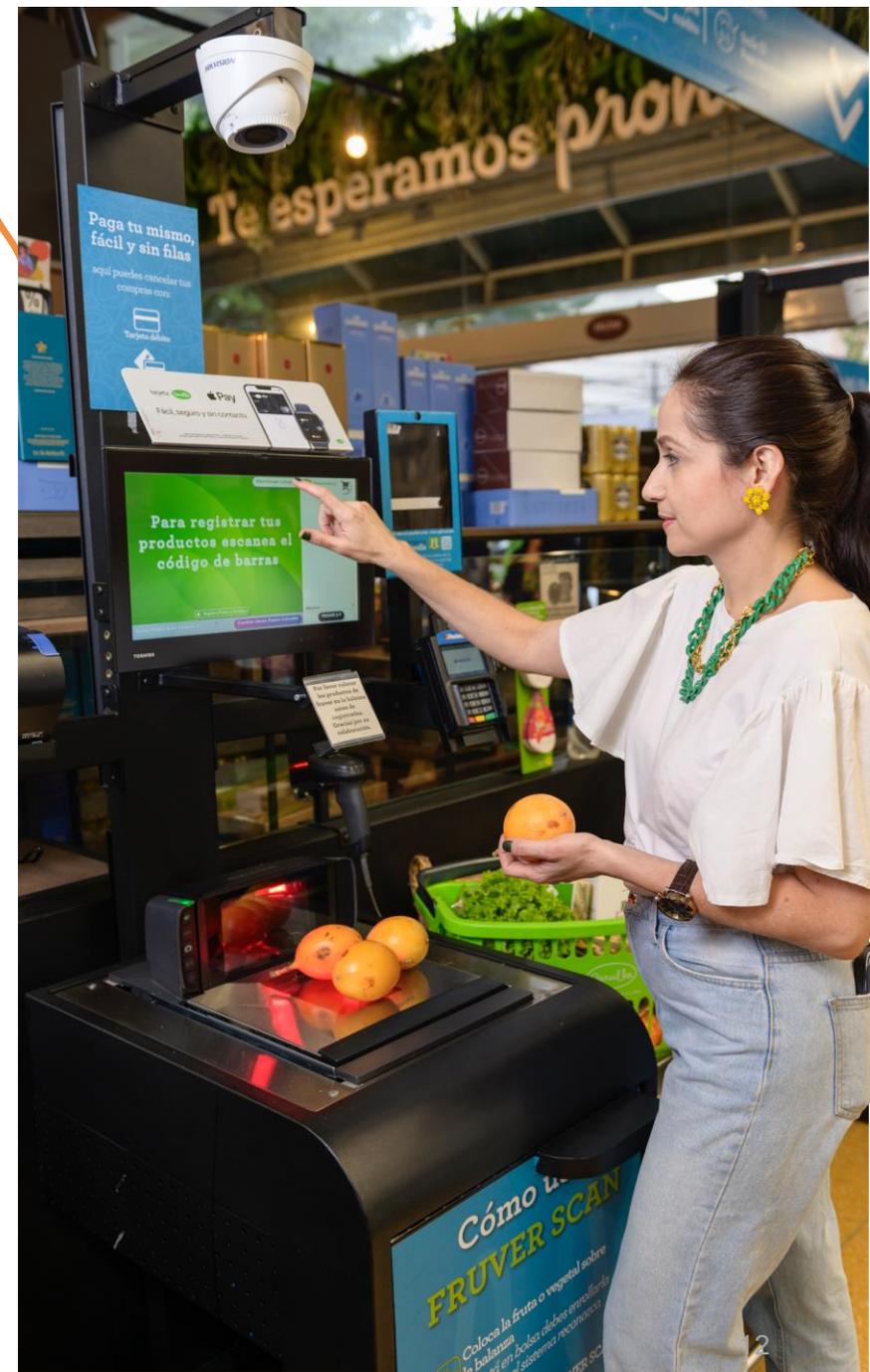
Mercado Tradicional vs Moderno

Retail moderno ganhou 380 bps nos últimos 3 anos





Grupo Éxito: Fatos-chave





Grupo Éxito: líder do retail de alimentos na Colômbia e Uruguai

Resultados consolidados¹

Renda
\$20,6 B COP

Participação omnicanal²
9,6%

EBITDA recorrente
\$1.662 M COP
8,1% margem



Colômbia

Renda: **\$15,3 B COP**
Margem EBITDA: **8,1%**
P. de mercado³: **28%**
Lojas: **492**

Uruguai

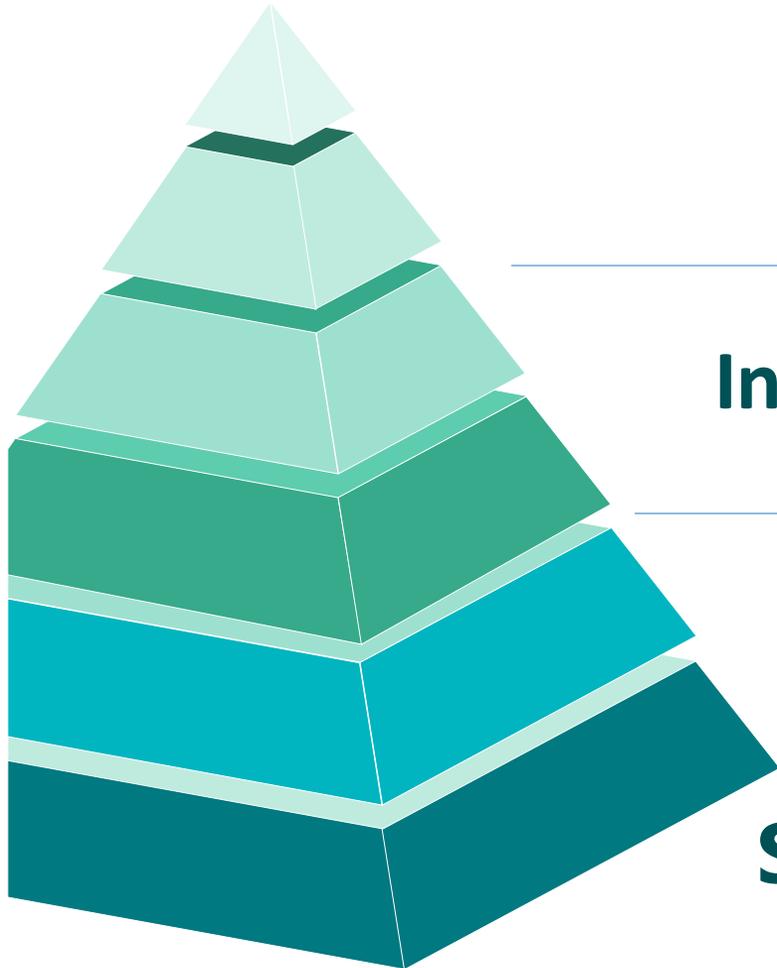
Renda: **\$3,6 B COP**
Margem EBITDA: **9,9%**
P. de mercado³: **42%**
Lojas: **94**

Argentina

Renda: **\$1,7 B COP**
Margem EBITDA: **4,3%**
P. de mercado³: **7%**
Lojas: **33**

Segmentação de marcas por país

Cobertura da pirâmide populacional



Premium



Intermediário



Baixo



Segmento por país



Estratégia de negócio consistente

Focada no cliente



Plataforma de retail líder na Colômbia e Uruguai

- Liderança e diversificação
- Marcas altamente recomendadas
- Sólida geração de fluxo de caixa



Inovação em novos modelos de negócio e formatos

- Formatos: Éxito WOW, Carulla Fresh Market e Surtimayorista
- Marca própria: Alimentos e Não Alimentos



Plataforma omnicanal líder em LatAm (9,6% de participação¹)

- Plataforma sólida
- Alta penetração digital
- Grande potencial de geração de valor a partir das iniciativas em desenvolvimento



Monetização de Ativos e Tráfego

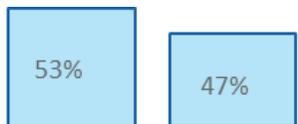
- Viva | Negócio imobiliário
- Pontos Colômbia | Programa de fidelidade
- TUYA | Serviços financeiros

Alavancas de penetração no mercado

Foco para aumentar as vendas de alimentos

Oportunidades no mercado tradicional

Penetração de mercado



Moderno Tradicional

- ✓ \$11 B USD
- ✓ +260.000 pontos de venda como clientes potenciais

Aliados



+\$52 M USD Vendas



~ **+1.671 Aliados**

App Mi Surtii



+\$14 M USD vendas
+ 14.000 clientes ativos

Expansão do modelo *Cash and Carry*



Portfólio atual

- **46 lojas** (~42.000 m²)
- Vendas: **\$176 USD M**
- **4,4% EBITDA**
- **6,1% EBITDAR**



Estratégia de preços

Portfólio de insuperáveis e Projeto Acqua
Melhor preço em **213** subcategorias

Formatos Inovadores



+27 p.p. em vendas
Preços e Qualidade



FreshMarket

+9,3 p.p. em vendas
Frescura de produtos e experiência

Remodelações em curso de Super Inter e Surtimax



Última Milha

13,3 M de ordens
(+69,6% vs 2021)

Aliança com o Rappi



+ ~\$128 M USD
Contribuição positiva à margem



“Turbo”

Entregas em 10-Minutos

41,3% participação das vendas do Rappi

Marca Própria



Ecosistema Grupo Éxito

Retail Colômbia



Negócios Complementares



Omnicliente

Negócios Complementares

Criação e valor compartilhado

Retail Financeiro¹

tuya

- Aliança 50/50 com o BanColômbia
- 2,1 M de cartões emitidos
- Carteira total de \$4,5 B COP (+25,6% vs 2021)
- Avaliação da Tuya por meio de indicadores de mercado atinge 2,5 vezes seu valor contábil
- Menor nível de créditos NPL 30 (um dígito alto)



Programa de fidelidade

- +161 marcas aliadas
- 6,2 M de clientes ativos² (+14%)
- +35,6 M de pontos resgatados (30% em aliados)
- Rendas em 2022 de ~ \$75 M USD



- Margem EBITDA de um dígito baixo



Lançamento de 3 atividades disruptivas que irão alavancar o crescimento do Puntos Colombia

1. Fidelidade como serviço

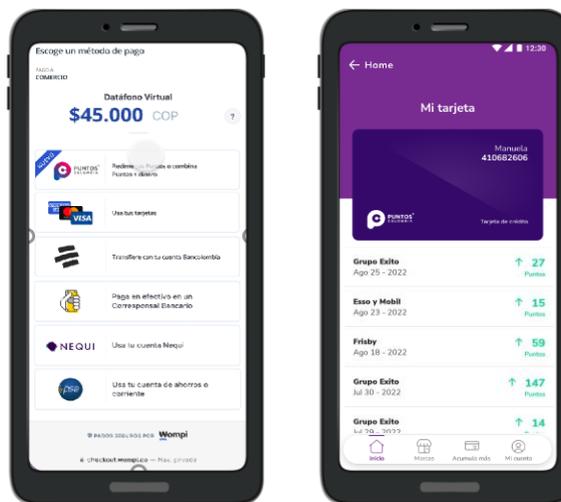


Programa de fidelidade para PMEs focada em fidelizar os clientes e aumentar as vendas:

Programa de pontos

- Marketplace

2. Pagamentos e serviços financeiros

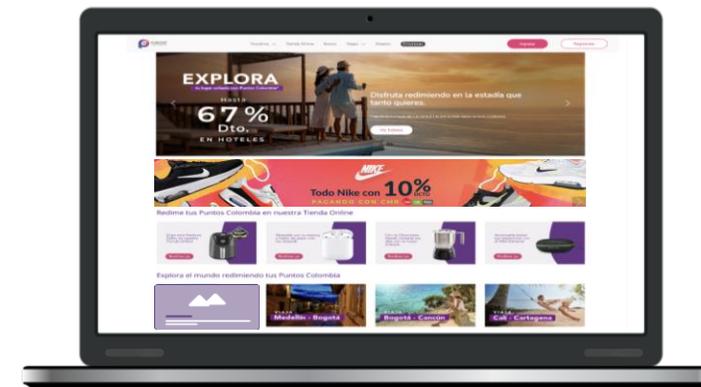


Produtos e serviços financeiros para empresas e para clientes:

- Facilidade de pagamento
- Wallet
- Cartão de crédito



3. Serviços de Mídia e Monetização de Dados

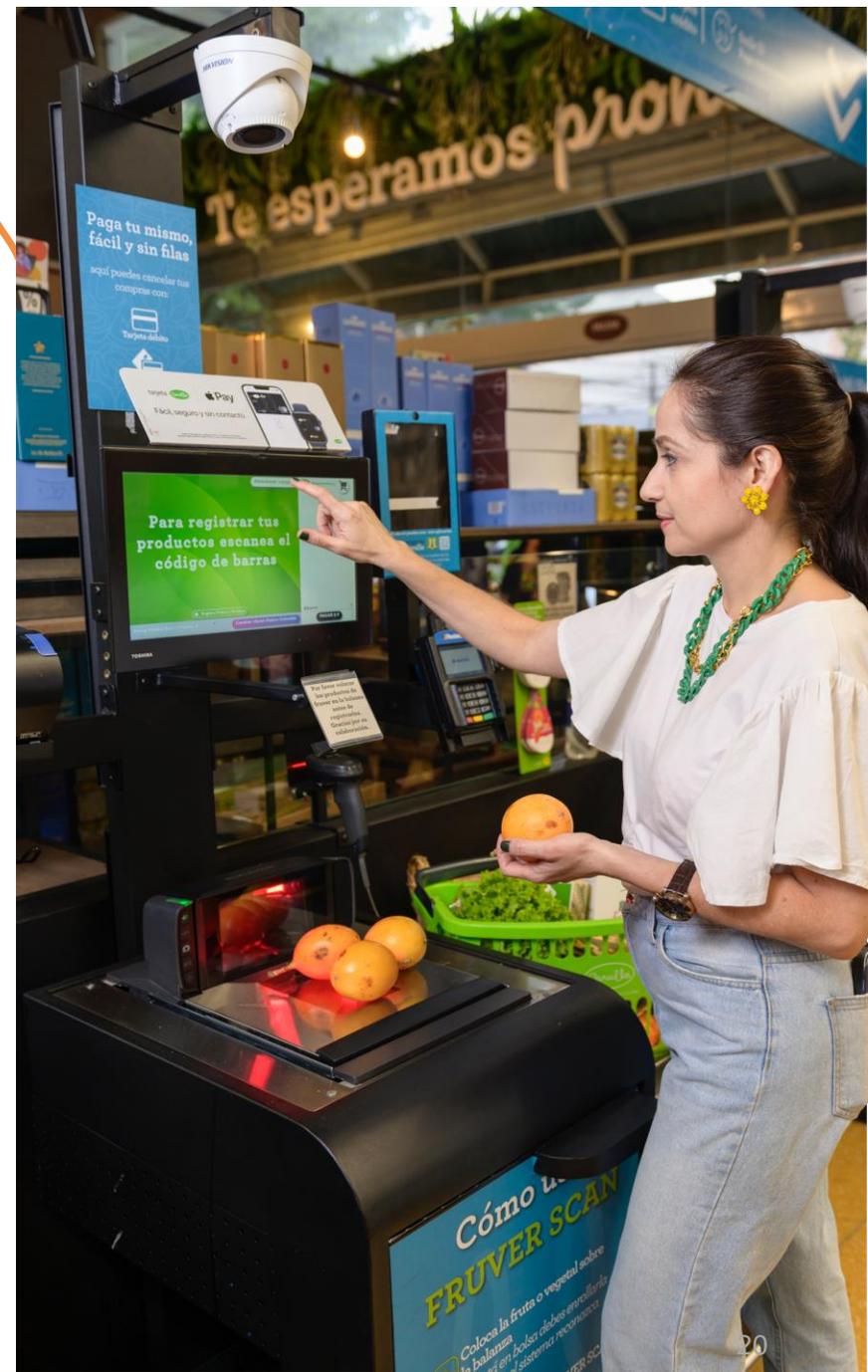


Serviço de mídia digital aproveitando os dados do ecossistema em:

- On-site (Marketplace, home PCo)
- Canal direto (email, SMS, push)
- Off-site



Estratégia do Retail, segmentos & Negócios complementares



Segmentos retail Colômbia

Éxito

Carulla

Baixo custo

Marcas



Formatos

Hipermercados,
Supermercados e
conveniência

Supermercados e
conveniência

Cash and Carry

Supermercados de Proximidade

Proposta de Valor

Relação preço/qualidade
Tudo em um único lugar
Atendimento ao cliente de
alta qualidade

Experiência superior
Os melhores produtos frescos
Produtos premium e saudáveis

Foco em clientes
institucionais
Preços baixos

Alta participação de marca própria
Diferenciação em alimentos frescos
Preços baixos

Estratégia

Nova geração de
hipermercados:
Éxito WOW

Inovação no modelo
Fresh Market

Veículo para penetrar em
novos territórios e segmentos
de consumo

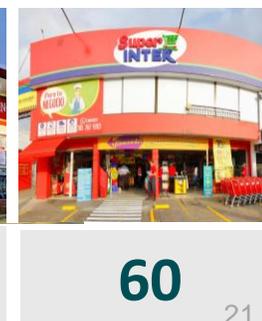
Super Inter: Conceito “Vecino”
Surtimax: lojas de 300m²

Participação
em vendas

70%

15%

15%





18,1%

Participação na venda de alimentos

Marcas Emblema



~ 250 PLUs
4,4% participação
+43% Ventas



~ 370 PLUs
0,9% ppción
+45% Ventas

Primeiro Preço

ekono

~ 130 PLUs
1,5% participação
+68% Ventas

Multicategoria

Frescampo

~ 570 PLUs
5% participação
+18% Ventas

Marcas Premium

POMONA

~ 340 PLUs
1,5% participação
+33% Ventas

Vida Saudável



~ 370 PLUs
1,3% participação
+21% Ventas

Marca própria

Produtos Insuperáveis



- Produtos básicos e de ganho de valor
- Verificação de preços duas vezes por semana
- A melhor posição de preço



~ 590 PLU's



213 subcategorias

+35% em vendas



8,8% participação em vendas de alimentos

Uma
estratégia
para cada
marca

- **Éxito:** insuperável
- **Carulla:** melhor preço
- **Surtimax:** Mais Baratos
- **Super Inter:** Mais Baratos



Marca própria

Têxtil



43% das vendas foram das marcas **Arkitekt, People e Bronzini**

Nossas Marcas



Saúde e bem-estar

BRONZINI



Moda com Sentido Social

PEOPLE
CONCEPT



New Casual

ARKITECT.

Todas tenemos algo que decir
Escoge tu vestido para hacerlo.



Vendas
+21,3%



+48 M unidades

vendidas em 2022



~ **28,2 M** em Marca Própria

12 Coleções



+300 oficinas de produção



9.600 empregos

Através de Didetexco



97% roupas de marca própria são feitas na Colômbia



Selo Ouro
Sustentável



Marca própria

Casa

35% Participação das vendas na categoria casa



Portfólio de produtos essenciais e funcionais para ambientes domésticos, como cozinha, sala de estar, sala de jantar e quarto



24%

Participação nas vendas da Finlandek

Vendas +15,5%



finlandek[^]
E S E N C I A L

Relação preço/qualidade
Foco na funcionalidade e no design

finlandek[^]
select

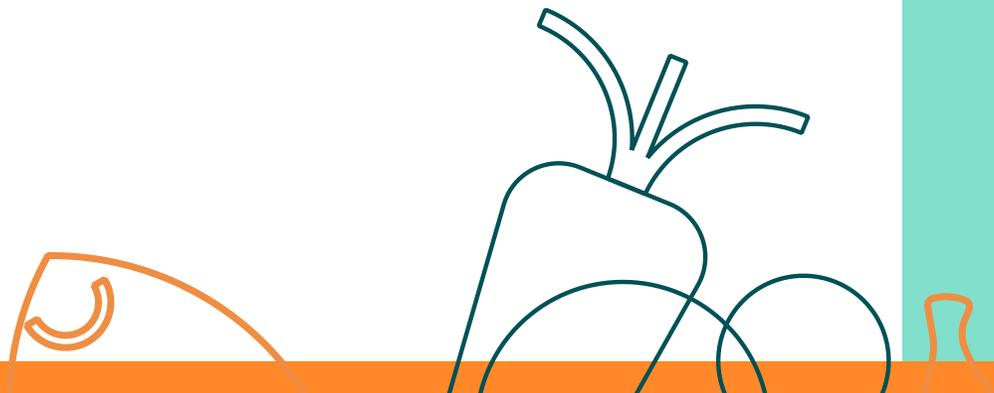
Valor, inovação e design
Alta qualidade e durabilidade

finlandek[^]
K I D S

Designs modernos para as novas gerações

Coleções com designers e artesãos Colombianos

Segmento Éxito e modelo Wow





Formatos do segmento Éxito

Foco e proposta de valor

Super
(1.000 ~ 2.000 m²)



- Compra fácil, rápida e simples
- Produtos de maior consumo
- Poucos itens não alimentares

Vecino
(2.000 ~ 3.000 m²)



- Proximidade e proposta comercial completa e adaptada à zona de influência
- Melhor experiência de compra e espaços mais compactos

Hiper
(~ +3.000 m²)



- Tudo em um único lugar
- Oferta comercial completa em negócios e categorias

Hiper *wow!*
(+3.000 m²)



- Experiência renovada e inovadora
- Hipermercado do futuro
- Referência mundial



Total colaboradores

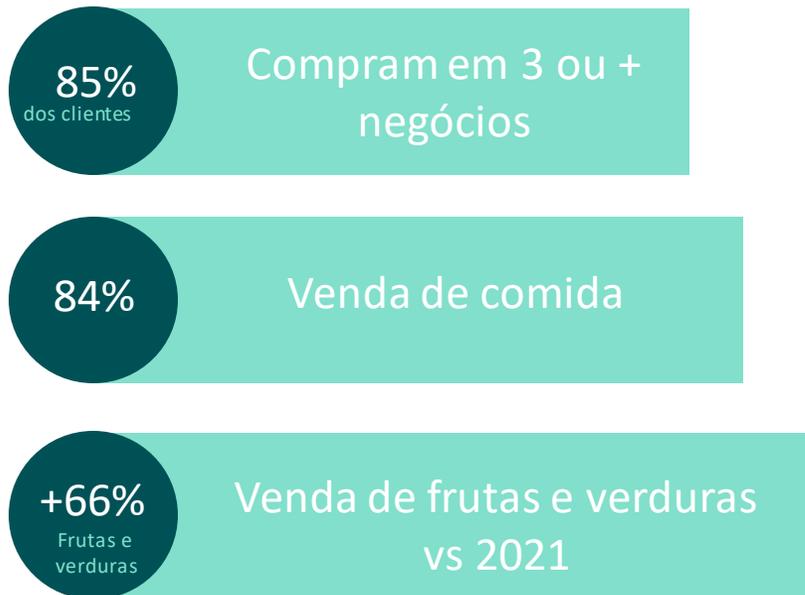


~ 20.000

57% do total da companhia



Estratégia focada no Cliente



490 mil Clientes resgataram pelo **mi Descuento**

51% destes clientes são leais (53% do portfólio de vendas)

↑ 285 mil Clientes adicionais vs 2021

63,3% Dos clientes compraram tanto alimentos como não alimentos

↑ 332 mil Clientes adicionais Vs 2021

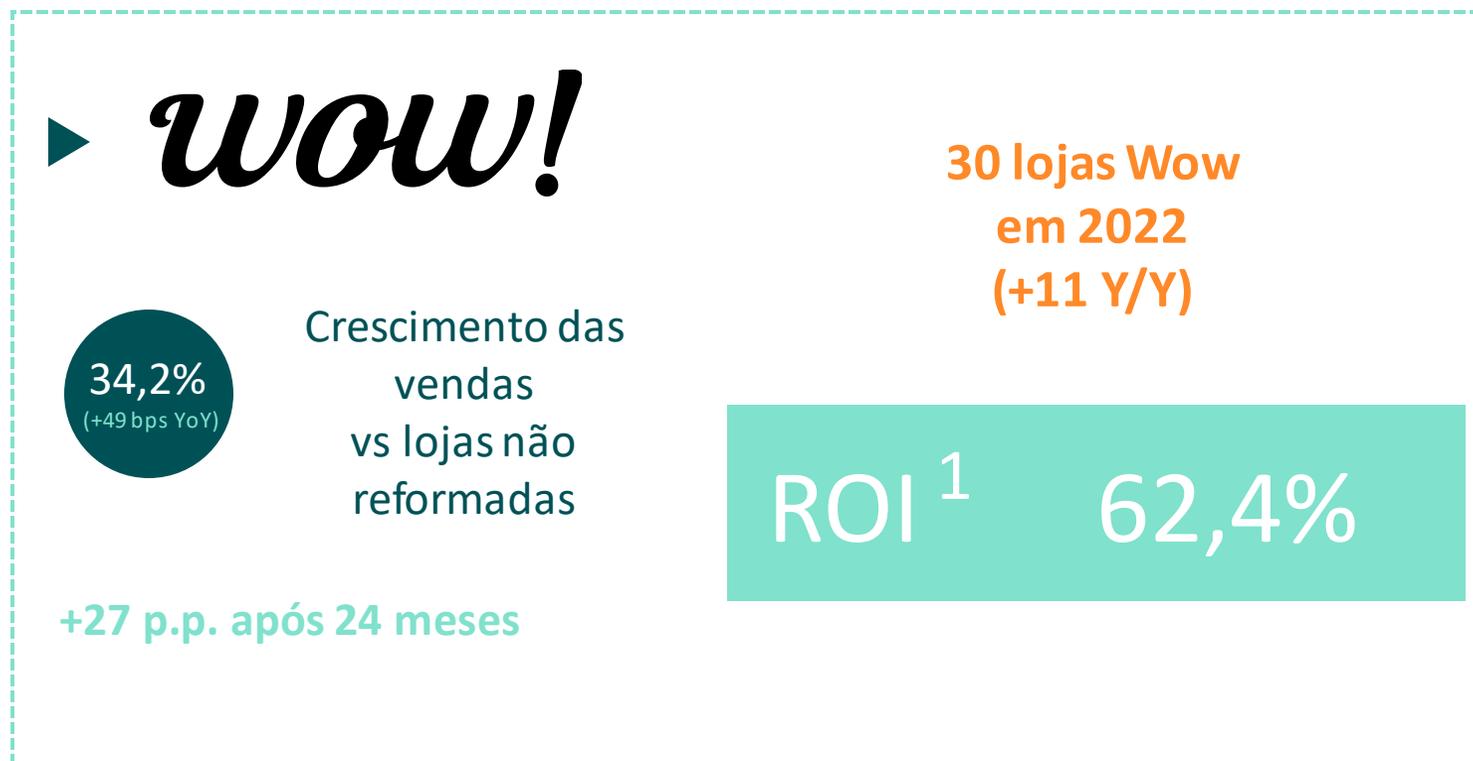
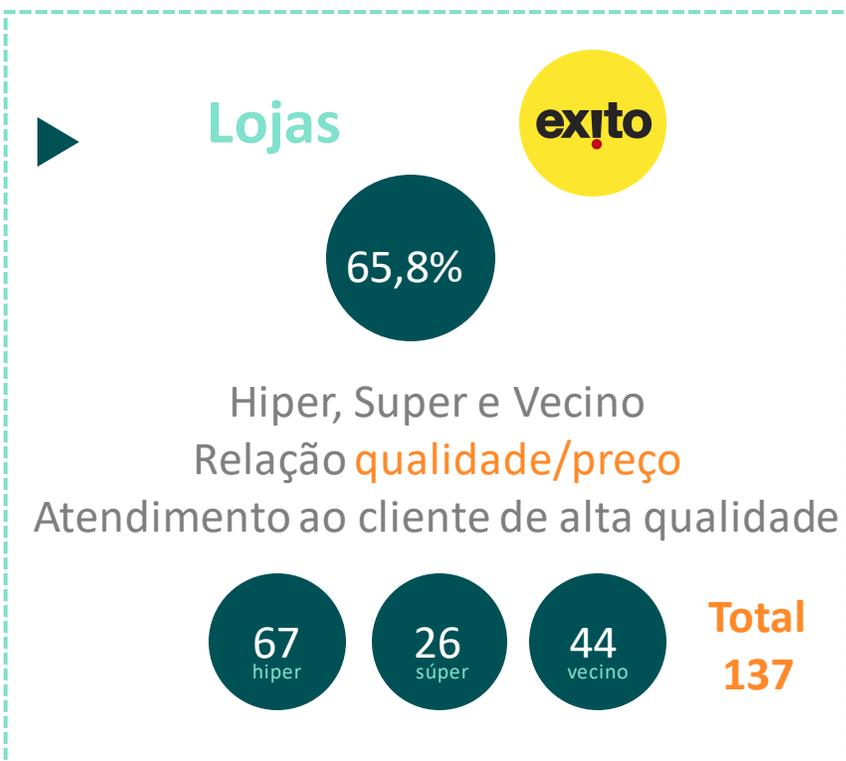
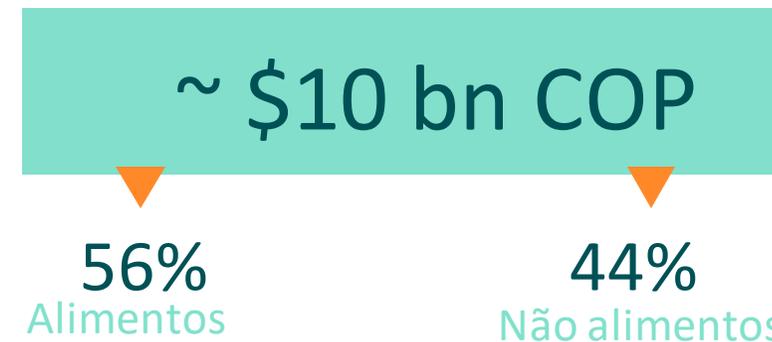
68,9% compraram alimentos preparados e frescos





Vendas e mix

Éxito vs Wow



Área de vendas lojas ~ 440 mil m²

Área total vendas ~ 620 mil m²
Venda 2022/m² ~ 14

Área de vendas **wow!** ~ 176 mil m²



Éxito Wow



Video:

<https://streamable.com/4f9puv>

Market research:

<https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qqfoy7f2aarjkn2oy7tn5>





Segmento Carulla e modelo Fresh Market

comercializamos en nuestras tie



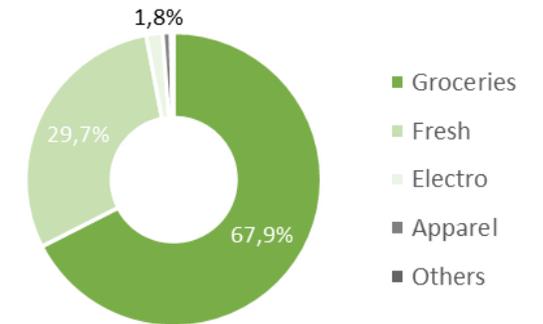


# Lojas	107
Supermercados	81
Conveniência	26
% Vendas digitais	17,4%
# Funcionários	~ 4.600
Principais elementos da proposta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Serviço/experiência superior • Produtos frescos e de alta qualidade • Sustentabilidade
Área de vendas	~ 89.000 metros
Área de vendas por loja	Super ~1.000 m2 Conveniência ~200 m2



Flagship
Carulla Calle 140 (~2,100 sqm)

Mix comercial



A vida mais fresca e saudável



Nossa
proposta
de valor:

Experiência superior

*Assessoria expert em
categorias core e
serviço de primeira
linha*

Inovação

*Comercial com
produtos exclusivos, de
canais e experiência*

Sustentabilidade

*Trabalho contínuo com
foco na mitigação do
impacto ambiental*

Conhecimento do cliente e do negócio



Nossos pontos
fortes:

- › **Formato premium (81 SM e 26 lojas de conveniência)**
- › **Proposta comercial diferenciada em frutas, verduras, carnes, padaria fresca, delicatessen, produtos importados e licores**
- › **Segmentação de fidelização ~ melhores clientes compram 10x que a média**
- › **Marca sólida em mercados como Bogotá, Medellín e Cartagena**

Frutas e verduras:

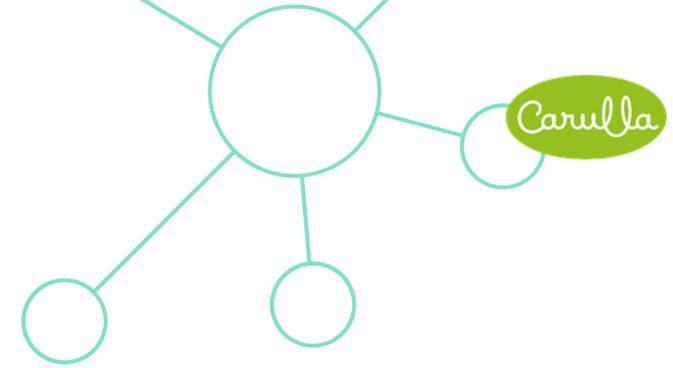
86% compra localmente

Top #2 em clientes

Padaria fresca:

**1 em cada 2 clientes compra
produtos de panificação
frescos**

Top #1 em clientes



Inovação comercial

Inovação em canais digitais

Marcas exclusivas

Diferenciação: Mundo de marcas importadas e exclusivas

Vendas +11% vs 2021 mercado por licores

+2.400 PLUs exclusivos (+700 da marca)



- Modelo de apoio a empreendedores locais com produtos inovadores
- Desenvolvimento em categorias relevantes para a marca (bebidas):
 - 42 empreendimentos ativos
 - +34% em vendas vs 2021



- 95 mil **clientes ativos/mês** em todas as funcionalidades
- **Mi Descuento:** Cupons personalizados com monetização do fornecedor



Alianças para o desenvolvimento da ultra conveniência nas grandes cidades:

- Portfólio de 1.500 PLUs
- +6 milhões de pedidos
- 29% dos clientes são novos para a marca
- Alta concentração em bebidas alcoólicas e não alcoólicas





Primeiro varejista

de alimentos neutro em carbono em LatAm



<https://streamable.com/8k58fd>

Diferenciação e produtos frescos



Green Market
(alimentação saudável)



No top 5 das melhores lojas para visitar em 2023 segundo o IGD¹



30 lojas Fresh Market em 9 cidades do país

60% de vendas da marca

Vendas +9,3 p.p. vs lojas regulares (+24 meses)

ROI² +19,4%

+1pp EBITDA vs lojas não renovadas



Adega de licores



Food Market



Pecuária sustentável



Segmento de baixo custo e modelo Surtimayorista



Inovação em modelos e formatos

Surtimayorista, Super Inter e Surtimax



Cash and Carry de proximidade

Proposta de valor de baixo custo, volumes, alto retornos, foco no cliente profissional

46 lojas

~ **42.000** m2 de área de vendas

+10 lojas em 2022

4 conversões + 6 orgânicas



Supermercados de origem independente

Proposta de valor de baixo custo e localizações de conveniência

60 lojas

~ **57.000** m2 de área de vendas

+10 lojas em 2022

6 conversões para Vecino +
4 conversões para Super Inter 3.0



Supermercados de proximidade

Proposta de valor de baixo custo, alta qualidade e variedade de produtos

70 lojas

~ **30.000** m2 de área de vendas

+31 lojas em 2022

2 aberturas + 1 conversão + 28 remodelações



Surtimayorista Cash & Carry de proximidade



Preço competitivo

Baixo custo

Por unidade e por
atacado



Armazenamento
de prateleiras
altas

Proximidade

Pontos de venda e
Omnicanalidade

46 lojas no país

Canais para facilitar
compra a omniclientes

Balcão de vendas



Chatbot e
televenda



Compre e Retire

Surtido inteligente

Mercado completo para clientes
retail e profissionais

Carnes, frutas e verduras



Marcas desafiadoras ~ mesma qualidade a menor preço

Marca
desafiadora
\$1.990



Marca
nacional
\$2.700

Sortido de ~ 2.000 PLU garantem o
fornecimento de produtos essenciais

Fidelização

Clientes profissionais



Recompensamos
a fidelidade dos
nossos clientes

Atendimento Personalizado

Descontos exclusivos

Prêmios

Desconto em datafone

Cartão de Crédito

Bem-estar

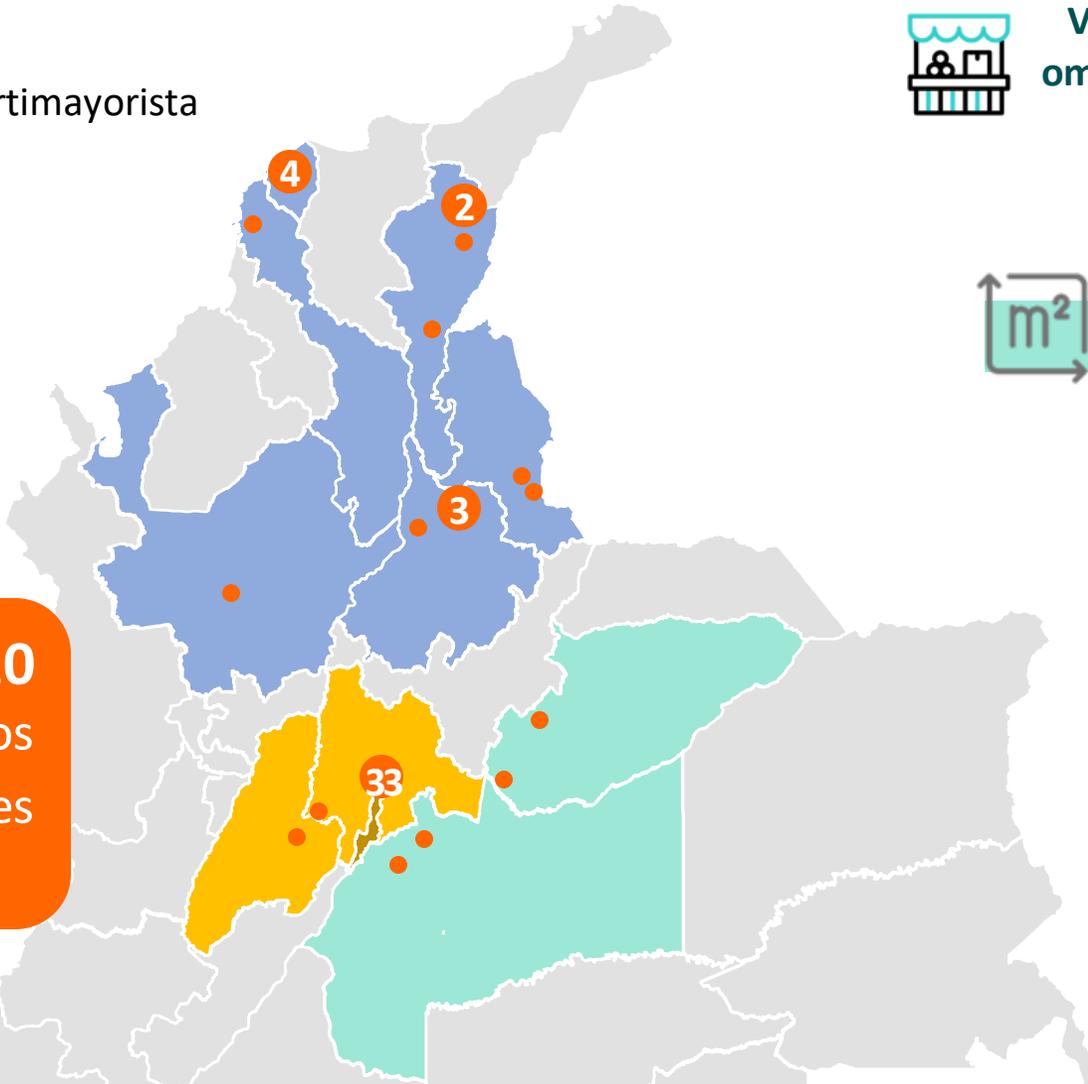


PDQ em
80% do
sortido
Equipe
versátil

Surtimayorista

Onde estamos?

43 Surtimayorista
3 Adegas



Presença em **10** departamentos e **26** cidades



Vendas omnicanal
9,6%



Vendas Frescos
15%



Aumento vendas 2022
+35%



Evolução venda M/m²



Indicadores de Clientes

Transações	Cientes
~ 9,2 M	~ 1,1 M

Visita por cliente
+4,5%

Cientes
+21%

<https://streamable.com/tur4t2>



Aliados e misurtii



Distribuidora focada no canal tradicional

+USD 52 M em Vendas

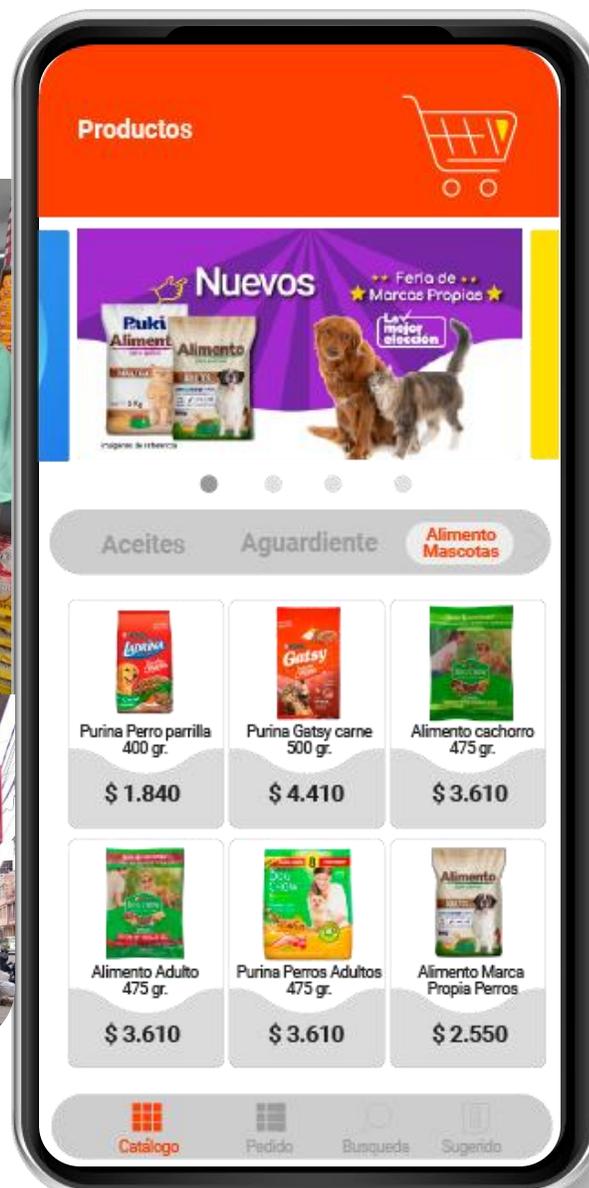
1.671 Aliados

Crecimiento 2022/21

Rede Aliados 8%

Venda 21%

EBITDA 77%



Distribuidora digital focada no canal tradicional e lojas de bairros

+USD 14 M em Vendas
+14,000 lojistas atendidos

Crecimiento 2022 vs 2021

Lojistas 324%

Venda 172%

Pedidos 265%

Presença em **6** departamentos do país

Estratégia Omnicanal



Estratégia Omnicanal

Resultados 2022

GMV ^{1,2}

MCOP \$1,8 B
(+18,2% vs 2021)

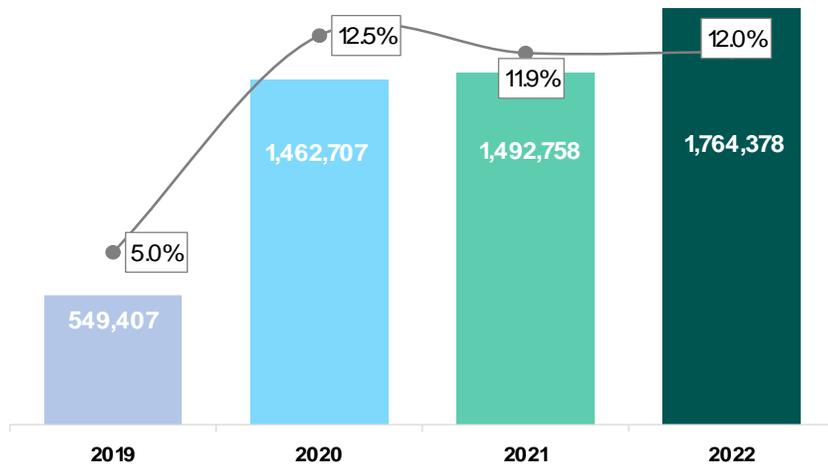
Participação em vendas²

12,0%
(vs 11,9% em 2021)

Ordens

13,3 M
(+69,6% vs 2021)

Evolução GMV (\$) e Participação (%)



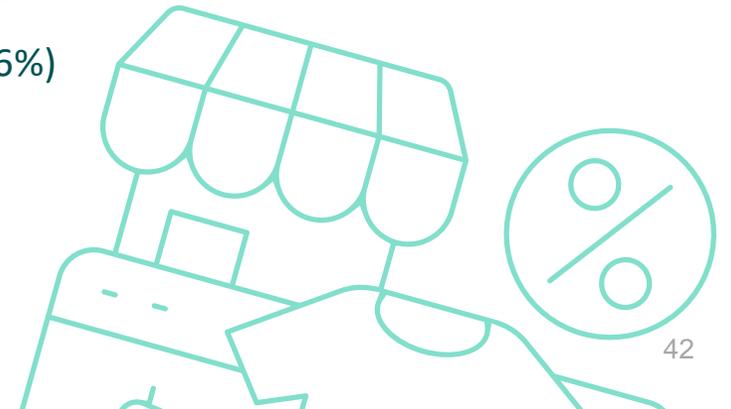
Alimentos:

- GMV +25%
- 10,5% participação

Não Alimentos:

- GMV +10%
- 15% participação

- App do Misurtii: **+164% em vendas** ~ COP \$57.500 M
- Turbo: **41,3% de participação** nas vendas totais da Rappi (que cresce **113%**)
- Click & Collect, WhatsApp, apps e websites: **+28,6%**
- Marketplace: **22% de participação** no GMV⁽²⁾ de não alimentos
- Apps: **1,6 M** de downloads (+22,6%)



Estratégia Omnicanal

Inovação constante em nossos APP



<https://streamable.com/ji2rd3>



70 mil
usuários ativos
por dia



12 mil
usuários ativos
por dia



Personalização

Rastreamento de pedidos no lobby do app



Personalização

Última compra, produtos que o cliente costuma comprar



Em breve

Check & Go: Uma nova forma de comprar nas lojas Carulla, através de uma compra fácil e rápida

Foco em serviços de alta qualidade, fomentando oportunidades para PMEs colombianas

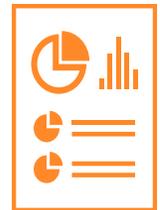


NPS

45 YTD (+8 YoY)



~1.600 vendedores ativos
(+22%) contribuindo com
209 mil ofertas



Migração tecnológica para
uma solução europeia
(go Live S2/23)



Em breve, Serviço de
Fulfillment e internalização
das operações com LTSA

Estratégia Omnicanal

Éxito Atendido

Integrador de omnicanalidade digitalizando mais de **170 lojas**

 **atendido**



**Vendas +53% vs
2021**



NPS 93
(melhor NPS entre os canais)



**Presença em mais de
172 lojas
+400 assessores em
todo o país**



**79% dos clientes do
canal tornaram-se
omniclientes**



Negócios Imobiliários / VIVA malls



Negócios Imobiliários - Grupo Éxito

Projetamos, desenvolvemos e operamos os ativos

Modelo de gestão

- ✓ Criação de valor para o ativo
- ✓ Maximizar a rentabilidade em toda a cadeia de valor do imóvel



Desenvolvimento

- Estruturação do projeto
- Desenvolvimento e re-desenvolvimento de ativos
- Gerenciamento de projetos



Aluguel

- Comercialização das instalações e otimização do mix comercial
- Monetização de áreas comuns (Casual Leasing e Branding)
- Gestão de contratos, faturamento e contas a receber



Facility - Property

- Plano de marketing e relacionamento com parceiros comerciais
- Operação de ativos: manutenção, segurança, limpeza



Asset Management

- Estratégias para maximizar o retorno sobre os ativos
- Controle e monitoramento do orçamento e dos KPI's
- Acompanhamento do tráfego e das vendas

Equipe de suporte experiente, alavancando tecnologia e processos

Nosso portfólio Imobiliário / Viva Malls

Um valor oculto na avaliação do Éxito

Negócios imobiliários¹



A divisão de negócios auxiliar mais relevante para a companhia

758 mil m² de área bruta locável

568 mil m² Viva Malls

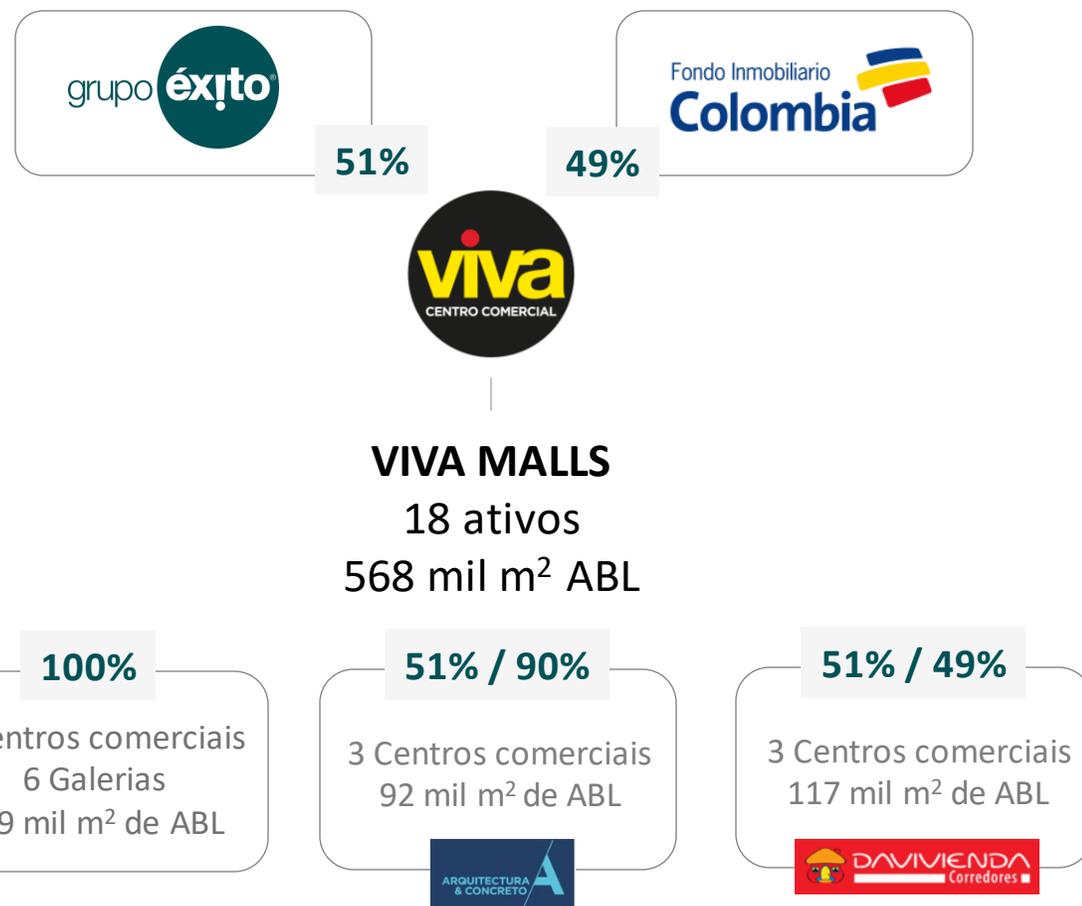
Taxa de ocupação **96,5% em 2022**
(vs. 96,4% em 2021)

Receita de aluguel e encargos administrativos

+29% em 2022

Viva Malls

Uma forte estrutura de parceria formada por grandes bancos e empresas de construção



(1) Inclui os negócios imobiliários operados diretamente pelo Grupo Éxito e Viva Malls.

18 ativos e 568 mil m² de área locável



Serviços digitais disponíveis para inquilinos e clientes



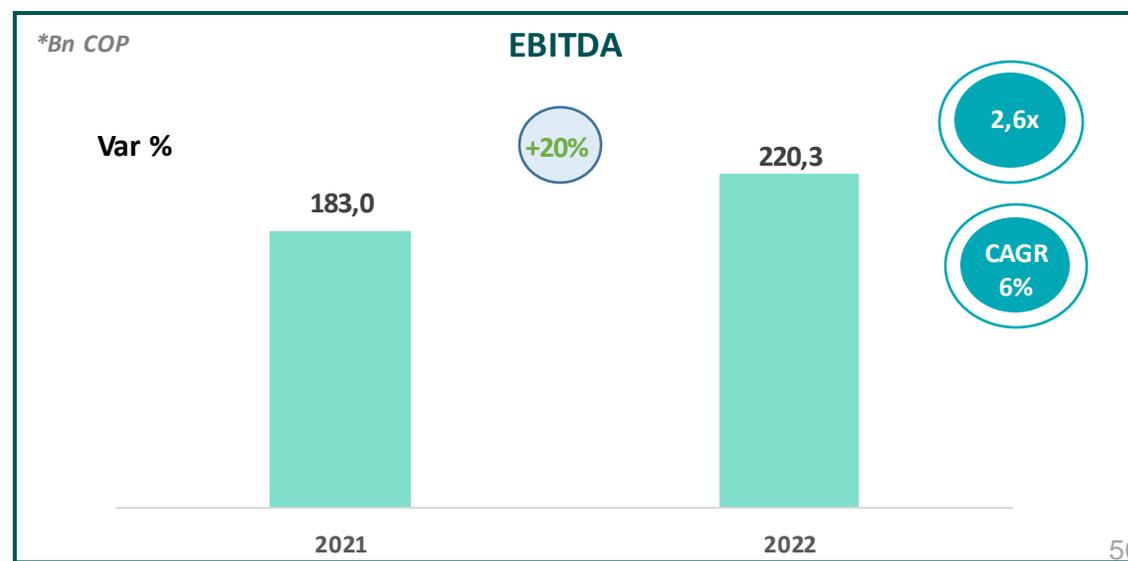
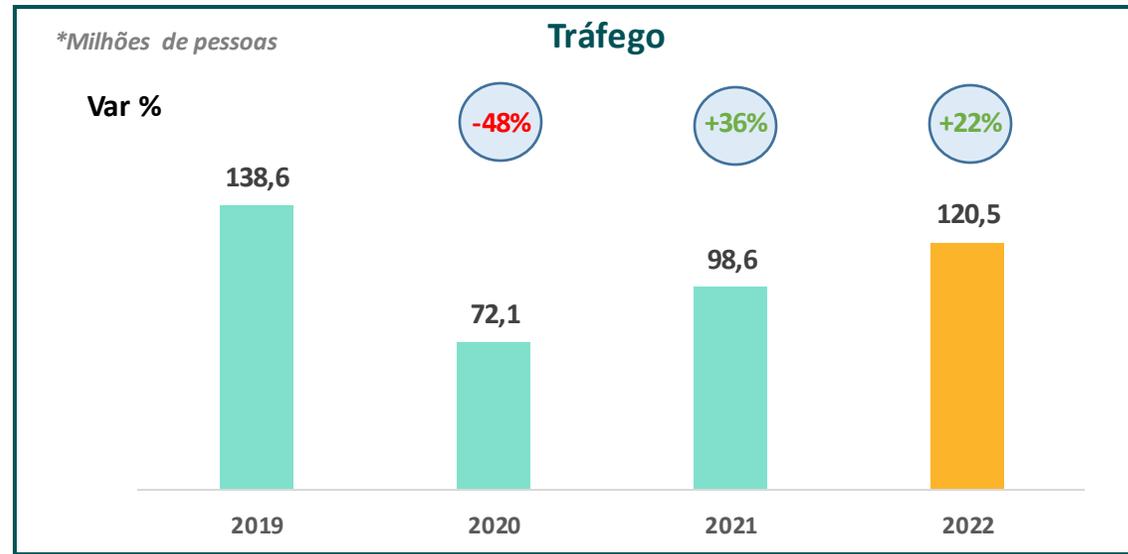
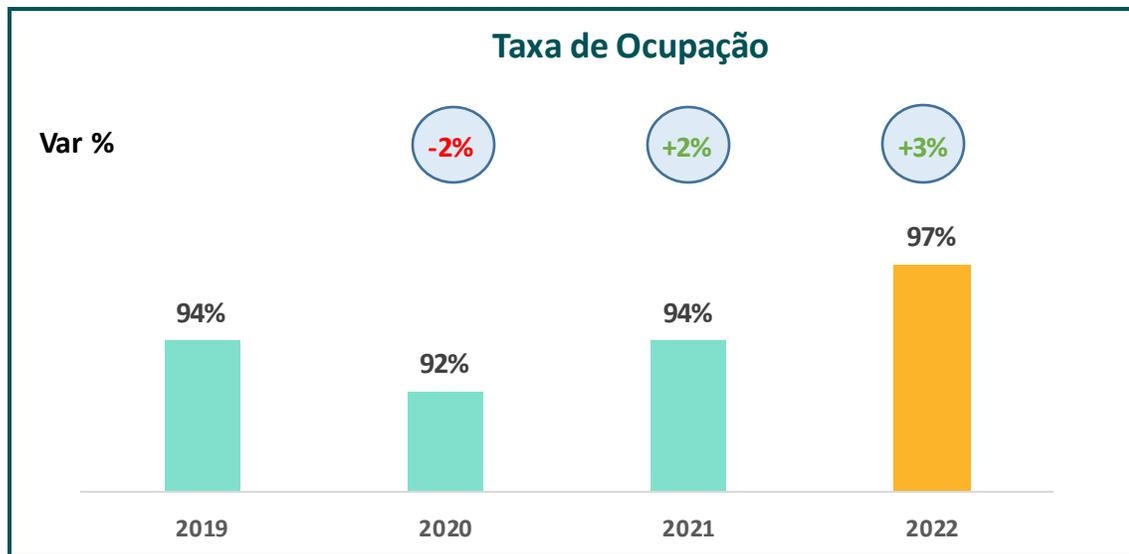
COP MM	12M22	12M21	%Var
Receita Operacional	344,920	288,858	19.4%
EBITDA recorrente	220,344	182,980	20.4%
<i>Margem EBITDA recorrente</i>	<i>63.9%</i>	<i>63.3%</i>	<i>54 bps</i>

Contratos de aluguel com fluxos de caixa estáveis e protegidos contra a inflação protege parte do EBITDA da Companhia

Viva Malls ~ 18% do EBITDA Colômbia

\$345 mil M em receitas em 2022
~ 45% das outras receitas provenientes da Colômbia
\$220.000 M de EBITDA recorrente

Viva Malls – Principais Indicadores





Em construção

IKEA

(Medellín AM)

~ 17.000 m² ABL



Em construção

PUERTA DEL NORTE

(Medellín AM)

~ 30.000 m² ABL





Modelo de Excelência Operacional, Operações Internacionais e Informação Financeira

Programa de Excelência Operacional

Transformamos a maneira como fazemos as coisas, **otimizamos** processos e adotando novas tecnologias para gerar valor para nossa empresa e nossos acionistas

Objetivos estratégicos

1

Crescimento dos gastos abaixo do faturamento

~20 a 30 bps de melhoria anual

2

Otimizar o fornecimento e a operação logística

Melhora do GMROI¹

3

Modelo operacional de vendas com o objetivo de **melhorar a relação entre NPS e gastos**

~10 pontos percentuais de melhoria no NPS

4

Projetos de **melhoria contínua**

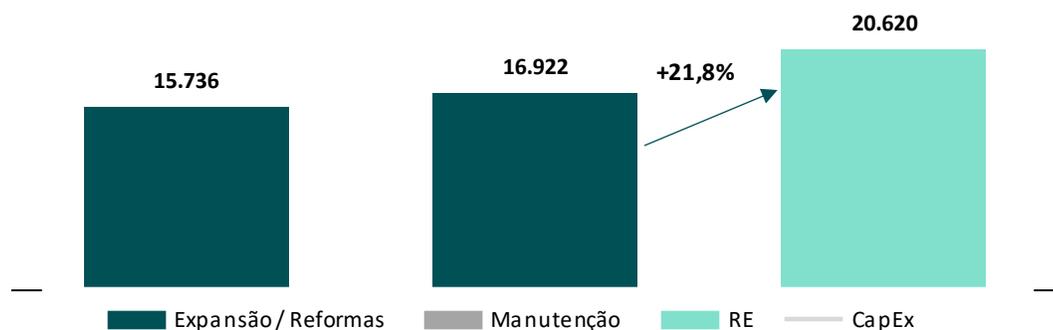
Níveis contínuos de gastos evitados

Informações financeiras: Grupo Éxito Consolidado

Receita líquida

(M COP)
(M COP)

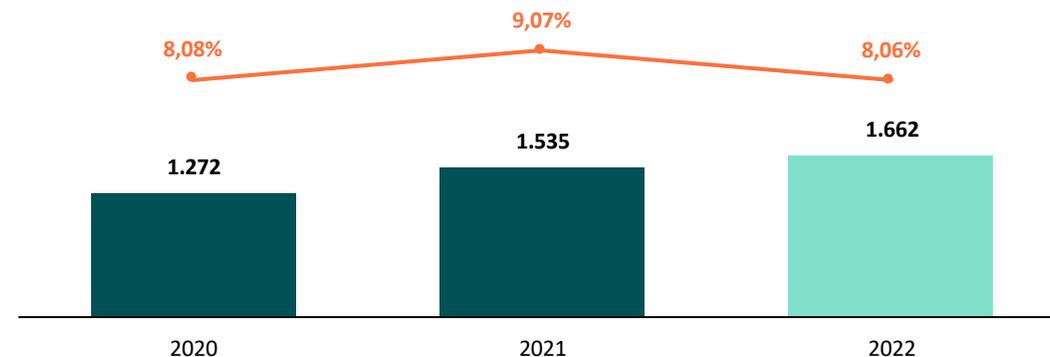
CAGR +14,5%



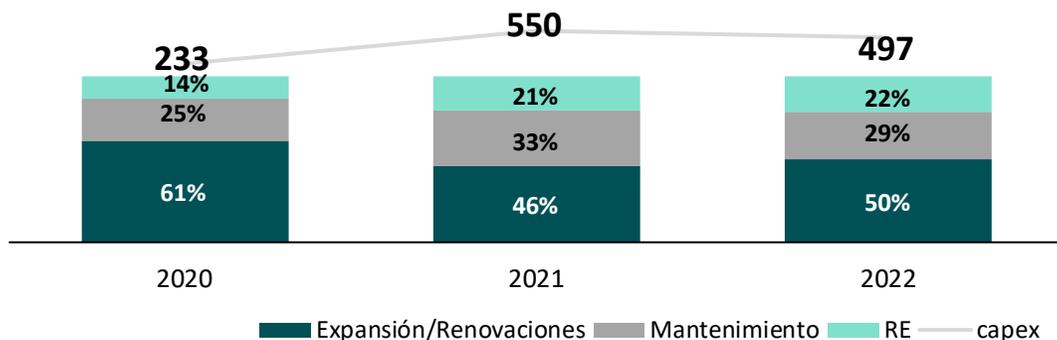
EBITDA recorrente e margem

(M COP; %)

CAGR +14,3%



CapEx na América Latina



Investimentos em expansão e reformas na Colômbia

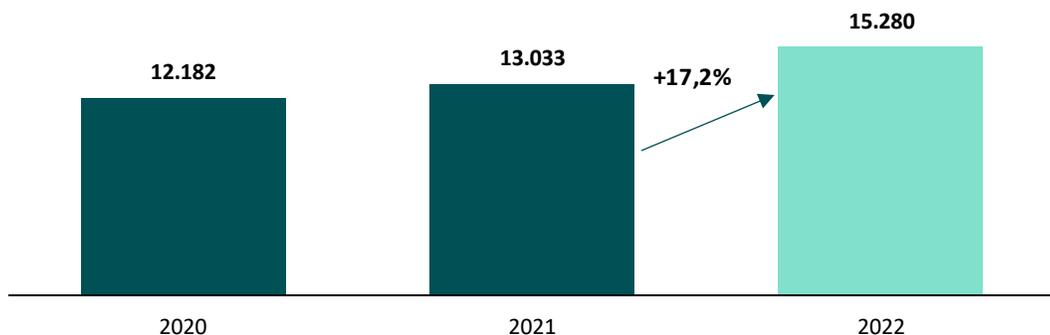
(M COP)



Receita líquida

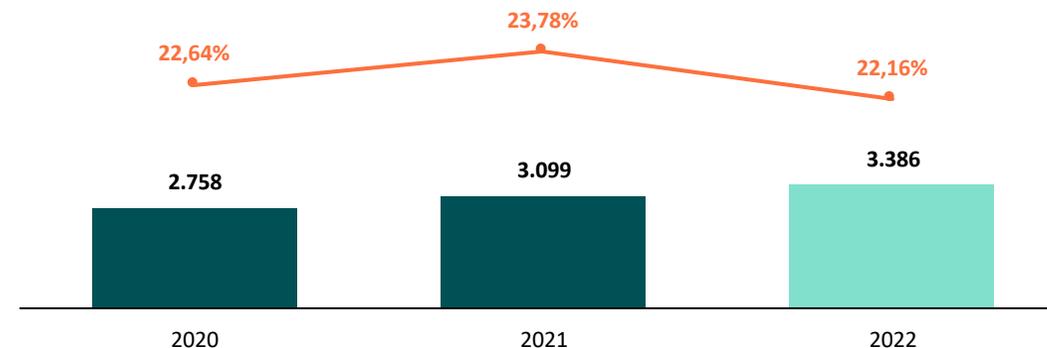
(M COP)

CAGR +12,0%



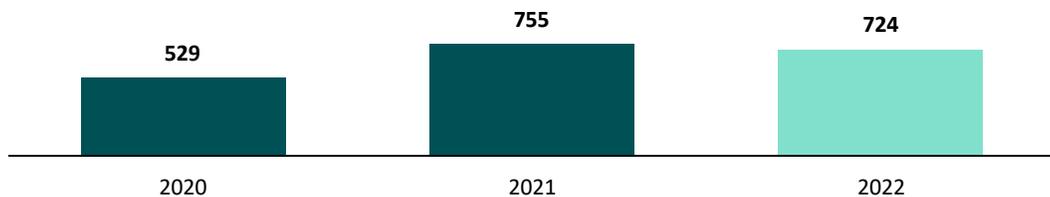
Lucro bruto e margem

(M COP; %)



Lucro operacional recorrente

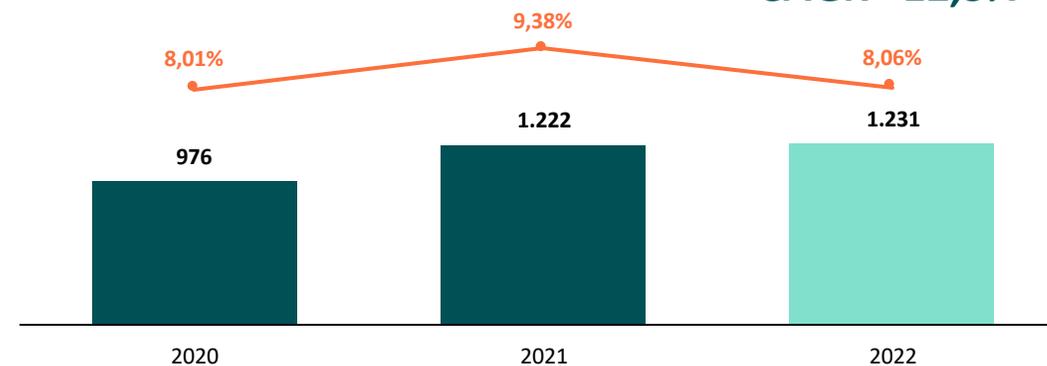
(M COP; %)



EBITDA recorrente e margem

(M COP; %)

CAGR +12,3%

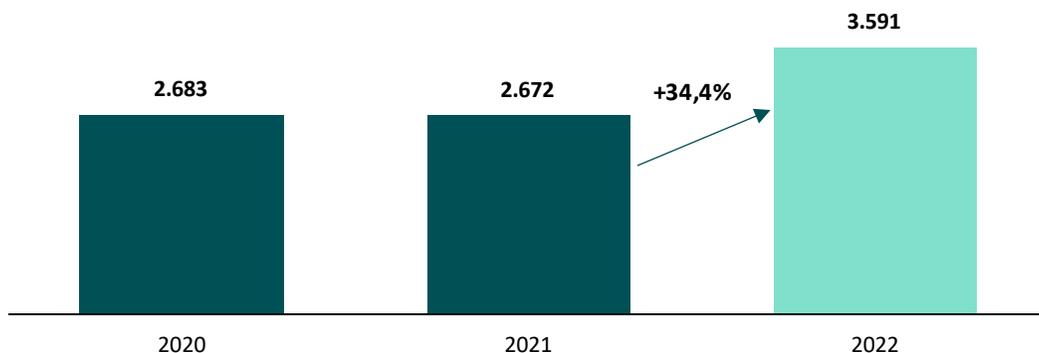


Informações financeiras: Uruguai

Receita líquida

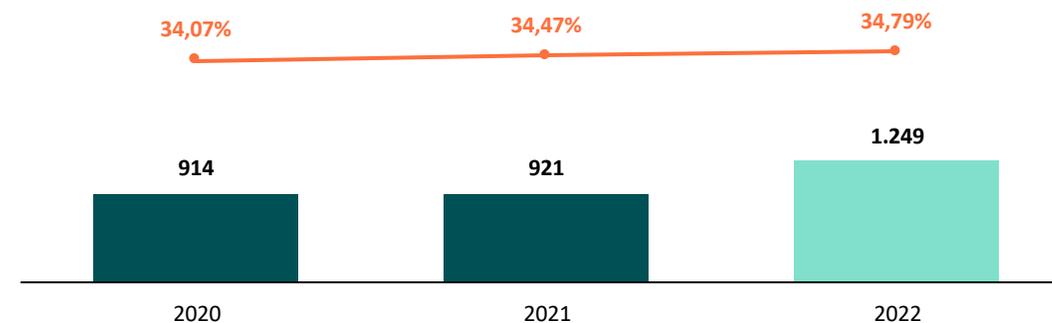
(M COP)

CAGR +15,7%



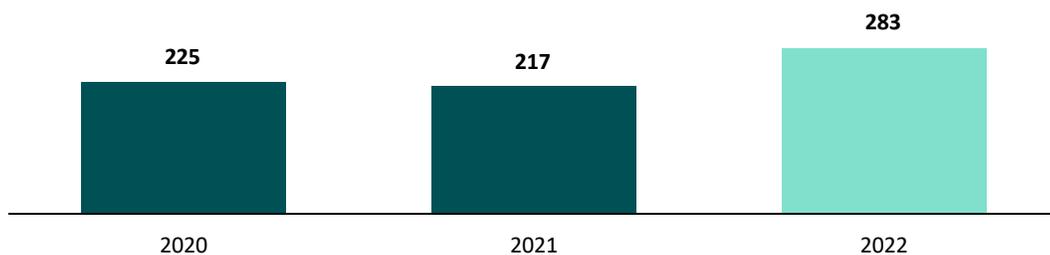
Lucro bruto e margem

(M COP; %)



Lucro operacional recorrente

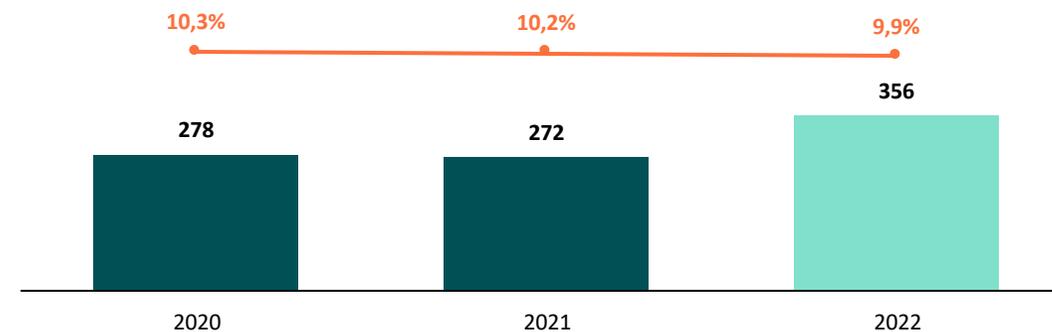
(M COP; %)



EBITDA recorrente e margem

(M COP; %)

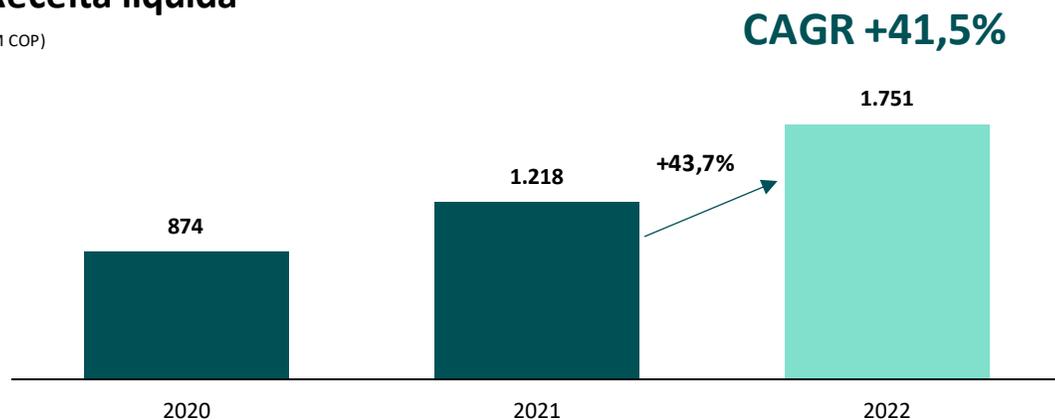
CAGR +13,2%



Informações financeiras: Argentina

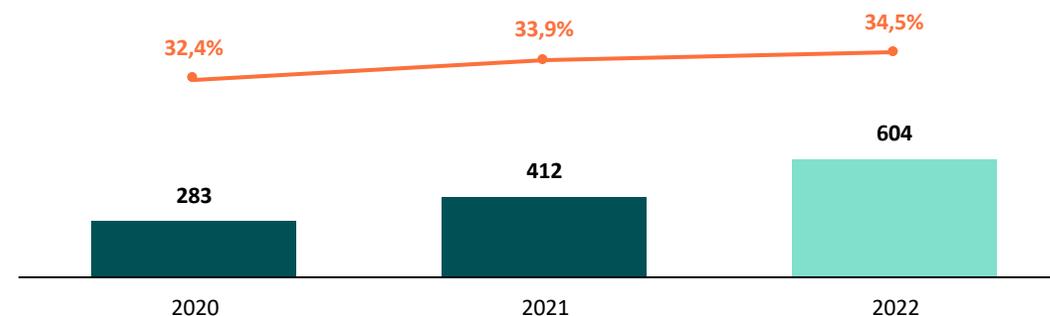
Receita líquida

(M COP)



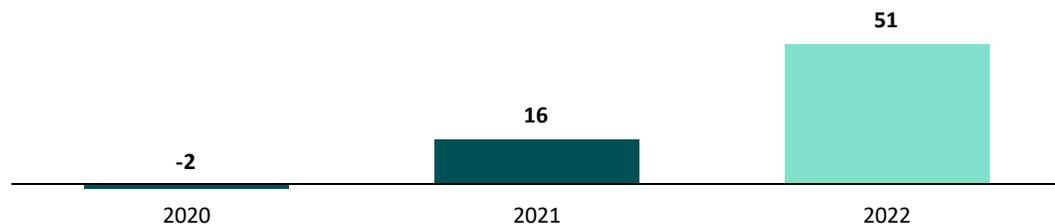
Lucro bruto e margem

(M COP; %)



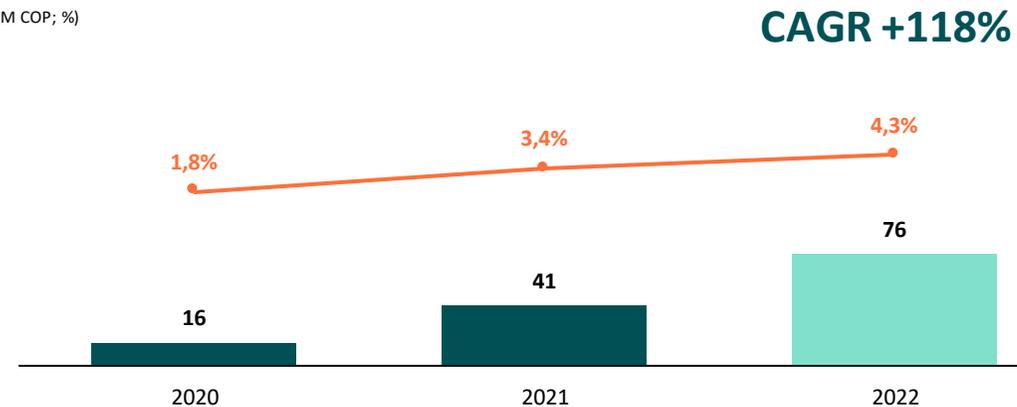
Lucro operacional recorrente

(M COP; %)



EBITDA recorrente e margem

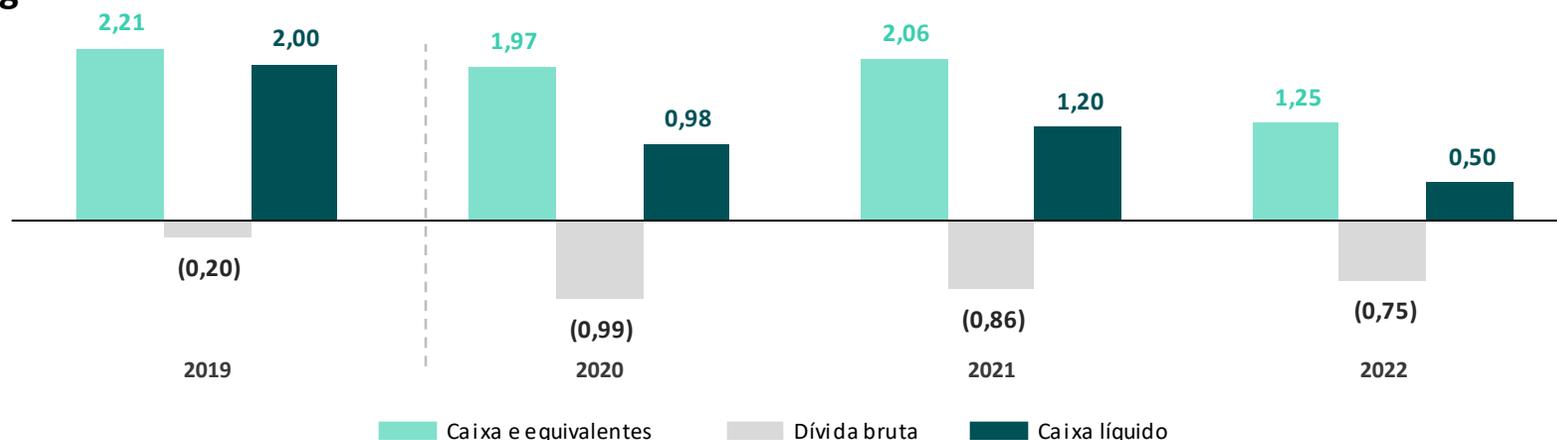
(M COP; %)



Sólida geração de caixa e consistente execução do CapEx

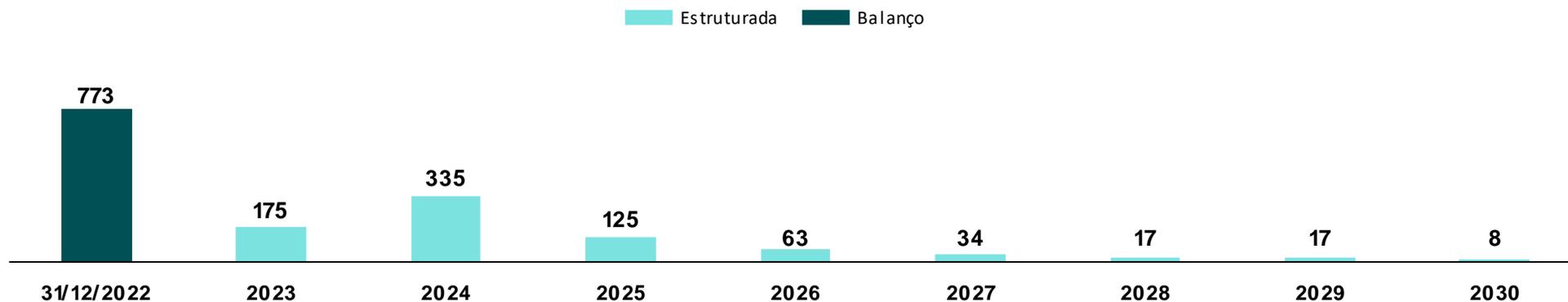
Dívida líquida - Holding

(B COP)



Vencimentos da dívida bruta a nível de Holding

(M COP)



Operações internacionais: Uruguai

94 lojas

Localizadas nas áreas mais densamente povoadas



30 Supermercados



62 Supermercados e lojas de conveniência



2 Hipermercados

- País com a maior renda per capita da região
- Estabilidade macroeconômica
- Operação experiente em supermercados de alto valor
- Operação mais rentável do Grupo
- Alta geração de caixa



Fresh Market



29 lojas



53% de participação nas vendas



7,3 p.p. vs. lojas não reformadas

Operações internacionais: Argentina

Estratégia dupla Varejo / Real Estate



34 lojas

14 ativos imobiliários

174.000 m² de ABL

92,6% ocupação



14 Hipermercados



10 Cash and Carry

103,7%
crescimento das
vendas
+800 bps vs inflação

3º maior operador de centros comerciais

4,3% margem EBITDA

Geração positiva de caixa

4,5x venda digital

3,9% omnicanal



ta etiqueta

frutas y verduras que comercializamos en nuestras



Estratégia de Sustentabilidade

Conquistas ESG em 2022

Iniciativas para gerar valor através do crescimento econômico, desenvolvimento social e conservação ambiental



Zero Malnutrition

Desnutrição zero

- **60.046** crianças beneficiadas de programas de nutrição
- **200.403** pacotes de alimentos entregues às crianças e suas famílias
- Presença em **27 estados e 192 municípios**



My Planet

Meu planeta

- **VIVA e Carulla FreshMarket** certificados como neutros em carbono pela Icontec
- **43% da pegada de carbono reduzida** (Escopo 1 e 2)
- **20.517 toneladas de material e 986 toneladas de material reciclável** recolhidas pós-consumo
- **1 milhão de árvores** doadas por clientes, fornecedores, colaboradores e aliados



Sustainable Trade

Comércio sustentável

- **88%** das frutas e legumes **comprados localmente**
- **82** fornecedores e **~80k** hectares monitorados em Pecuária Sustentável
- **Certificação Gold Sustainable Fashion** concedida pela CO2 ZERO
- **130 milhões** de unidades da marca Paissana vendidas, de cidades afetadas pelo conflito armado



Governance & Integrity

Governança & Integridade

- Classificada em **8º lugar** como a empresa colombiana com os melhores padrões de reputação de acordo com a Merco
- Pontuação **69/100** na Avaliação Global de Sustentabilidade Corporativa da S&P de 2022
- Conclusão¹ de **processos de recompra, desmaterialização e cisão de ações**



Our people

Nossas pessoas

- **51%** de **força de trabalho feminina**
- **Selo Equipares** concedido pelo Ministério do Trabalho e pela ONU
- Celebração do **'Mês da Diversidade'** com mais de **30 atividades**



Healthy Lifestyle

Estilo de vida saudável

- Eliminação de mais de **30 ingredientes** dos produtos Taeq com o objetivo de melhorar a saúde dos consumidores
- **Taeq classificada como a 2ª marca mais saudável da Colômbia**
- **400 mudanças** em embalagem, design ecológico e rotulagem

Alimentamos as oportunidades na Colômbia

**Um propósito maior para
o futuro**

porque somos movidos pela esperança,
otimismo e o desejo de fazer parte dos
sonhos dos homens e mulheres
colombianos

**Acreditamos no poder de construir um
país juntos!**



<https://streamable.com/tf930i>

Sessão de perguntas e respostas





Obrigado

por

nos acompañar