

Grupo Éxito



Presentación Corporativa

Actualizada al 2T23





Declaración



El siguiente material es una Presentación de antecedentes generales sobre Almacenes Éxito (la “Compañía”). La información contenida en este documento es un resumen y no pretende ser la información completa de la Compañía. Esta Presentación ha sido preparada únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como una recomendación para los inversionistas. No ha sido aprobada por ninguna autoridad reguladora o supervisora y no constituye ni forma parte de ninguna oferta, solicitud o invitación de ninguna forma para la suscripción o adquisición de acciones o cualquier otro valor, y ni esta Presentación ni ninguna información o declaración aquí contenida busca constituir la base de cualquier contrato o compromiso, y no puede ser invocado en relación con ellos.

Esta presentación es solo para su información. Cierta información contenida en este documento se ha obtenido de varias fuentes de datos externas y dicha información no se ha verificado de forma independiente y está sujeta a cambios. La información incluida en esta Presentación está sujeta a actualización, finalización, revisión y enmienda y dicha información puede cambiar materialmente. Ninguna persona tiene la obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en la Presentación y cualquier opinión expresada en relación con la misma está sujeta a cambios sin previo aviso.

Las declaraciones contenidas en esta Presentación relacionadas con las perspectivas comerciales de la Compañía, las proyecciones de resultados operativos/financieros, las perspectivas de crecimiento de la Compañía y las estimaciones macroeconómicas y de mercado son meras previsiones y se basan en las creencias, planes y expectativas de la Administración en relación con el futuro de la Compañía. Estas expectativas dependen en gran medida de los cambios en el mercado, el desempeño económico general de Colombia, Uruguay y Argentina, la industria y los mercados internacionales y, por lo tanto, están sujetas a cambios.

Esta Presentación contiene declaraciones prospectivas. Las palabras “puede”, “hará”, “sería”, “debería”, “cree”, “anticipa”, “desea”, “espera”, “estima”, “pretende”, “prevé”, “planea”, “predice”, “proyectos”, “objetivos” y palabras y expresiones similares (o sus negativos) tienen por objeto identificar estas declaraciones prospectivas. Las declaraciones a futuro pueden contemplar predicciones futuras que son meras estimaciones y no garantías de desempeño futuro. Cualquier proyección, pronóstico, estimación u otra declaración a futuro en esta Presentación sólo ilustra un desempeño hipotético bajo suposiciones específicas de eventos o condiciones y no son indicadores confiables de resultados o desempeño futuros.

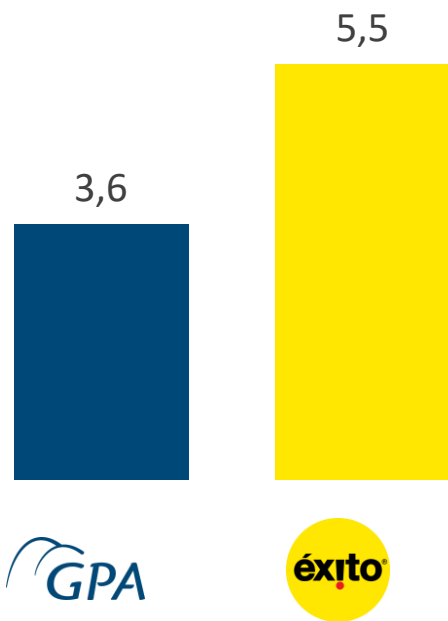


Proceso de listamiento

ADRs y BDRs

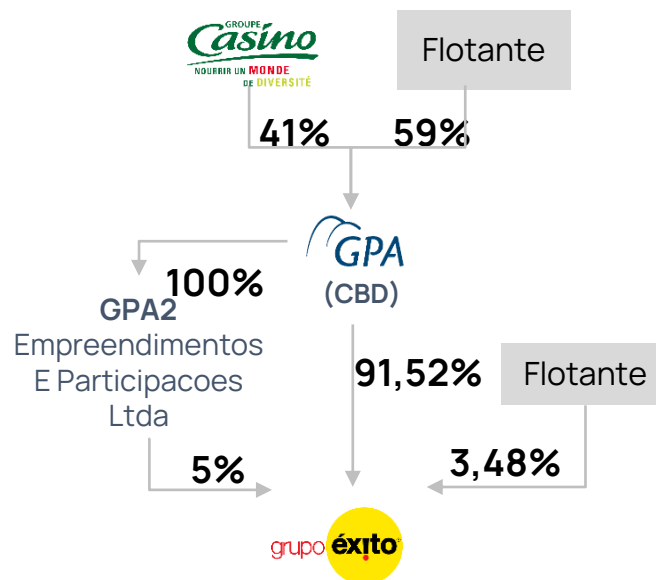
Potencial de desbloqueo de valor para Grupo Éxito y sus accionistas

GPA posee ~97% de Éxito
Capitalización bursátil (B COP) ¹

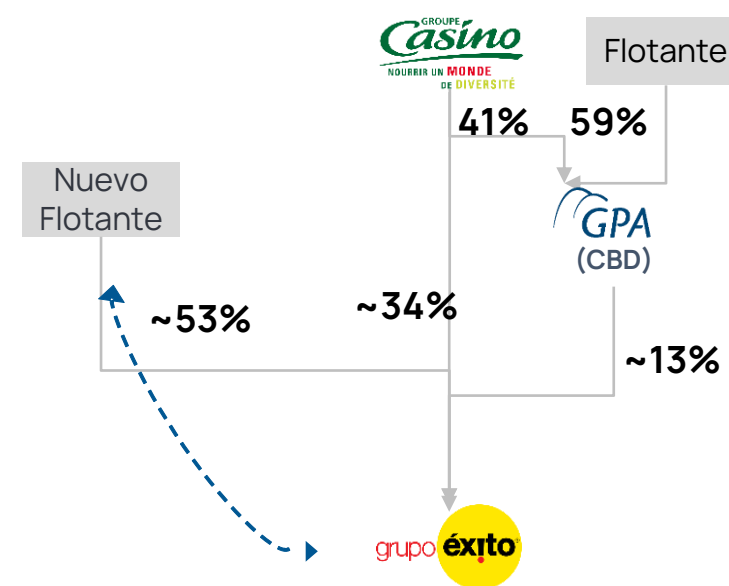


El valor de la acción de Éxito está afectado por su bajo flotante (~3,5%)

A Estructura accionaria actual

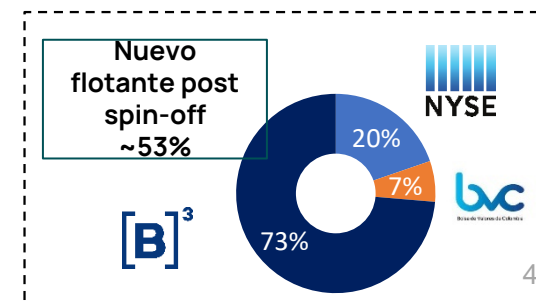


B Estructura accionaria resultante



BENEFICIOS ESPERADOS

- Distribución de ~86% de acciones de Éxito en poder de GPA (96,52%) a través de ADRs y BDRs (ambos nivel II)
- Incremento potencial en Éxito: flotante a ~53% y en la base de accionistas (base de accionistas actual de GPA de ~50.000)
- Desbloqueo de valor potencial de Éxito a partir de una mayor liquidez y visibilidad del mercado



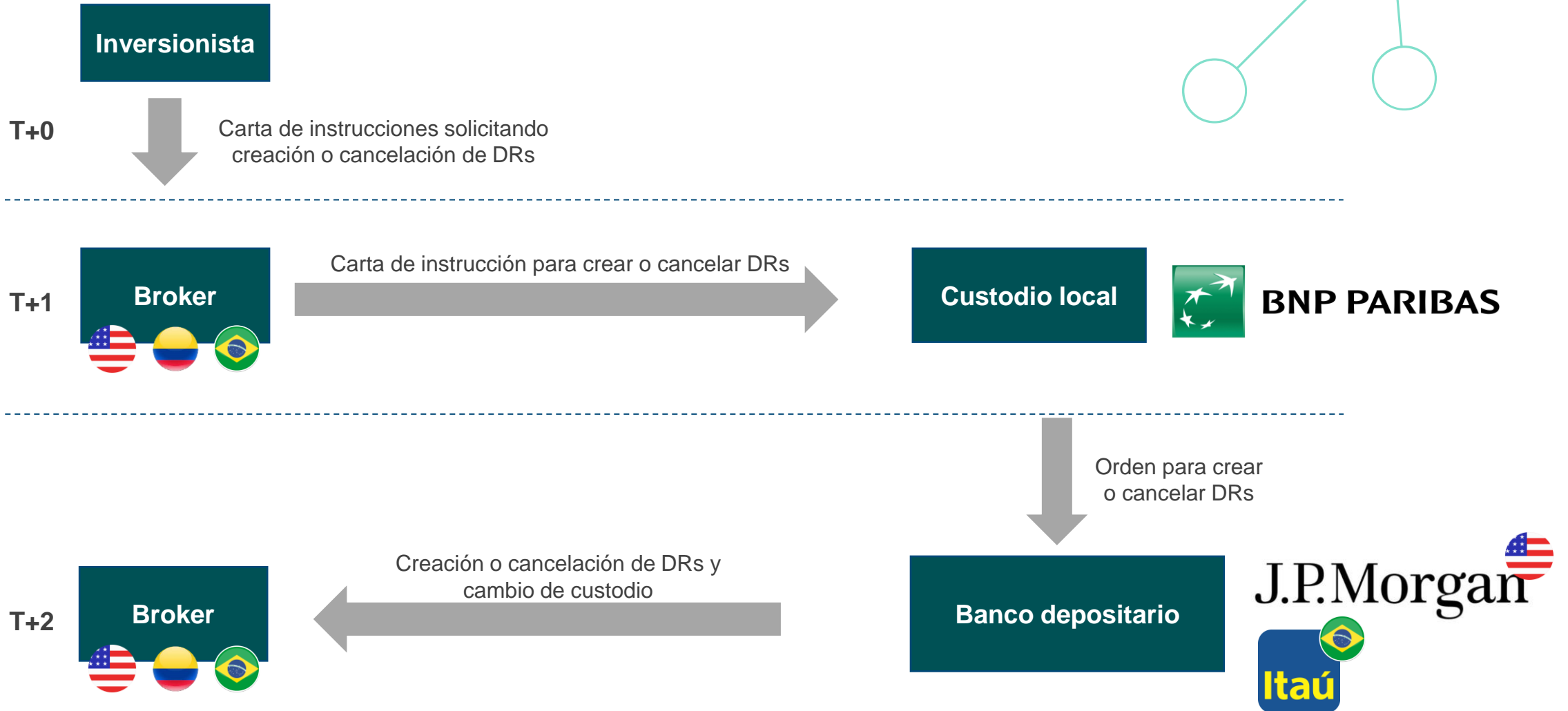
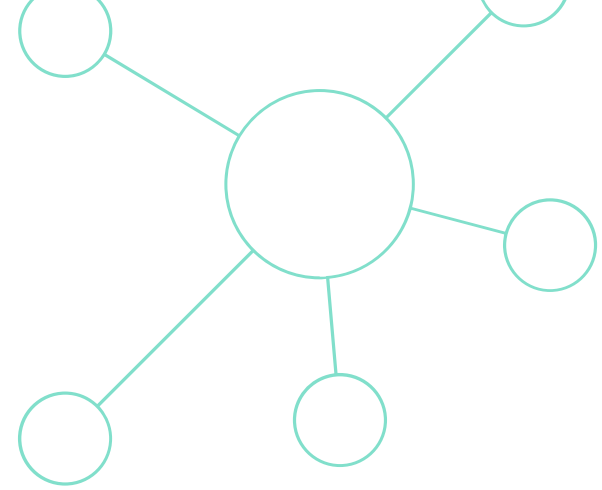
Fuente (1): S&P Capital IQ, Marzo 31, 2022 (Precio por acción de Éxito: \$4.100 y de GPA: \$14,73 BRL (tasa de cambio COP a BRL: 914,2489)).

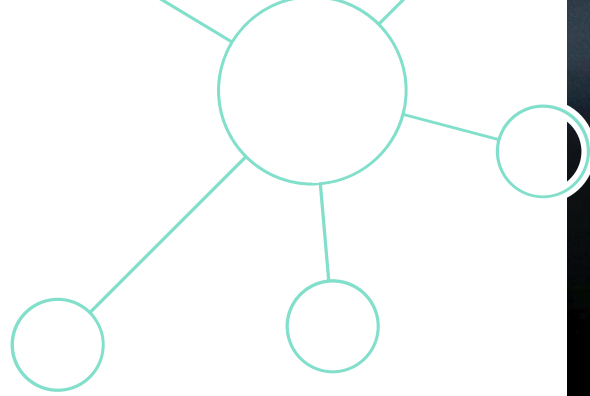


Cronograma indicativo del proceso de listamiento

- 1** Anuncio del análisis preliminar de la Junta Directiva **Septiembre 5, 2022**
- 2** Aprobación del registro de BDR en al CVM y autorización de la B3 **Abril 4, 2023**
- 3** Aprobación de ADR – 20F registrado **Julio 25, 2023**
- 4** Aprobación de transferencia de acciones por la SFC **Agosto 8, 2023**
- 5** Registro de BDR (22) –Registro de ADR (23) **Agosto 22/23, 2023**
- 6** BDR "regular way" & ADR "Cuando se emitan" inician negociación **Agosto 23, 2023**
- 7** ADR's "regular-way" inician negociación **August 29, 2023**

Proceso de Conversión Certificados de depósito





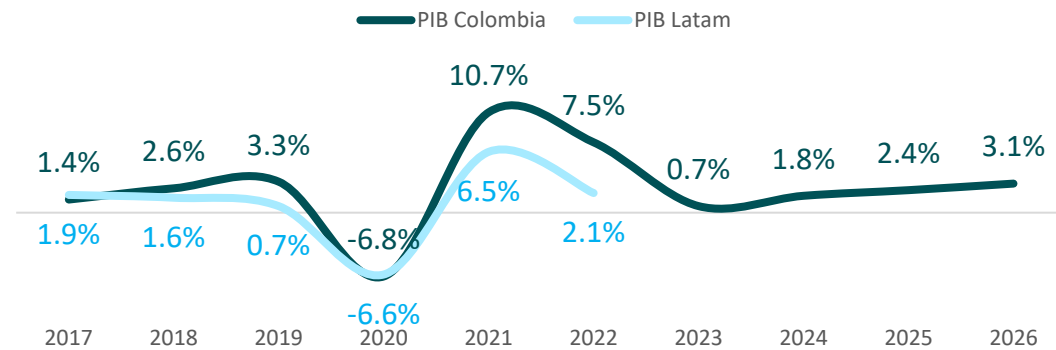
Ambientes macro y del retail en Colombia



Colombia: Indicadores macroeconómicos

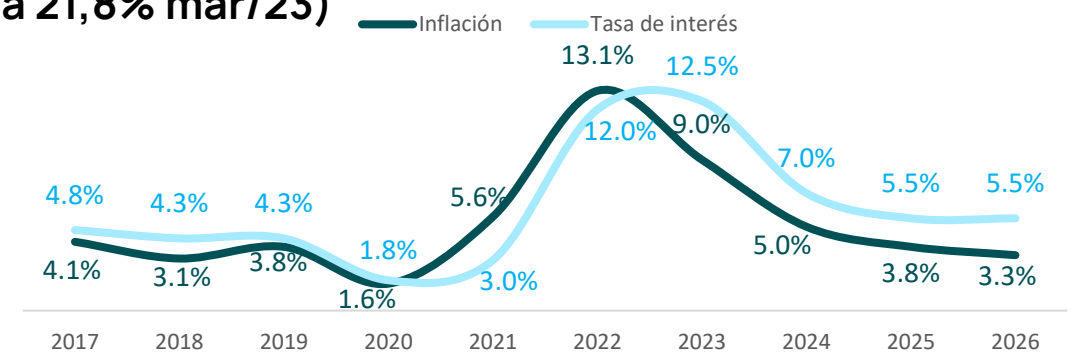
Retos: inflación y consumo privado

Crecimiento económico del país por encima de LatAm y el Caribe



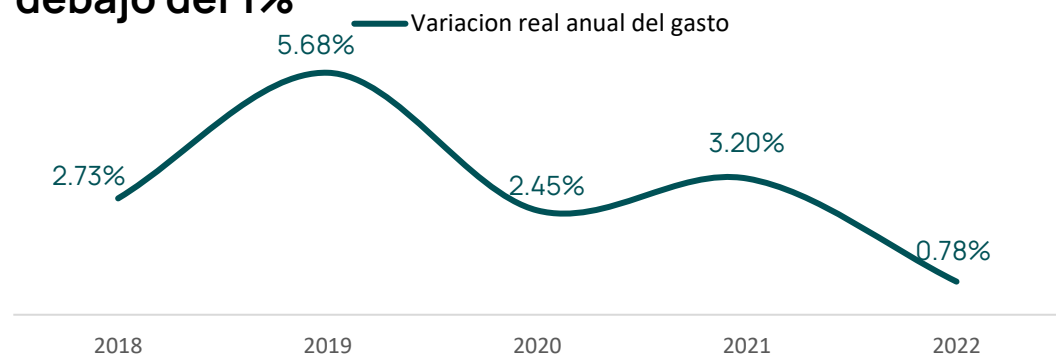
Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

Incremento de tasas de interés para contener inflación (presionada por tendencia alimentos 12M de 27,8% dic/22 a 21,8% mar/23)

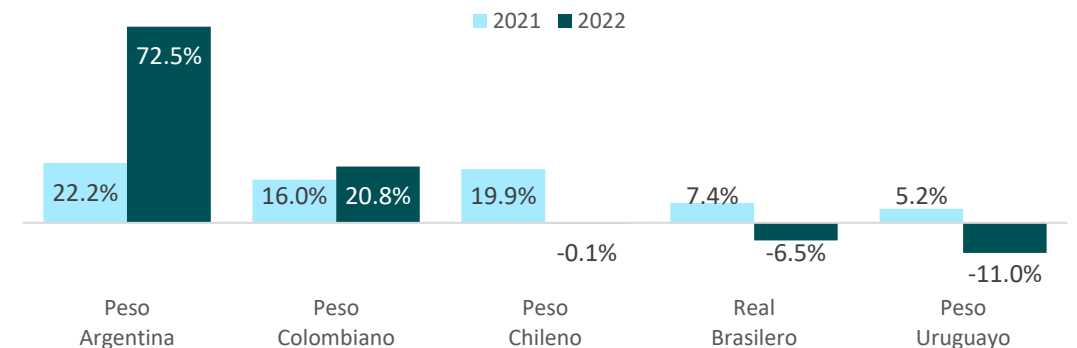


Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

El gasto de los hogares ha sido un motor importante de crecimiento, pero se espera que en 2023 esté por debajo del 1%



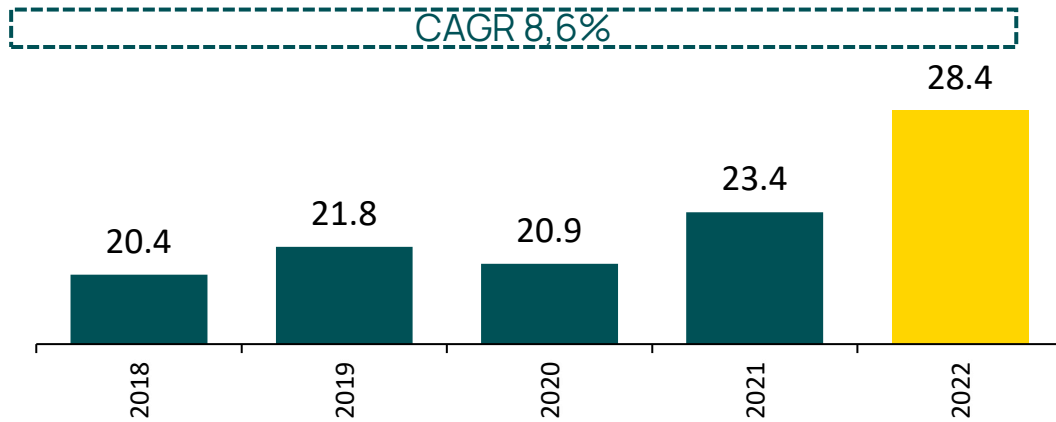
El peso colombiano fue la segunda moneda más devaluada de la región en 2022 (tasas de cierre)



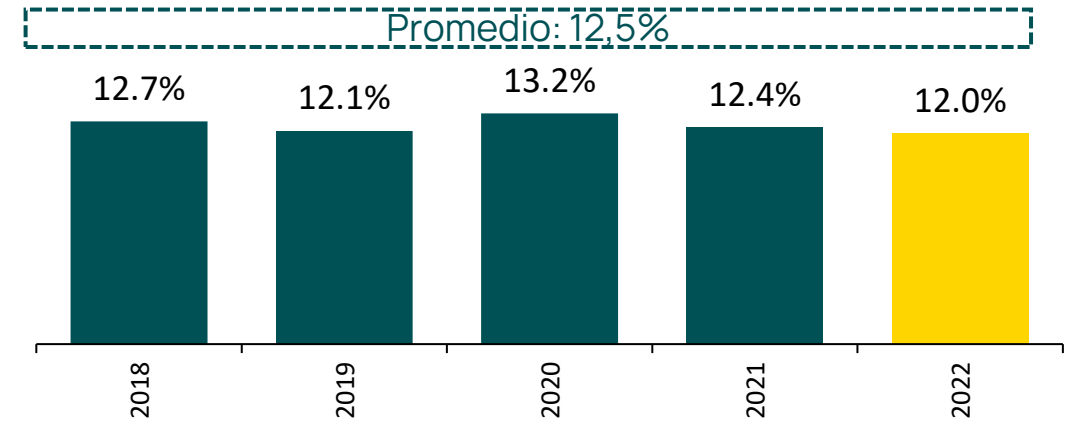
Colombia: Mercado retail

Evolución y niveles de formalización

Evolución de mercado retail (B USD)

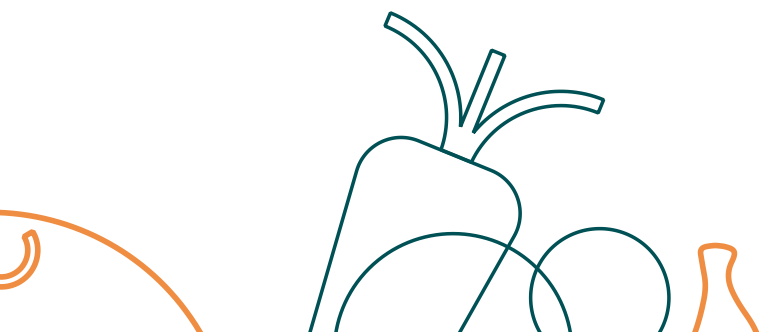
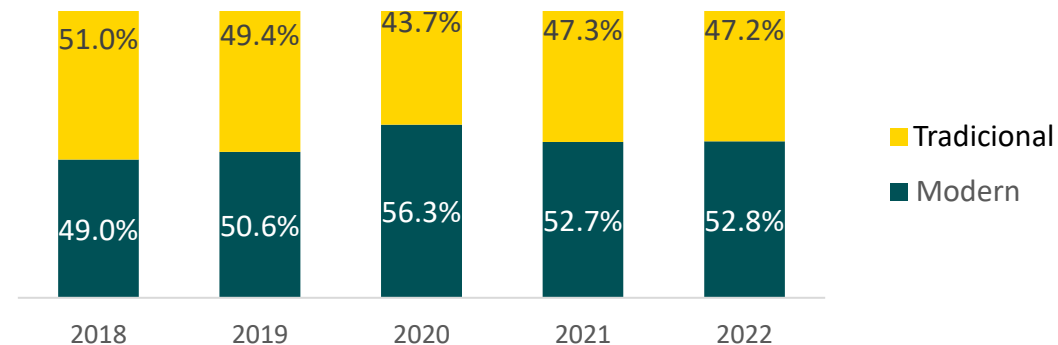


Participación de mercado¹ Grupo Éxito (Tradicional + Moderno)



Mercado Tradicional vs Moderno

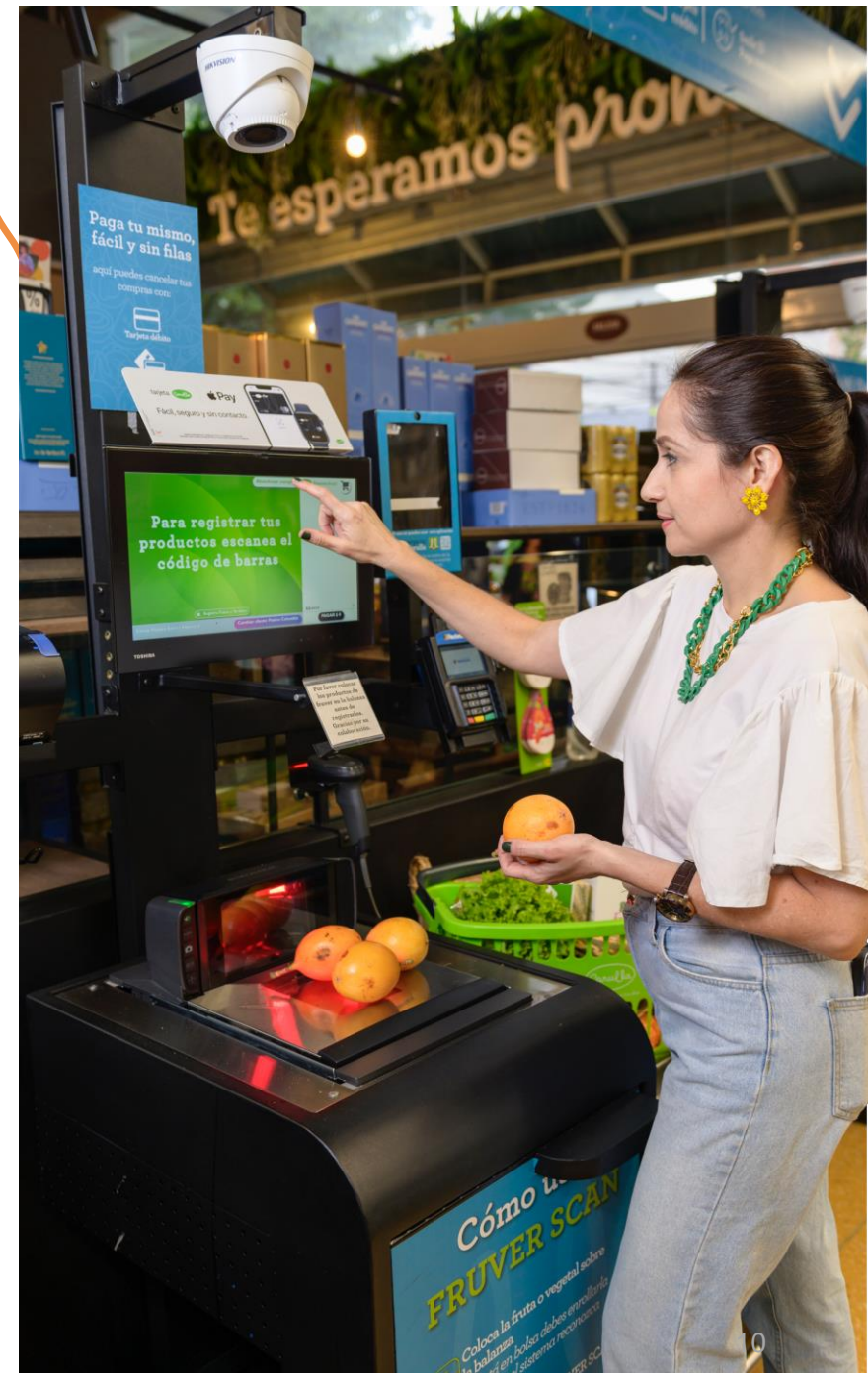
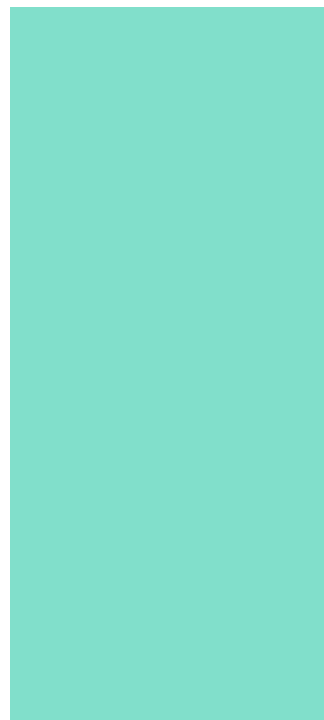
Retail moderno ganó 380 bps en los últimos 3 años



Nota: (1) Fuente: ACV Nielsen, incluye operadores del mercado moderno y excluye especialistas.



Grupo Éxito: Hechos relevantes



Equipo directivo



Carlos Mario Giraldo
Presidente
General



José Gabriel Loaiza
Presidente Operativo
Colombia



Ivonne Windmuller
Vicepresidenta
Financiera



Jorge Jaller
Vicepresidente
Retail



Sebastian Perez
Vicepresidente de
Omnicanalidad e Innovación



Juan Lucas Vega
Vicepresidente
Inmobiliario



Grupo Éxito: plataforma de retail líder en Colombia y Uruguay

Resultados consolidados¹

Ingresos
COP\$20,6 B

Participación omnicanal²
9,6%

EBITDA recurrente
COP\$1.662 M
8,1% *margen*



Colombia

Ingresos: COP\$15,3 B
Margen EBITDA: 8.1%
Part mdo³: 28%
Tiendas: 492

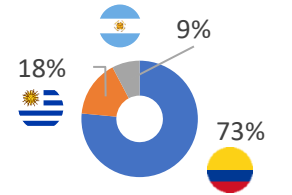
Uruguay

Ingresos: COP 3,6 B
Margen EBITDA: 9.9%
Part mdo³: 42%
Tiendas: 94

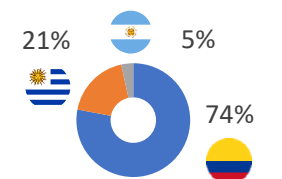
Argentina

Ingresos: COP\$1,7 B
Margen EBITDA: 4.3%
Part mdo³: 7%
Tiendas: 33

Part en ventas

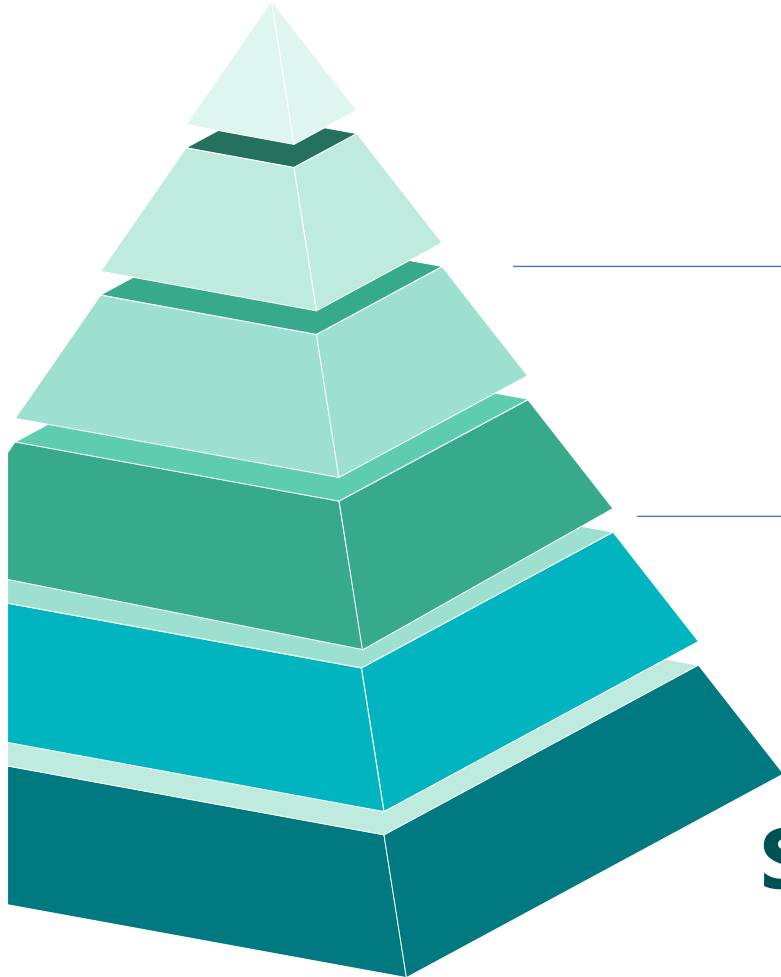


Part en EBITDA



Segmentación de marcas por país

Cobertura de la pirámide poblacional



Premium



Medio



Bajo



Segmento por país



Liderando la transformación con foco en el cliente y las tendencias del retail

Omnicliente



Nuestros empleados

1. Innovación	2. Omnicanalidad	3. Transformación digital	4. Monetización de activos y tráfico	5. ASG
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelos & Formatos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Premium & Mid: Fresh Market / WOW ✓ Bajo costo: Surtimayorista / Super Inter Vecino/ Aliados ▪ Marca propia <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alimentos / no alimentos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> ✓ exito.com / carulla.com ✓ disco.com / geant.com / devoto.com ✓ hiperlibertad.com ▪ Market Place ▪ Catálogos digitales ▪ Domicilios ▪ Última milla <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rappi / Turbo 10 minutes ▪ Compra y recoge ▪ WhatsApp / Clickcam 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Apps <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éxito / Carulla ✓ Disco / Geant / Devoto ✓ Hiperlibertad ▪ Otros: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éxito Media ✓ Autos Éxito ✓ Start-ups ▪ Desarrollos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Frictionless ✓ Servicio al cliente ✓ Análisis de datos ✓ Logística, abastecimiento ✓ Gerencia Recurso H 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coalición de lealtad <ul style="list-style-type: none"> ✓ Puntos Colombia ▪ Negocios complementarios <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inmobiliario: VIVA / Paseo ✓ Financiero: TUYA / TUYA Pay / Kiire / Hipermás / Giros ✓ Viajes ✓ Seguros ✓ Operador móvil virtual ▪ Excelencia operacional <ul style="list-style-type: none"> ✓ Logística y cadena de abastecimiento ✓ Esquemas de productividad ✓ Compras conjuntas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cero Desnutrición <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nutrición infantil ▪ Mi Planeta <ul style="list-style-type: none"> ✓ Protección ambiental ▪ Comercio sostenible <ul style="list-style-type: none"> ✓ Prácticas de comercio sostenible ▪ Integridad y Gobierno <ul style="list-style-type: none"> ✓ Construcción de confianza y transparencia ▪ Bienestar laboral <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de RRHH ▪ Vida saludable <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hábitos y vida saludable



Estrategia de negocio consistente

Centrada en el cliente



Plataforma de retail líder en Colombia y Uruguay

- Liderazgo y diversificación
- Marcas de alta recomendación
- Sólida generación de flujo de caja



Innovación en nuevos modelos de negocio y formatos

- Formatos: Éxito WOW, Carulla Fresh Market y Surtimayorista
- Marca propia: Alimentos y No Alimentos



Plataforma omnicanal líder en LatAm (9,6% de ppción¹)

- Plataforma sólida
- Alta penetración digital
- Gran potencial de generación de valor de iniciativas en desarrollo



Monetización de Activos y de Tráfico

- Viva | Negocio inmobiliario
- Puntos Colombia | Programa de lealtad
- TUYA | Servicios financieros

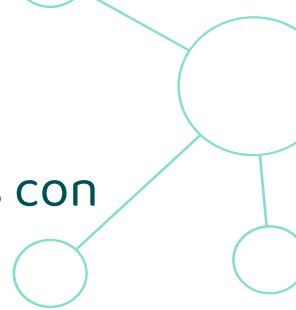
Ecosistema de Grupo Éxito

Liderando el retail a través de la innovación e integración de los negocios en un ecosistema global con grandes sinergias



Estrategia ASG

Seis pilares con propósitos claros, enfoque estratégico y contribución, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Trabajar por la erradicación de la desnutrición infantil crónica en Colombia al 2030

- Comunicar y sensibilizar
- Generar recursos y alianzas
- Influir en las políticas públicas
- Trabajar estrechamente con la Fundación Éxito
- **ODS #2** Hambre cero



Protección ambiental

- Acciones para gestionar el cambio climático
- Habilitar la economía circular para los envases y el plástico
- Iniciativas para la movilidad sostenible y el sector inmobiliario
- Protección de la biodiversidad
- **ODS #13** Acción por el clima



Promover prácticas de Comercio sostenible

- Promover cadenas de suministro sostenibles
- Desarrollar aliados y proveedores
- Mantener las compras locales y directas
- **ODS #8 / #12** Trabajo decente y crecimiento económico / Consumo y producción responsables



Construir confianza con grupos de interés

- Promover las mejores prácticas de gobierno
- Respetar los derechos humanos
- Establecer normas de ética y transparencia
- Facilitar entornos diversos e inclusivos
- Promover la comunicación
- **ODS #16** Paz, justicia e instituciones sólidas



Promoción de la diversidad e inclusión

- Promover el diálogo social
- Desarrollar a nuestra gente en el ser y el hacer
- Respaldar la igualdad de género
- **ODS #5 y #8** Igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico

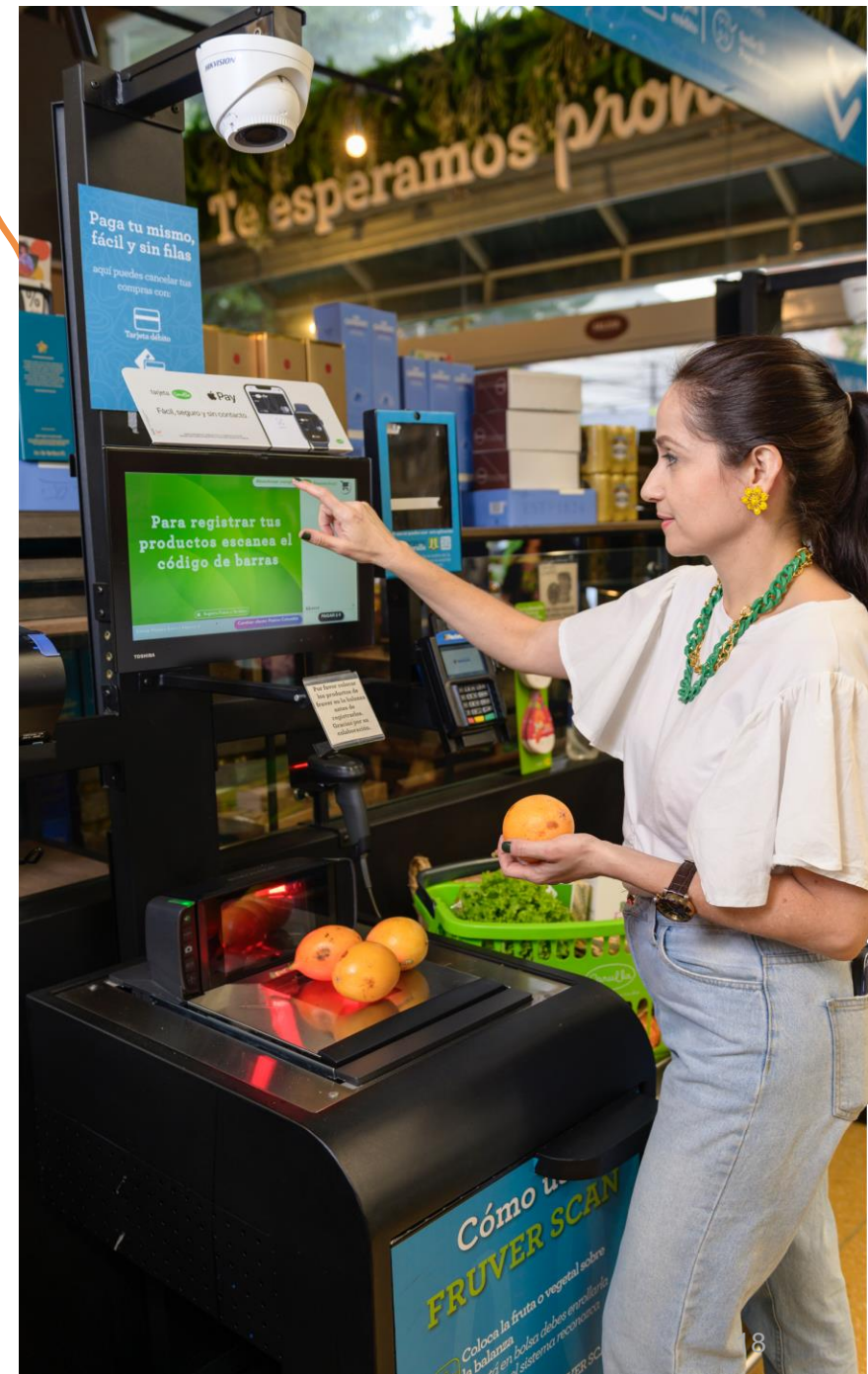


Fomentar estilos de vida más saludables y equilibrados

- Educar en hábitos y vida saludables
- Comercio de bienes y servicios que fomenten estilos de vida saludables
- **ODS #3** Buena salud y bienestar



Estrategia del retail, segmentos y marca propia



Ecosistema Grupo Éxito

Retail Colombia



Negocios Complementarios



Omnicliente



Segmentos retail Colombia

Éxito

Carulla

Bajo costo

Marcas



Formatos

Hipermercados,
Supermercados &
conveniencia

Supermercados &
conveniencia

Cash and Carry

Supermercados de
Proximidad

Propuesta de Valor

Relación precio/calidad
Todo en un solo lugar
Servicio al cliente de alta
calidad

Experiencia superior
Lo mejores productos Frescos
Productos premium y
saludables

Foco en clientes
institucionales
Precios bajos

Alta participación de marca
propia
Diferenciación en frescos
Precios bajos

Estrategia

Nueva generación de
hipermercados:
Éxito WOW

Innovación bajo el modelo
Fresh Market

Vehículo de penetración
de nuevos territorios y
segmentos de consumidor

Super Inter: Concepto
"Vecino"
Surtimax: tiendas de 300m²

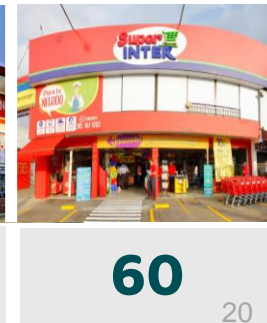
Participación en ventas

70%

15%

15%

Tiendas

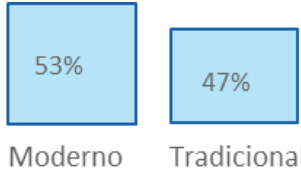


Palancas de penetración de mercado

Focos para crecer venta de Alimentos

Oportunidades en el mercado tradicional

Penetración de mercado



- ✓ \$11 B USD
- ✓ +260.000 puntos de venta como clientes potenciales

Aliados

ALIADO SURTIMAX +USD\$52 M Ventas

Aliado Super INTER +1.671 Aliados

Aplicación Mi Surtii

misurtii +USD \$14 M ingresos
+ 14.000 clientes activos

Expansión del modelo Cash and Carry



Portafolio actual

- 46 tiendas (~42 mil m²)
- Ventas: USD\$176 M
- 4,4% EBITDA
- 6,1% EBITDAR



Estrategia de precios

Portafolio de insuperables y Proyecto Acqua

Mejor precio en 213 subcategorías

Formatos Innovadores

éxito +27 p.p. en ventas
Precio y Calidad

Carulla +9,3 p.p. en ventas
Frescura y experiencia

Remodelaciones en curso de Super Inter y Surtimax



Última Milla

13,3 M de órdenes
(+69,6% vs 2021)

Alianza con Rappi



Ventas USD\$128 M
Contribución positiva al margen



"Turbo"

Entregas en 10-Minutos

41,3% participación de las ventas de Rappi

Marca Propia





Marca propia Alimentos

18,1% participación en la venta de alimentos



Marcas Emblema



~ 250 PLUs
4,4% ppción
+43% Ventas



~ 370 PLUs
0,9% ppción
+45% Ventas

Primer Precio

ekono

~ 130 PLUs
1,5% ppción
+68% Ventas

Multicategoría

Frescampo

~ 570 PLUs
5% ppción
+18% Ventas

Marcas Premium

POMONA

~ 340 PLUs
1,5% ppción
+33% Ventas

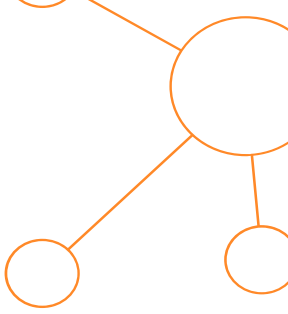
Vida Saludable



~ 370 PLUs
1,3% ppción
+21% Ventas

Marca propia

Productos Insuperables



- **Productos perceptores básicos y de valor**
- **Chequeo de precio 2 veces por semana**
- **La mejor posición de precio**



~ **590** PLU's



213 subcategorías

+35% en ventas



8,8% participación en ventas de alimentos

Una estrategia para cada marca

- **Éxito:** insuperables
- **Carulla:** mejor precio
- **Surtimax:** Max Baratos
- **Super Inter:** Más Baratos



Marca propia Textil



43% de las ventas fueron de las marcas Arkitect, People y Bronzini

**Nuestras
Marcas**

➔ **Salud y Bienestar**

BRONZINI

➔ **Moda con Sentido Social**

PEOPLE
CONCEPT

➔ **New Casual**

ARKITECT.



+48 M unidades

vendidas en 2022



~ 28,2 M en Marca Propia

12 Colecciones



+300 talleres de producción



9.600 empleos

A través de Didetexco



97% prendas marca propia son confeccionadas en Colombia



Sello Oro sostenible



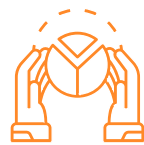
Marca propia

Hogar

35% Participación de ventas en categoría hogar



Portafolio de productos indispensables y funcionales para espacios del hogar, como cocina, sala, comedor y habitación



24%

Participación de las ventas de **Finlandek**

Ventas +15,5%



Relación precio/calidad
Enfoque en funcionalidad y diseño



Valor, innovación y diseño
Alta calidad y durabilidad



Diseños de tendencia para nuevas generaciones

Colecciones con diseñadores(as) y artesanos(as) colombianos(as)



Marca propia Electro-Bazar

Ventas +23%



- **Ventas +90 mil M**
- **12,7%** participación en el Omnicanal
- **5%** participación en Ventas de Electrodigital
- **452** PLU's **8** Categorías

Portafolio: grandes y pequeños electrodomésticos, audio y video, ferretería, papelería y deportes



Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

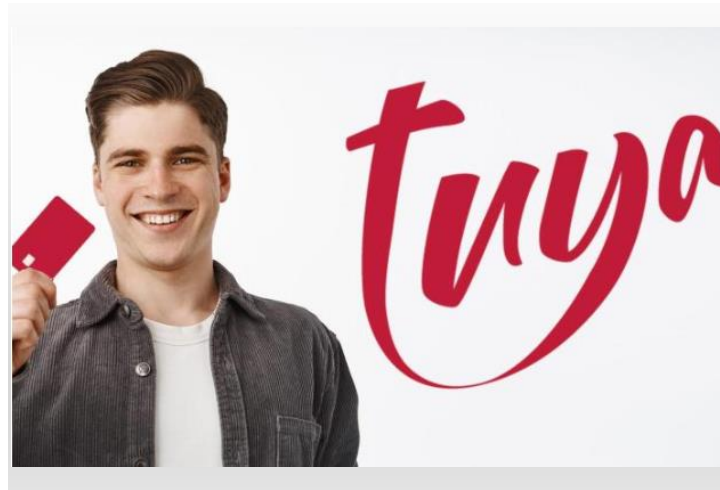
Puntos Colombia



El programa de puntos de grandes marcas en Colombia

La mayor plataforma de lealtad en el país

Tuya



Banking as a service

Negocio Inmobiliario



El vehículo especializado en desarrollo y operación de espacios inmobiliarios comerciales **más grande de Colombia**

Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

tuya

Retail Financiero¹

- Alianza 50/50 con Bancolombia
- 2,1 M de tarjetas emitidas
- Cartera total de COP\$4,5 B (+25,6% vs 2021)
- Valoración de Tuya mediante indicadores de mercado alcanza 2,5 veces su valor en libros
- Menor nivel de créditos NPL 30 (un dígito alto)



Programa de lealtad

- +161 marcas aliadas
- 6,2 M de clientes activos² (+14%)
- +35,6 M de puntos redimidos (30% en aliados)
- Ingresos en 2022 de ~ USD\$75 M
- Margen EBITDA de un dígito bajo



Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

Negocio Inmobiliario

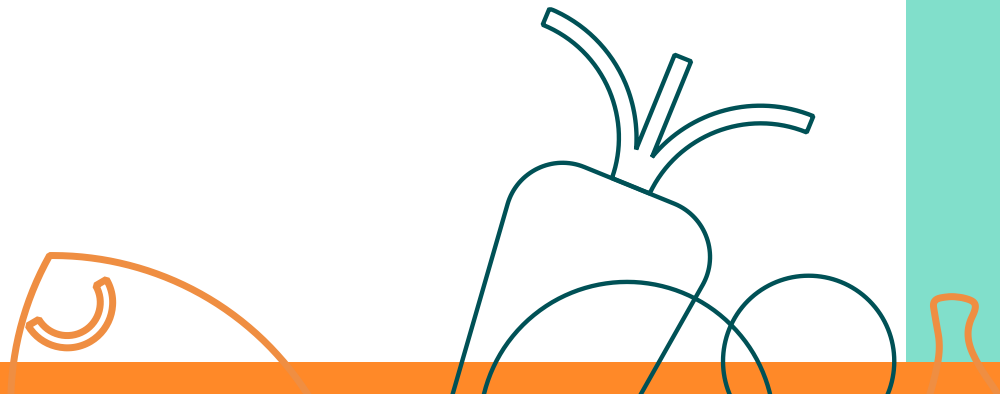


- #1 operador de centros comerciales en Colombia
- VIVA Malls: Negocio conjunto con FIC¹, 51% participación, 18 activos
- VIVA Malls representó 39,8% de otros ingresos y 13% del EBITDA recurrente consolidado
- Margen EBITDA recurrente² de 63,9%
- Valoración de Viva Malls COP\$2,9 B (~USD\$600 M), 1,4 veces el valor en libros (con cap rate de 7% a 8%)
- Tasa de ocupación 96,5%

***758.000 m² de área arrendable, 34^a activos
(568.000 m² a través del vehículo de inversión Viva Malls)***



Segmento Éxito y modelo Wow





Formatos del segmento Éxito

Foco y propuesta de valor

Super
(1.000 ~ 2.000 m²)



- Compra fácil, rápida y simple
- Productos de gran consumo
- Mezcla baja de no alimentos

Vecino
(2.000 ~ 3.000 m²)



- Cercanía y propuesta comercial completa adaptada a la zona de influencia
- Experiencia de compra mejorada y espacios más compactos

Hiper
(~ +3.000 m²)



- Todo en un solo lugar
- Oferta comercial completa en negocios y categorías

Hiper *wow!*
(+3.000 m²)



- Experiencia renovada e innovadora
- Hipermercado del futuro
- Referente mundial

Total colaboradores



~ 20.000





Ventas y mezcla

Éxito vs Wow

Ventas +COP\$10 Bn

56%
Alimentos

44%
No alimentos



209 tiendas en 2022,
incluyendo el
modelo Wow

Hiper, Super y Vecino
Relación **calidad/precio**
Servicio al cliente de alta calidad

Área total ventas

~ 620 mil m2

► *wow!*

34,2%

Crecimiento en ventas
vs tiendas no
reformadas
(+49 bps vs 2021)

30 tiendas Wow
en 2022
(+11 Y/Y)

ROI¹ 62,4%

Incremento en ventas
vs tiendas regulares

+27 p.p. después de 24
meses

Área de ventas

wow!

~ 176 mil m2

Estrategias de valor

Por categorías



PGC

Ser la mejor opción para
mercar completo
Surtido de primer precio,
marcas tradicionales y
marcas propias
**Experiencias
memorables de
categoría**



PLU ~ 18 mil



Frescos

Compra directa a
agricultores
**Producto más fresco y
con transparencia en su
procedencia**
La mejor opción en
comidas preparadas y en
panadería



PLU ~ 5 mil



Textiles

Democratización
omnicliente de la moda
consiente
Negocio diferenciador y
rentable apalancado en
marcas propias y
exclusivas
**Experiencia de compra
omnicliente**



PLU ~ 43 mil



Total PLU's Éxito

~ 76 mil



Estrategias de valor

Por categorías



Electrodigital

Impactar la cotidianidad de los colombianos a través de la tecnología

El mejor entretenimiento en productos y servicios



PLU ~ 3 mil



Bazar

Liderar en la venta de productos de temporada

Ofrecer todo en un solo lugar



PLU ~ 3 mil



Hogar

Surtido diferenciado, funcional y emocional

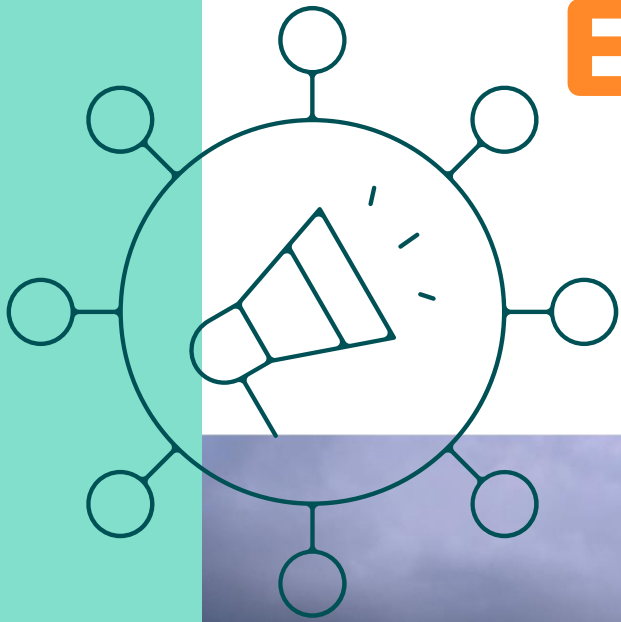
La mejor experiencia en el punto de venta y en la omnicanalidad



PLU ~ 4 mil



Éxito Wow



[Video:](https://streamable.com/4f9puv)
<https://streamable.com/4f9puv>

[Market research:](https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qqfoy7f2aarjkn2oy7tn5)
<https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qqfoy7f2aarjkn2oy7tn5>



Éxito Wow

Secciones de alimentos



Éxito Wow

Secciones de no alimentos





comercializamos en nuestras tie

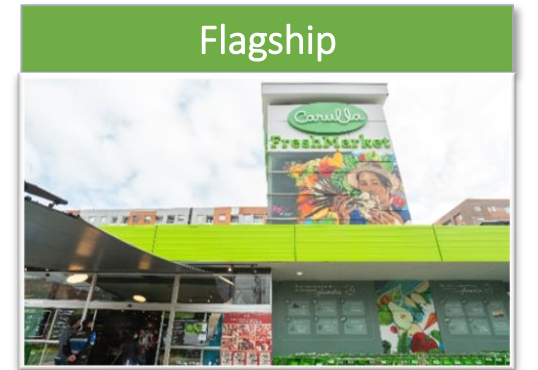


Segmento Carulla y modelo Fresh Market





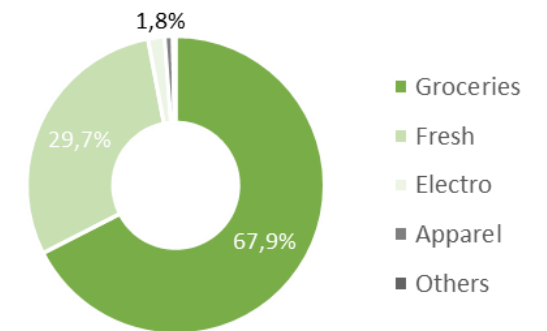
# Tiendas	107
Supermercados	81
Conveniencia	26
% Ventas digitales	17,4%
# Empleados	~ 4.600
Principales elementos de la propuesta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio/experiencia superior • Productos frescos y de alta calidad • Sostenibilidad
Área de ventas	~ 89.000 metros
Área de ventas prom	Super ~1.000 m2 Conveniencia ~200 m2



Flagship
Carulla Calle 140 (~2.100 sqm)



Mix comercial



La vida más fresca y saludable



Nuestra propuesta de valor

Experiencia superior

Asesoría experta en categorías core y anfitrionas de servicio

Innovación

Comercial con productos exclusivos, de canales, y en experiencia

Sostenibilidad

Trabajo continuo con foco en la mitigación del impacto ambiental

Conocimiento del cliente y el negocio



Nuestras fortalezas

- **Formato premium (81 SM y 26 tiendas de conveniencia)**
- **Propuesta comercial diferenciada en frutas, verduras, carnes, panadería fresca, delicatessen, productos importados y licores**
- **Segmentación de fidelización ~ clientes top compran 10x que el promedio**
- **Marca fuerte en mercados como Bogotá, Medellín, y Cartagena**

Frutas y verduras:
86% se compra local
Top #2 en clientes

Panadería fresca:
1 de cada 2 clientes compran panadería fresca
Top #1 en clientes

Clientes

~ **2 millones**

+8,7% vs 2021

+500 mil nuevos clientes



10% clientes “phygital”



21% de usuarios



37% visita Carulla **+11 veces** en el año

Estrategia de lealtad en SuperCliente Carulla:

VERDES
28% de ventas
7 visitas

DIAMANTE
36% de ventas
48 visitas

BLACK
36% de ventas
76 visitas

> Escuela de cocina de Carulla

> Días especiales



Innovación comercial

Innovación en canales digitales

Marcas exclusivas

Diferenciación: Mundo de importados y marcas exclusivas

Ventas +11% vs 2021 jalonadas por licores

+2.400 PLUs exclusivos (+700 de la marca)

IMPORTADOS DEL MUNDO



- 95 mil **clientes activos/mes** en todas las funcionalidades
- **Mi Descuento:** Cupones personalizados con monetización de proveedores



Alianzas para desarrollo de la ultra conveniencia en ciudades principales:

- Portafolio de 1.500 PLUs
- +6 millones de pedidos
- 29% de los clientes son nuevos para la marca
- Alta concentración en bebidas alcohólicas y⁴² no alcohólicas

- Modelo de apoyo a emprendedores locales con productos innovadores
- Desarrollo en categorías relevantes para la marca (bebidas):
 - 42 emprendimientos activos
 - +34% en ventas vs 2021



La marca premium sostenible



Certificación Ganso:

Ganadería sostenible
13% de las ventas de carne de res



Carbono Neutro

En el año 2022, certificamos por tercer año consecutivo los **almacenes del formato FreshMarket.**

#1 retailer de alimentos en **carbono neutro** en LATAM
30 almacenes certificados

A través de:

- Una operación más limpia, con menores consumos de energía convencional
- Incorporación de energías renovables como paneles solares,
- Implementación de gases refrigerantes naturales como el CO₂ y el propano en nuestros sistemas de refrigeración.

¿Esto qué significa?

En el año 2022 compensamos un total de **13.532 toneladas de CO₂e** que significan el **40% de las emisiones de toda la marca Carulla** y el 6% del total de emisiones de Grupo Éxito.



Libre de bolsas plásticas

#1

Retail de alimentos de Colombia, libre de **bolsas plásticas** en puestos de pago

Invitamos a nuestros clientes(as) a llevar siempre sus **bolsas reutilizables** e incentivamos el re-uso entregando **Puntos Colombia** por cada una ⁴³



Primer retail

de alimentos carbono neutro en LatAm



Diferenciación y frescura



Green Market
(alimentación
saludable)



Cava
de licores



Food
Market



Ganadería
sostenible

En el top 5 de las mejores tiendas para visitar en 2023 según IGD¹



30 tiendas Fresh Market en 9 ciudades del país

59,6% de ventas de la marca

Ventas +9,3 p.p. vs tiendas regulares (+24 meses)

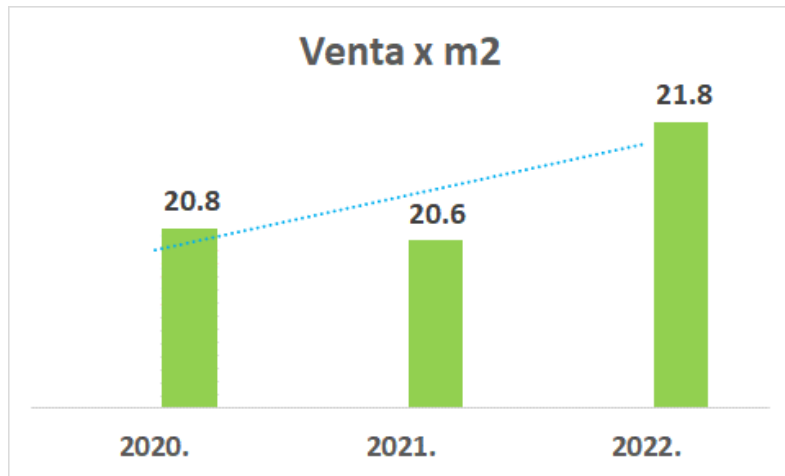
ROI² +19,4%

+1pp EBITDA vs tiendas no renovadas



Nota: Cifras a 2022 (1) (Instituto Británico de Distribución de Alimentos). (1) Retorno sobre la inversión calculado como EBITDAR/inversión en las 17 tiendas Fresh Market, 13 meses después de su remodelación en 2018 y 2019.

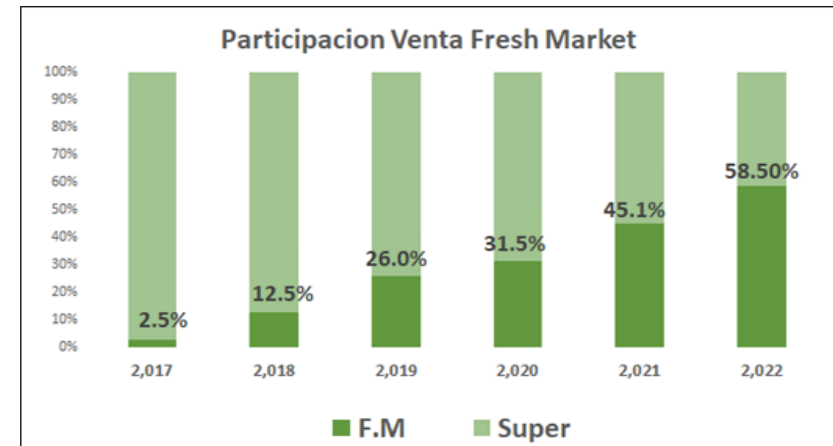
El segmento y modelo más rentables



- > La mayor venta/m2: 25% superior al promedio del Grupo
- > Margen retail superior
- > EBITDA más alto del Grupo +12%



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

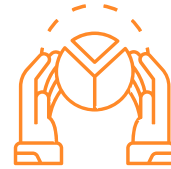


- > Venta/m2 +25% vs promedio de la marca
- > EBITDA + 100 pb vs tiendas no reformadas



Nuestros retos:

- > Innovar de manera acelerada y continua para garantizar el liderazgo de la marca en el segmento premium del retail
- > Mantener niveles de EBITDA ante presiones inflacionarias en los gastos
- > Acelerar el crecimiento de los canales digitales, propios y en alianza, de manera rentable



Focos de crecimiento

Carulla

1. Optimizar CapEx e incrementar retornos
2. Acelerar la omnicanalidad | 19,4% de las ventas de la marca
3. Desarrollo rentable del negocio de frescos | Diferenciación
4. Monetización del tráfico | 17 pb vs ingresos de oportunidad
5. Garantizar la preferencia y fidelidad de nuestros clientes



Segmento bajo costo y Surtimayorista



Innovación en modelos y formatos

Surtimayorista, Super Inter y Surtimax



Cash and Carry de proximidad

Propuesta de valor de bajo costo, volúmenes, alto retornos, foco en cliente profesional

46 tiendas

~ **42.000** m2 de área de ventas

+10 tiendas en 2022

4 conversiones + 6 orgánicas



Supermercados de origen independiente

Propuesta de valor de bajo costo y ubicaciones de conveniencia

60 tiendas

~ **57.000** m2 de área de ventas

+10 tiendas en 2022

6 conversiones a Vecino +
4 conversiones a modelo Super Inter 3.0



Supermercados de proximidad

Propuesta de valor de bajo costo, alta calidad y variedad de productos

70 tiendas

~ **30.000** m2 de área de ventas

+31 tiendas en 2022

2 aperturas + 1 conversión + 28 remodelaciones



Surtimayorista Cash & Carry de proximidad



Precio competitivo

Bajo costo

Por unidad y al por mayor

Almacenamiento en estantería elevada



Cercanía / Proximidad

Puntos de venta y Omnicanalidad

46 tiendas en el país

Canales para facilitar compra a omnicientes

Vendedores mostrador



Chatbot y televenta



Compra y Recaja

Surtido inteligente

Mercado completo para clientes retail y profesionales

Carnes atendidas, frutas y verduras



Marcas retadoras ~ misma calidad a menor precio

Surtido de ~ 2.000 PLU garantizan abastecimiento productos esenciales

Fidelización

Cientes profesionales



Premiamos la lealtad de nuestros clientes

Atención Personalizada

Descuentos exclusivos

Premios

Descuento en datafonos

Tarjeta de Crédito

Bienestar

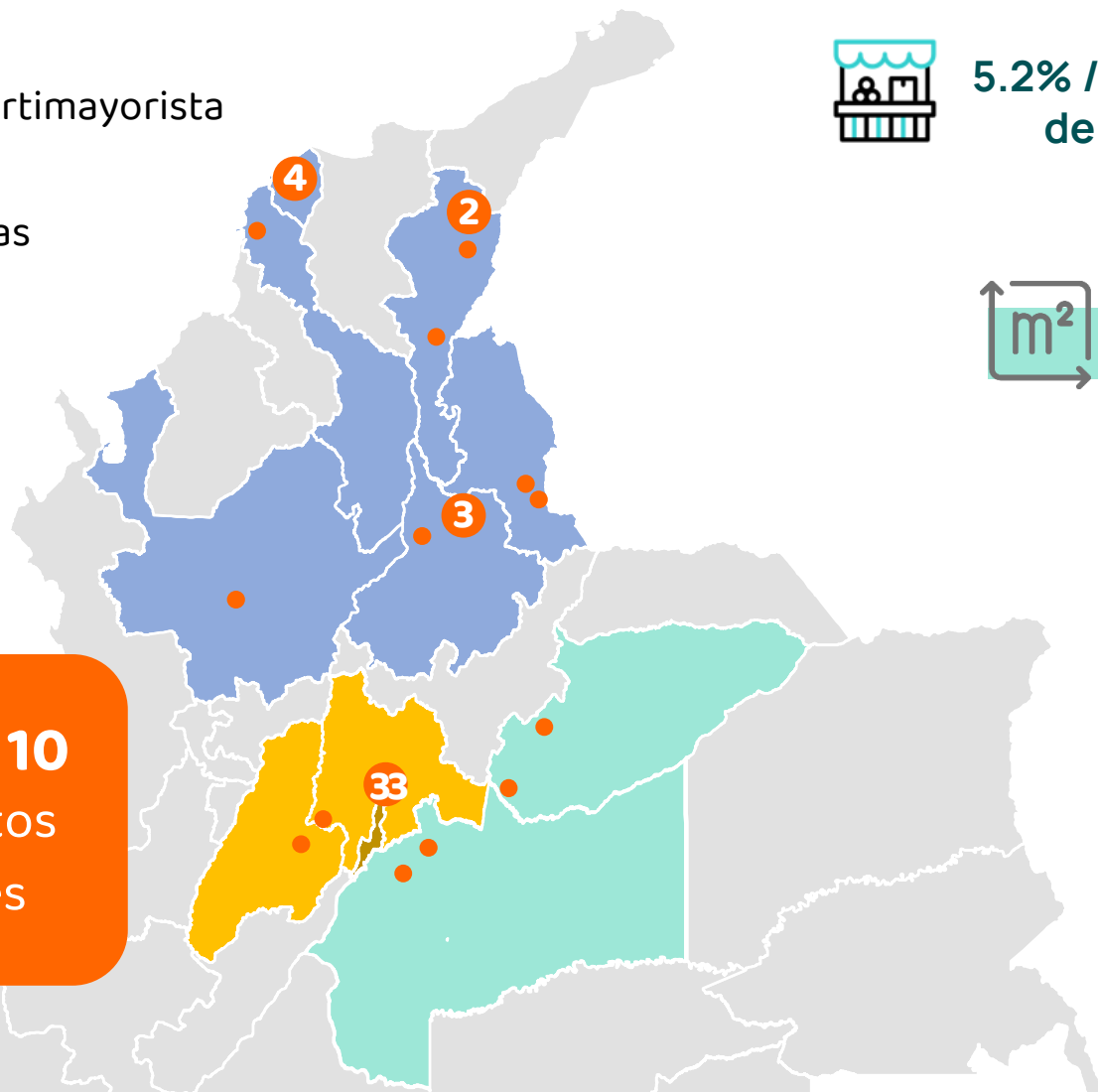


Surtimayorista

Dónde estamos?

43 Surtimayorista

3 Bodegas



Presencia en **10** departamentos y **26** ciudades



5.2% /ventas de Col



Ventas Frescos 15%



Crecimiento ventas 2022 32.7%



Evolución venta M/m²

2021

\$14

2022

\$17,5

Indicadores de Clientes

Transacciones

~ 9,2 M

Clientes

~ 1,1 M



Visita por cliente +4,5%



Clientes +21%



Video:
<https://streamable.com/tur4t2>





Distribuidora enfocada en canal tradicional
+ USD52 M en ventas

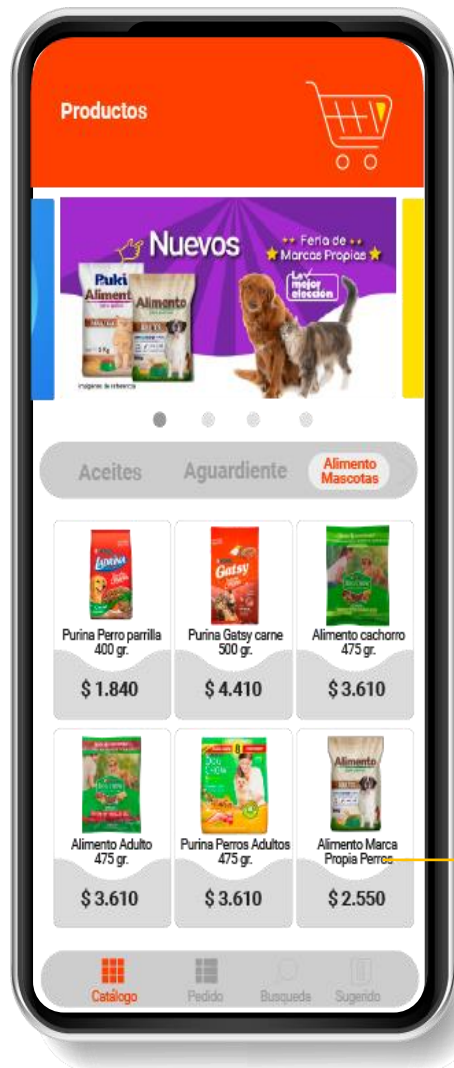
1,671 Aliados

Crecimiento 2022/21

Red Aliados 8%

Venta 21%

EBITDA 77%



Distribuidora digital enfocada en canal tradicional y tiendas de barrios

+14 M USD en ventas
+14,000 clientes activos

Crecimiento 2022 vs 2021

Tenderos 324%

Venta 172%

Pedidos 265%

Presencia en **6** departamentos del país



Super Inter



Transacciones
21,9 M

Clientes
1,2 M

4ta marca más amada en Retail en Colombia

Según Follow Brand, Invamer

Participación en todos los estratos socio-económicos

Indicadores de Clientes



Visitas por cliente
+6,4%



Clientes
+17,3%



Ventas omnicanal
8%



Ventas Frescos
40%



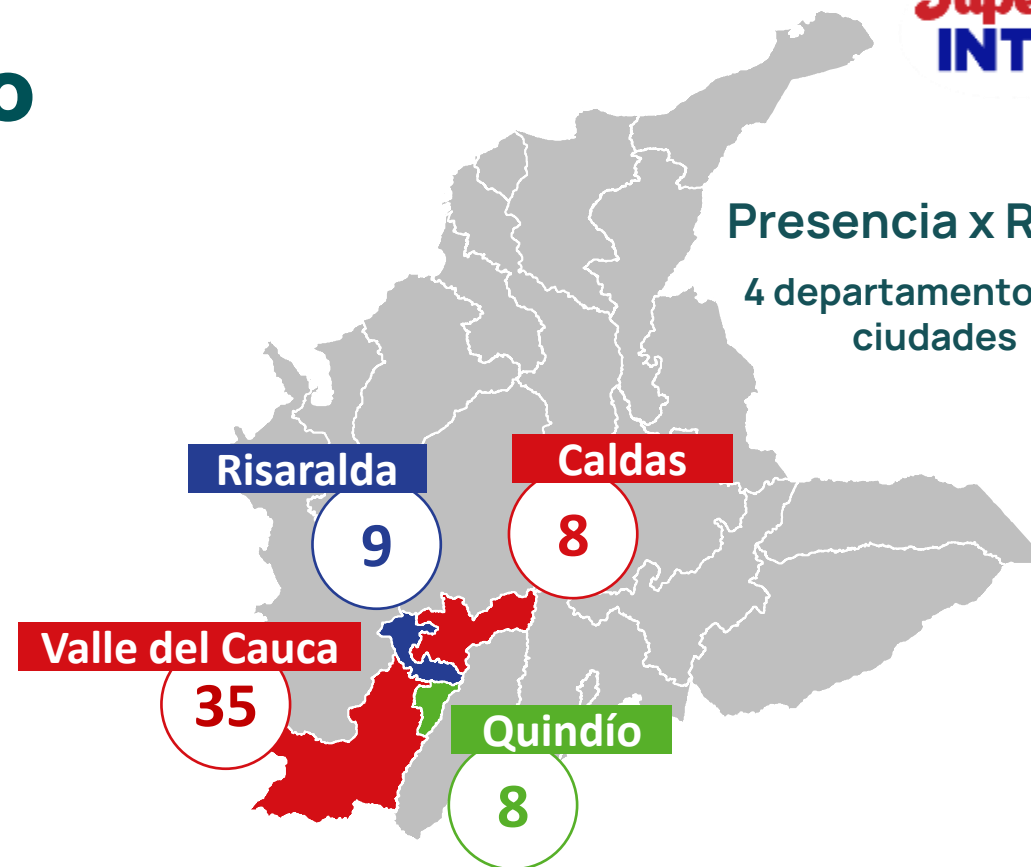
Crecimiento ventas
+9,6%

Consolidación del nuevo concepto Vecino:

- Incremento en Ventas ▲ 15%
- Enfocado en plaza de mercado: Fruver, cárnicos, granos y lácteos

Presencia x Región

4 departamentos y 17 ciudades



Reformas	2020	2021	2022
Tiendas	7	25	35
Participación en ventas de la marca	8,2%	47,7%	70,8%



Jueves desde Mil



Marca Propia



Indicadores de Clientes

Transaccion
~\$ M

Cientes
~1,4 M

Visitas por cliente
+8,5%

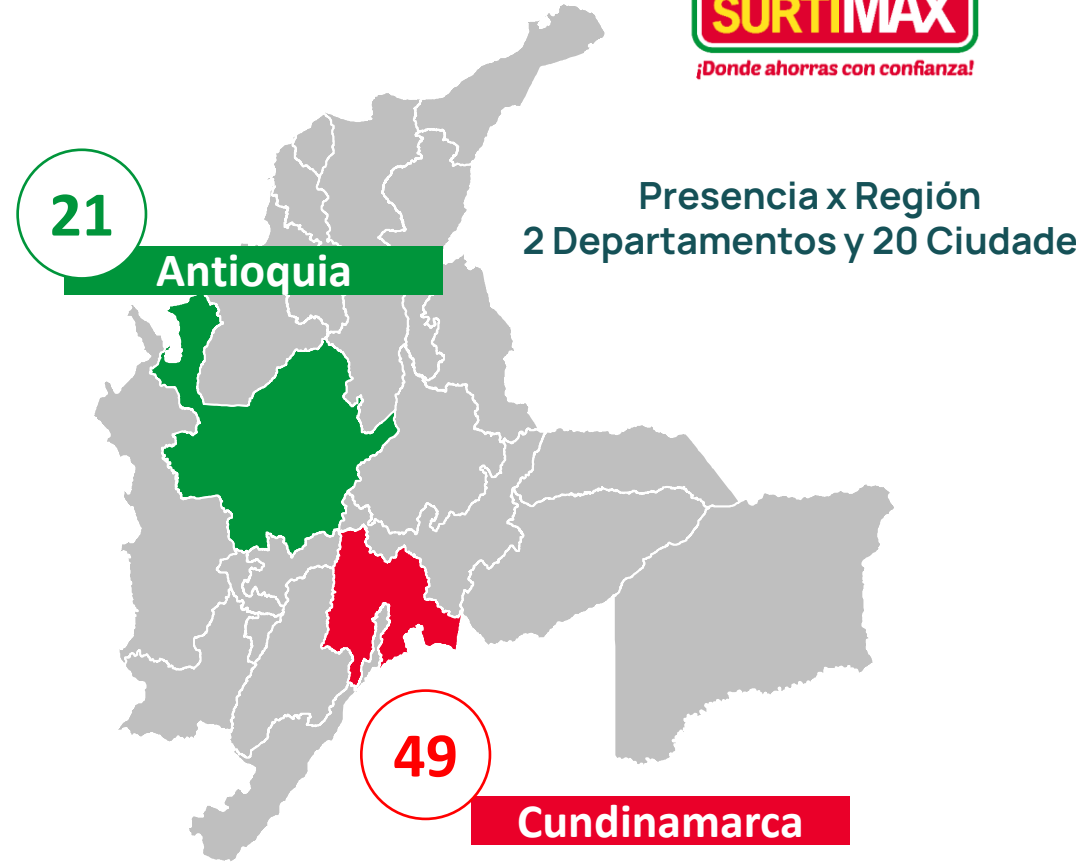
Cientes
+8,1%

Ventas omnicanal
2,5%

Ventas Frescos
24,3%

Ventas
+12,9%

- Consolidación del nuevo formato de 15 Almacenes:
- Áreas promedio: 300 m²
 - Incremento en Venta: ▲ 28%
 - Participación de MP: **32%**, el más alto del Grupo
 - Frescos principal palanca: Venta ▲ 29% ; 25% de participación en las ventas



Reformas	2020	2021	2022
Tiendas	2	9	28
Ppción en ventas de la marca	2,5%	13,3%	43%

Reformas, reconversiones y aperturas representaron 56% de la venta en 2022



Estrategia Omnicanal

Estrategia Omnicanal

Resultados 2022

GMV ^{1,2}

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

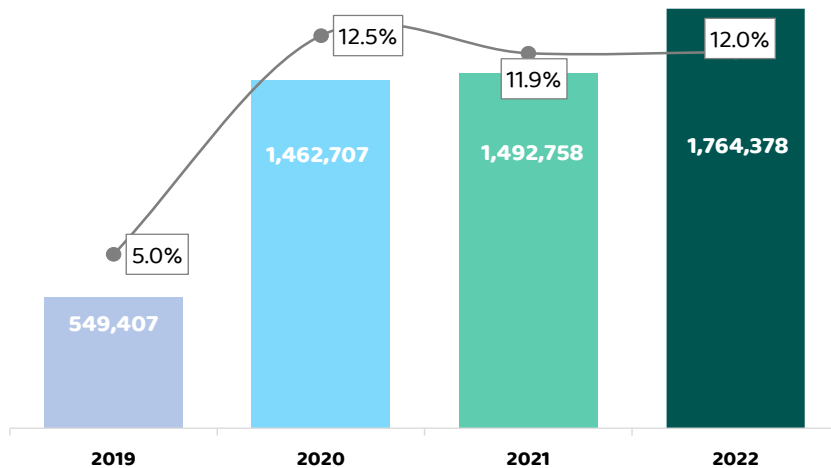
Participación en ventas²

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

Ordenes

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

Evolución GMV (\$) y Participación (%)



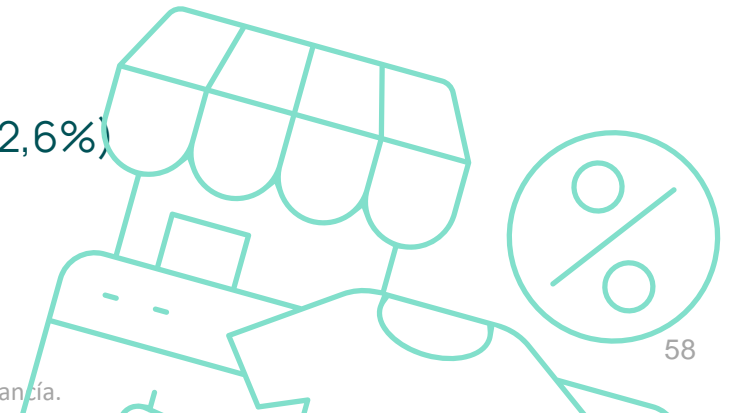
Alimentos:

- GMV +25%
- 10,5% participación

No Alimentos:

- GMV +10%
- 15% participación

- App de Misurtii: **+164% en ventas** ~ COP \$57.500 M
- Turbo: **41,3% de participación** sobre las ventas totales de Rappi (que crece **113%**)
- Click & Collect, WhatsApp, apps and websites: **+28,6%**
- Marketplace: **22% de participación** sobre el GMV⁽²⁾ de no alimentos
- Apps: **1,6 M** de descargas (+22,6%)





Menor tiempo de entrega por red más amplia de tiendas

No Alimentos:



Estrategia Omnicanal

Innovación constante en nuestras APP



<https://streamable.com/ji2rd3>



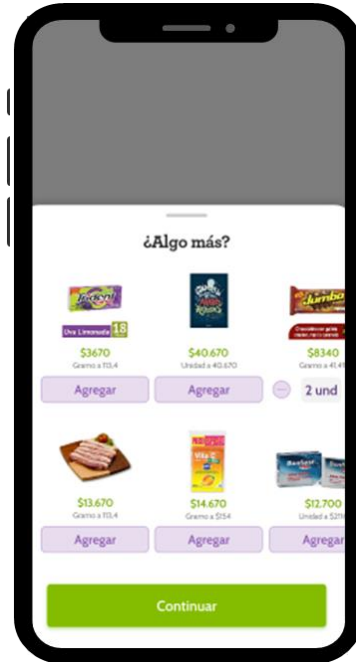
70 mil
Usuarios
activos día




12 mil
Usuarios
activos día




Personalización
Seguimiento de
pedidos desde
lobby del App




Personalización
Último antojo,
productos que
usualmente el
cliente compra




Próximamente
Check & Go: Una
nueva manera de
comprar en las
tiendas Carulla,
mediante una
compra fácil y rápida

Foco en servicios de alta calidad, nutriendo de oportunidades a las pymes colombianas



NPS

45 a 2022 (+8 YoY)



~1.600 vendedores
activos (+22%) aportando
209 mil ofertas



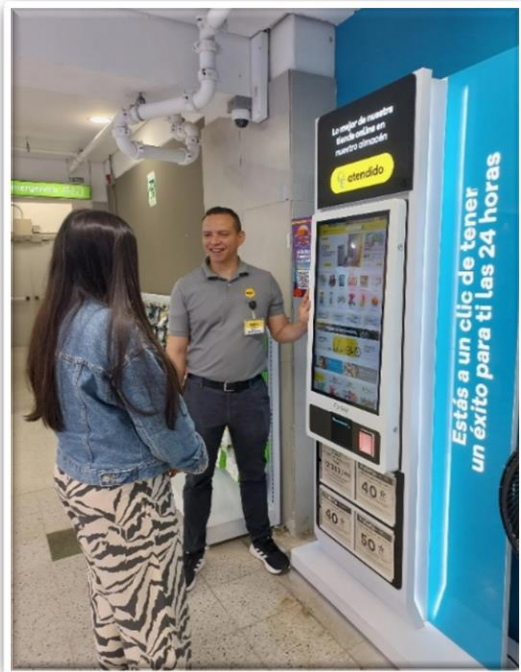
Migración tecnológica
para una solución
Europea (go Live S2/23)



Próximamente Servicio
de fulfillment e
internalización de
operación con LTSA⁶¹

Integrador de omnicanalidad digitalizando más de 170 tiendas

 **atendido**



Ventas +53% vs 2021



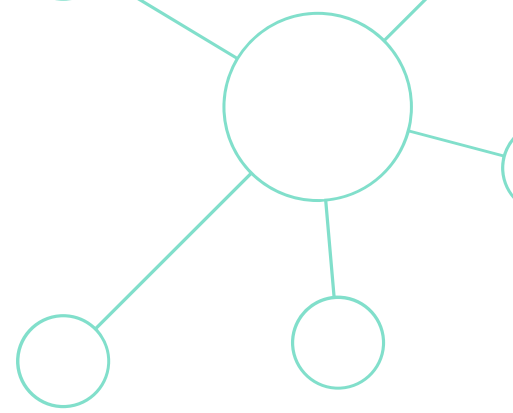
NPS 93
(mejor NPS entre los canales)



Presencia en más de 172 almacenes +400 asesores a nivel nacional



79% de los clientes del canal se convirtieron en omni-clientes

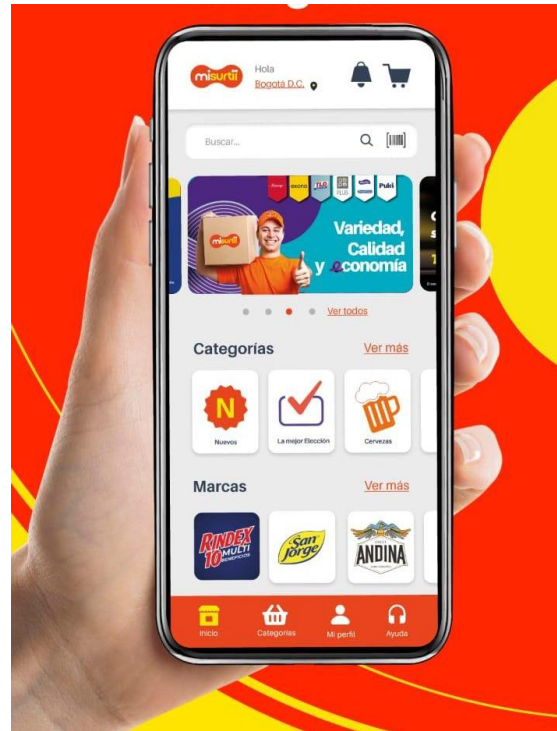


Rappi Turbo



- Ventas ~COP\$225.000 M (15x vs 2021)
- ~ +6 M de pedidos
- ~ 40% de participación sobre las ventas de Rappi
- 80% de los pedidos se entregan en 10 minutos, el 90% en menos de 15

App Misurtii



Vive una nueva experiencia a la hora de surtir tu negocio

- ~ 14.000 clientes
- Ventas +164% ~COP\$57.500 M
- Participación del 27% en las ventas del canal aliados
- Ticket promedio de 1,8 M



Negocio Inmobiliario / VIVA malls



Negocio Inmobiliario Grupo Éxito

Diseñamos, desarrollamos y operamos activos

Modelo de gestión:

- ✓ **Crear valor para el activo**
- ✓ **Maximizar la rentabilidad en toda la cadena de valor del inmueble.**



- Estructuración de proyectos
- Desarrollo y redesarrollo de activos
- Gestión de proyectos

- Comercialización de locales y optimización de la mezcla comercial
- Monetización de zonas comunes (Casual Leasing y Branding)
- Gestión de contratos, facturación y cuentas por cobrar

- Plan de mercadeo y relacionamiento con socios comerciales.
- Operación de activos: mantenimiento, seguridad, aseo

- Estrategias para maximizar la rentabilidad de los activos
- Control y seguimiento del presupuesto y KPI's
- Seguimiento del tráfico y las ventas.

Equipo de soporte experimentado, apalancado en tecnología y procesos

Nuestro portafolio

Un valor oculto en la valoración de Éxito

Negocio Inmobiliario¹



El negocio complementario de mayor relevancia y contribución a los márgenes de la Compañía

758 mil m2 de área bruta arrendable

568 mil m2 Viva Malls

Tasa de ocupación
96,5% en 2022

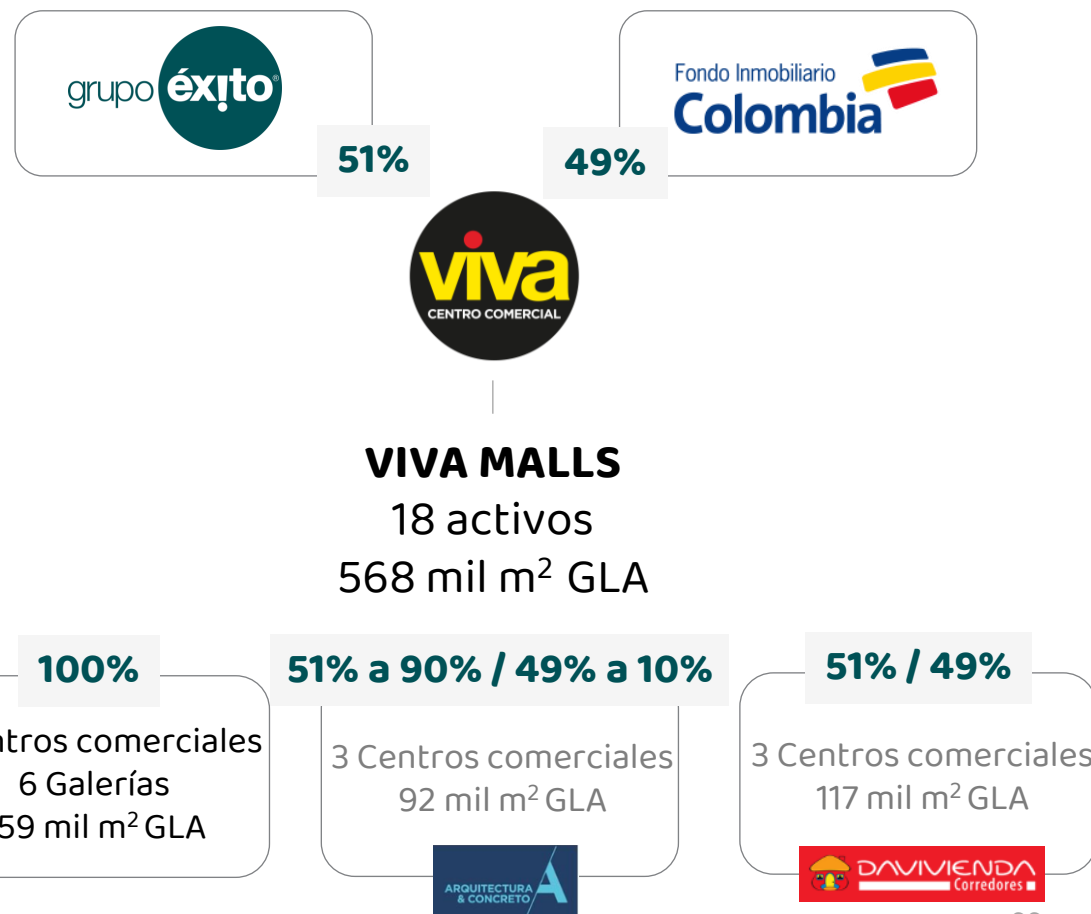
(vs. 96,4% en 2021)

Ingresos por rentas & cargos administrativos

+29% en 2022

Viva Malls

Una sólida estructura asociativa formada por grandes bancos y empresas constructoras



(1) Incluye el negocio inmobiliario operado directamente por Grupo Éxito y Viva Malls

18 activos y 568 mil m2 de área arrendable



Servicios digitales disponibles para locatarios y clientes



En millones de pesos	12M22	12M21	% Var
Ingresos Operacionales	344,920	288,858	19.4%
EBITDA recurrente	220,344	182,980	20.4%
Margen EBITDA recurrente	63.9%	63.3%	54 bps

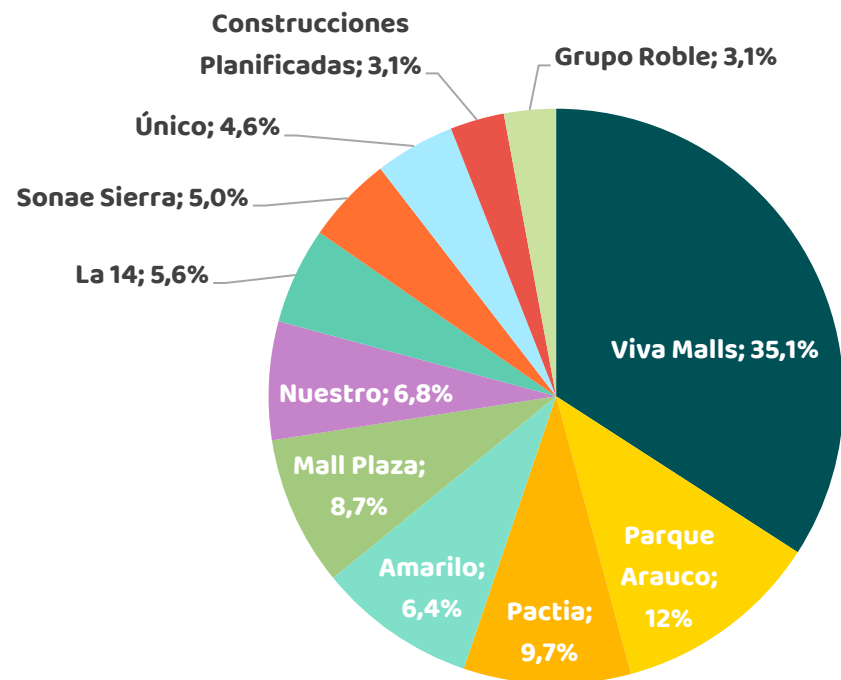
Contratos de arrendamiento con flujos de caja estables y protegidos contra la inflación protegen parte del EBITDA de la compañía

Viva Malls ~ 18% del EBITDA Colombia

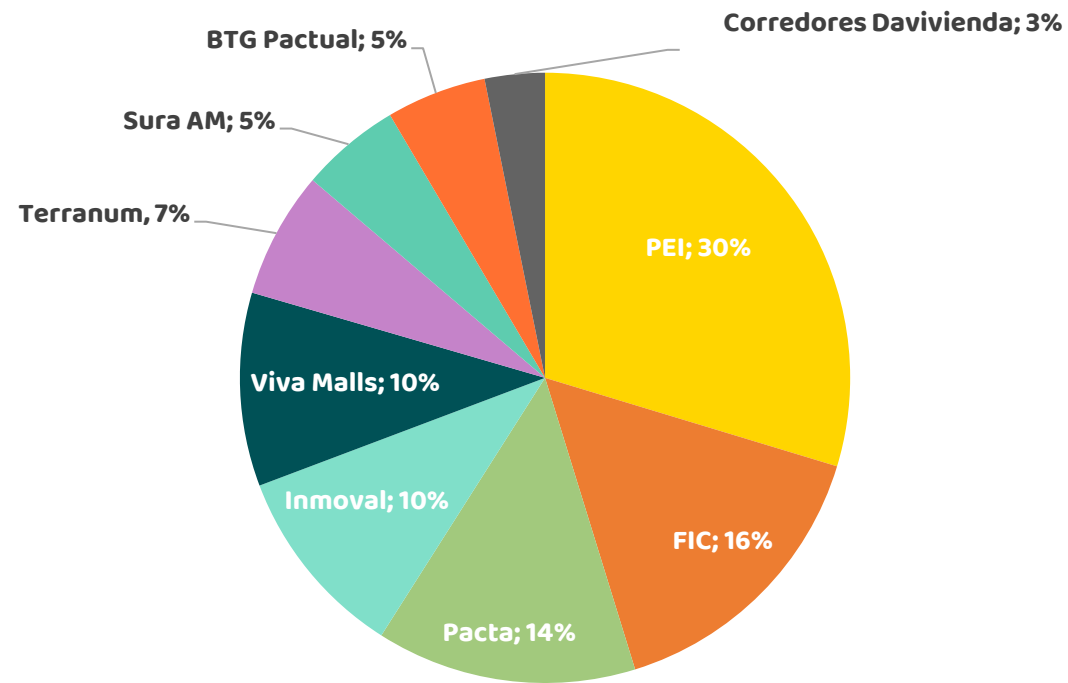
\$345 mil M en ingresos en 2022
 ~ **45%** de los otros ingresos de Colombia
\$220.000 M del EBITDA recurrente

Viva Malls: el fondo inmobiliario retail, líder en Colombia

Participación de mercado – 2,2 M m² GLA



Participación de mercado en AUM – 28,3 Bn COP



- **Viva Malls lidera** la participación de mercado (~35%)
- PEI lidera en AUM, seguido de FIC, Pactia e Inmoval
- **Viva Malls ocupa el quinto lugar en Colombia**

Arrendatarios de categoría mundial

Flujos asegurados con contratos a largo plazo

Principales socios comerciales



+1.230

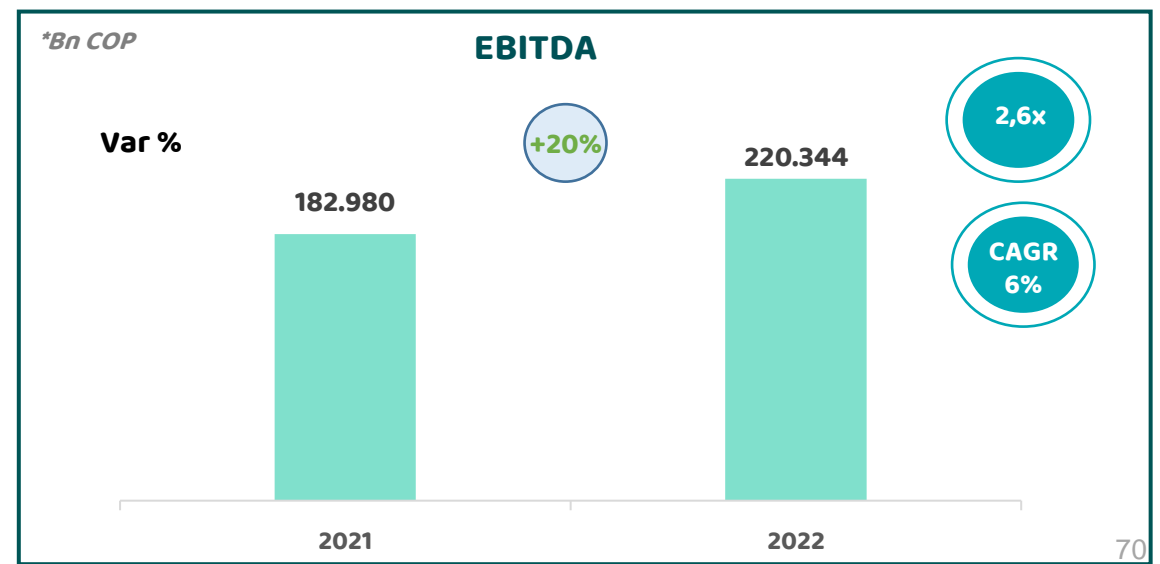
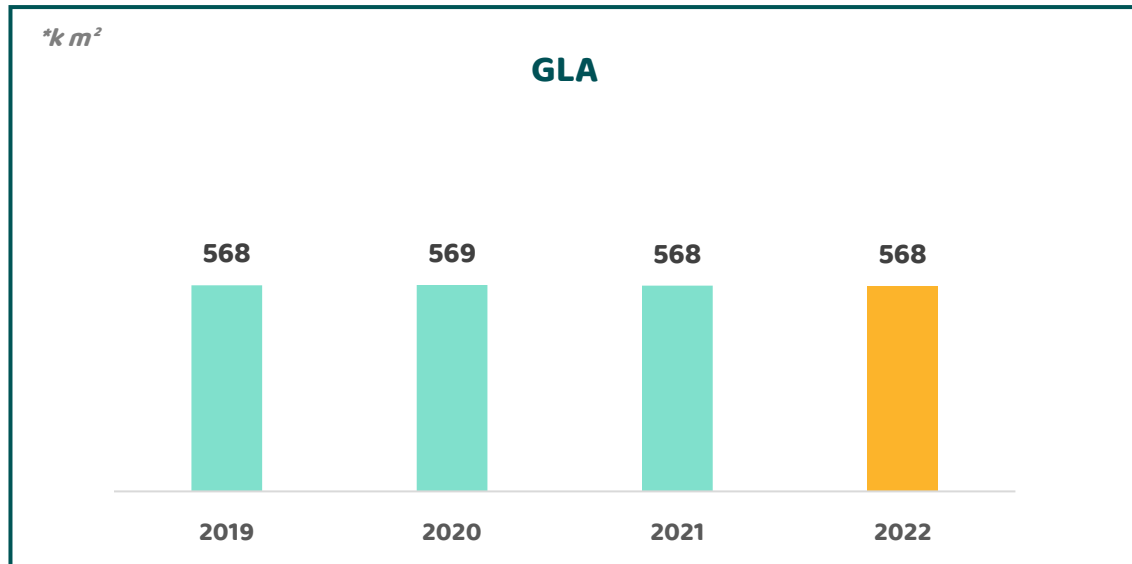
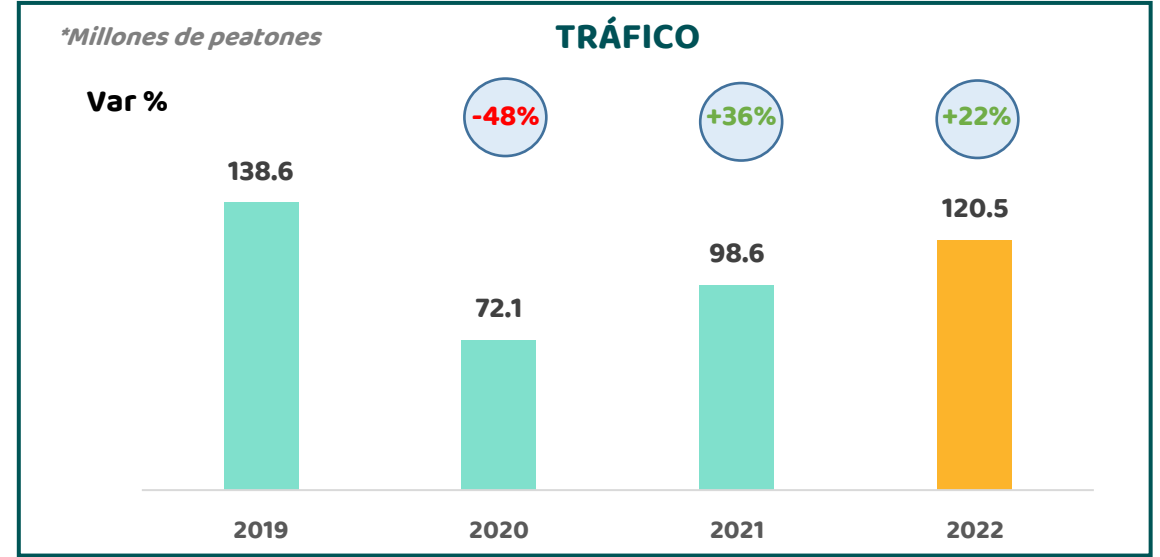
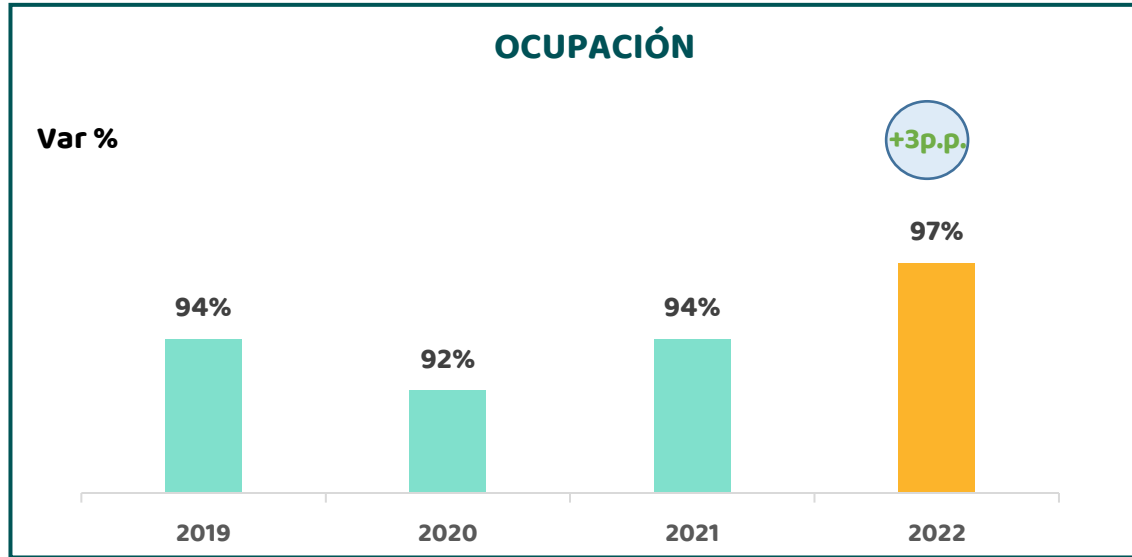
Socios comerciales



Conceptos Viva



Principales indicadores Viva Malls





En construcción

En estructuración

IKEA
(Medellín AM)
~ 17.000 m2 GLA

PUERTA DEL NORTE
(Medellín AM)
~ 30.000 m2 GLA



Estrategias de Sostenibilidad



Carbono neutro

Primera marca de centros comerciales en Colombia certificada como Carbono Neutro



837 toneladas recicladas

Destinadas a la Fundación Éxito: nutrición de ~ 2 mil niños
Viva espera alcanzar la categoría ORO (80%) en 2024



4 centros comerciales con certificación LEED



1.143 celdas de bicicleta

Viva fomenta la movilidad sostenible con 36 estaciones de recarga de vehículos y 16 de motocicletas, bicicletas y scooters



+15.000 paneles solares

Los CC Viva generan energía renovable que cubre el 21% de su consumo



Válvulas de ahorro de agua

Sistema probado en Viva Envigado (-10% del consumo en 2022)
Portafolio en 2023 debería reducir consumo en hasta el 15%



~ -1.2 CO₂ Toneladas emitidas

Uso de energías renovables, luces LED, automatización del sistema de luminosidad y sistemas de refrigeración eficientes



Prueba de Energía Eólica

La primera prueba generó 360 kWh/mes, que abastecieron a 2 estaciones de coworking

Proyectos de sostenibilidad



Proyecto de **agricultura hidropónica** (Terrazas Verdes)



Bolsas **biodegradables**



Celdas de estacionamiento preferencial para vehículos **eléctricos e híbridos**



Agua mediante **impulsión hidráulica**



Lámparas solares para los parqueaderos y perímetros



Punto de reciclaje (Ecopunto)

Coalición de Lealtad Puntos Colombia



PUNTOS[®]
COLOMBIA



Mariana Botero
Gerente General

Puntos Colombia: el mayor programa de fidelidad de Colombia

Oferta a empresas

- Alianza en programa de lealtad: acceso a +6,2 M usuarios, 12 mil empresas
- **Visibilidad** de marca
- **Conocimiento** profundo del cliente
- **Marketplace**: canal de venta de productos
- Venta de **pauta y audiencias**
- Productos **complementarios**



Plataforma de lealtad PCO

Oferta a usuarios

- Programa de lealtad: acumulación y redención en **+160 aliados** en todas las compras
- Compras en **Marketplace centralizado** de PCO
- **Transferencia** de Puntos entre cuentas
- Pagos de facturas y servicios a través de la billetera **Puntos Pay**



1 en poder de marca según Kantar

Modelo económico de una coalición de lealtad

Modelo de monetización del programa de fidelización de PCO



3 fuentes de valor

- 1. Spread del punto:** X pesos de ingresos – Y pesos de costos
- 2. Valor del dinero en el tiempo:** facturación por venta de puntos en la acumulación vs costo asociado en momento de redención
- 3. Vencimiento de los puntos:** ingresos sin costos asociados para puntos vencidos

5 factores claves posicionan a PCO como una oferta única con un modelo de negocio sólido



1. Escala en usuarios con alto nivel de engagement

+6,2 M de usuarios, 12 mil empresas

+2 M descargas de la APP

Presentes en **1** de cada **3** hogares

+70 NPS



2. Propuesta de valor comprobada y cuantificada para aliados

+4.000 puntos de venta físicos

3,6x facturación anual de fidelizados de Grupo Éxito

2,5x facturación anual del resto de ecosistema de Grupo Éxito

5 factores claves posicionan a PCO como una oferta única con un modelo de negocio sólido



3. Modelo financiero sólido y autosostenible



4. Data única en calidad y cantidad



5. Talento y cultura

Ingresos ~ **COP \$320.000 M**

Utilidad neta positiva
desde 2020 (2 años de lanzado)

+ 50 variables declaradas y enriquecidas

100% monitoreo de data de tarjeta de crédito Bancolombia a nivel comercio

+80% de monitoreo de data de consumo en el retail

89,4 NPS del colaborador

52% de talento mujeres

Lanzamiento de 3 actividades disruptivas que apalancarán el crecimiento de Puntos Colombia

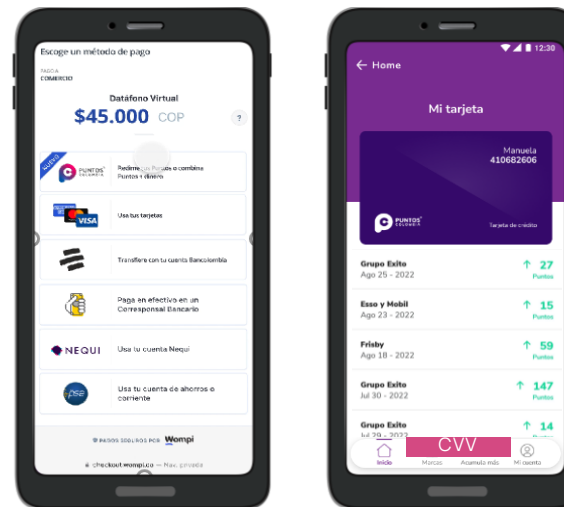
1. Lealtad como servicio



Programa de lealtad para PyMEs enfocado en fidelizar clientes y aumentar ventas:

- Programa de puntos
- Marketplace

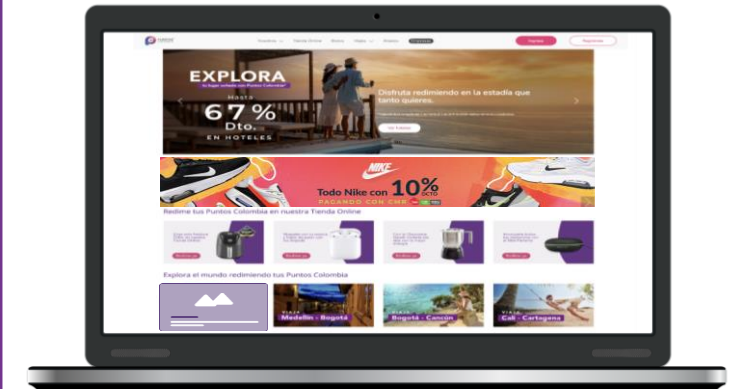
2. Pagos y servicios financieros



Productos y servicios financieros para empresas y para clientes naturales:

- Botón de pagos **Wompi**
- Billetera
- Tarjeta de crédito

3. Media Services y Monetización de datos



Servicio de medios digitales apalancando la data del ecosistema en:

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

1. Botón PCO permite acumulación / redención en comercios con canales digitales

Propuesta de valor:



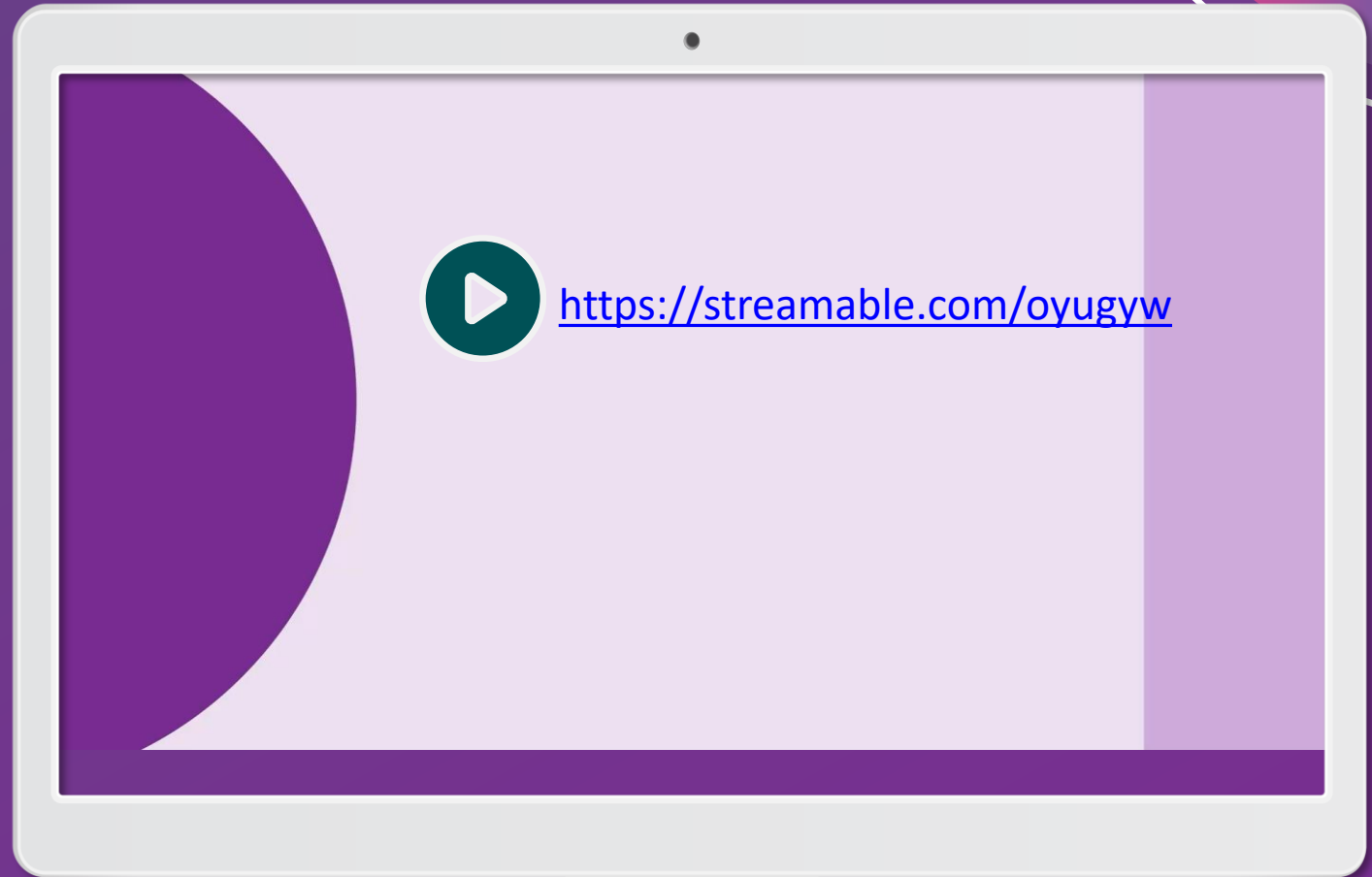
Simplicidad y rapidez en todo el proceso

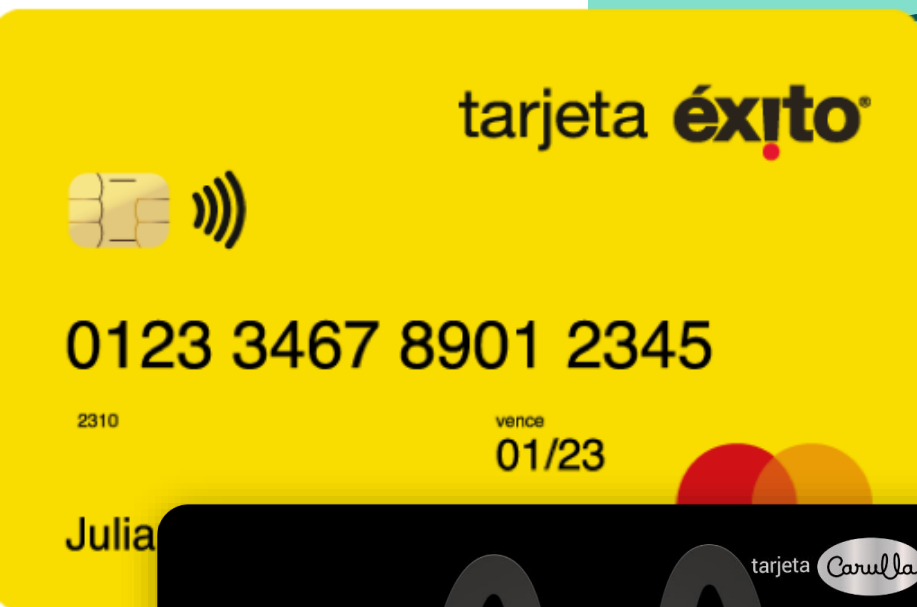


Seguridad soportada a través de funcionalidades técnicas



Liquidez y universalidad al masificar la acumulación y redención de puntos





Retail Financiero TUYA



No somos un Co-Brand,
Somos un **Joint Venture** entre dos gigantes...



Retailer más grande
de Colombia



Compañía independiente con un
staff y Junta Directiva
independiente
Licencia Bancaria
Licencia de Mastercard



Banco más grande
de Colombia

Calificación **AAA**
13 años consecutivos*

- Stock de **1,4 M** de tarjetahabientes.
- **18%** del total de ventas anuales del retailer (~**29%** excluyendo la categoría de alimentos)
- Participación de **42%** en las ventas por los canales digitales del Grupo Éxito



1 cliente con Tarjeta Éxito:

Gasto mensual	Ticket promedio	12 Unidades más por compra
2,9x	4,7x	

DIGITAL FIRST BY

83

Carulla

tuya

~ 45.000 tarjetas Carulla en 2022

Facturación ~ **COP505.000 M COP** (+21% vs 2021)

Primera tarjeta de crédito en Colombia con tecnología contactless, hoy ~60% de adopción en la región andina

Aliado con mayor adopción de apple pay.



1 cliente con Tarjeta Carulla:

Gasto mensual

2,2x

Ticket promedio

2,8x

7 Unidades más por compra

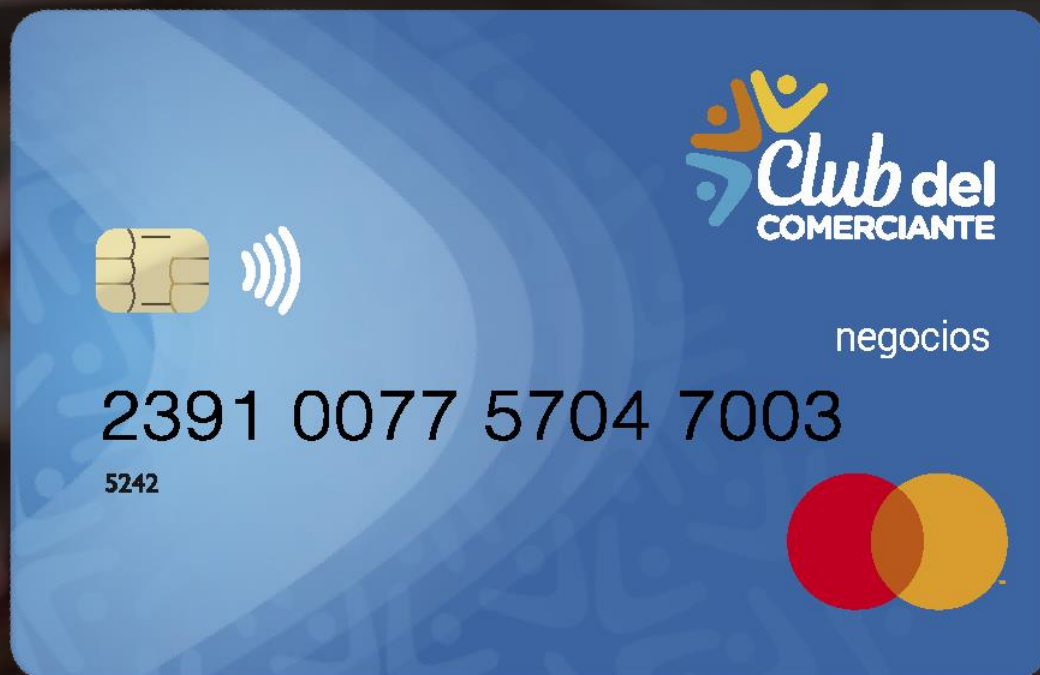
DIGITAL FIRST BY



GARMIN PAY™



Surtimayorista



Primera etapa:

Clientes: ~3.800

Facturación: ~\$33.000 M COP



Potencial **1.000.000**

clientes Surtimayorista

Meta ~**16%** participación

Acompaña Club del Comerciante

Venta por canal digital

83% activación temprana, la más alta de nuestro portafolio

Objetivo: ser el principal medio de pago de todo el

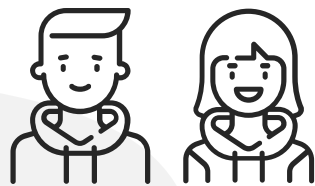
ECOSISTEMA

LO ANTERIOR NOS HABILITA UN MODELO DE NEGOCIO

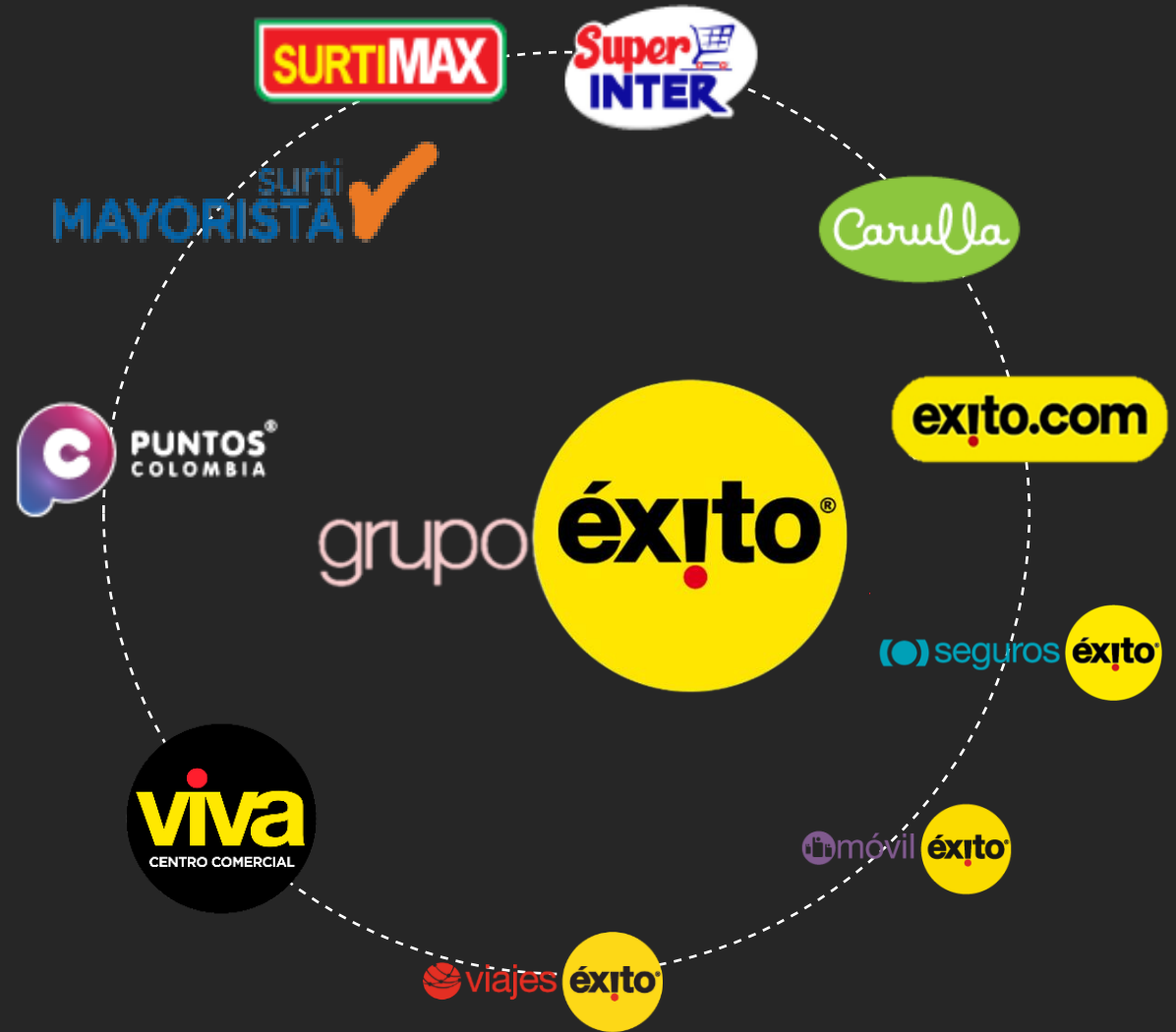
B2B2C



PARTNER ALIADO



CLIENTE FINAL



Continuar monetizando la confianza de **IMPORTANTES ALIADOS**



Retail Banking



Transporte

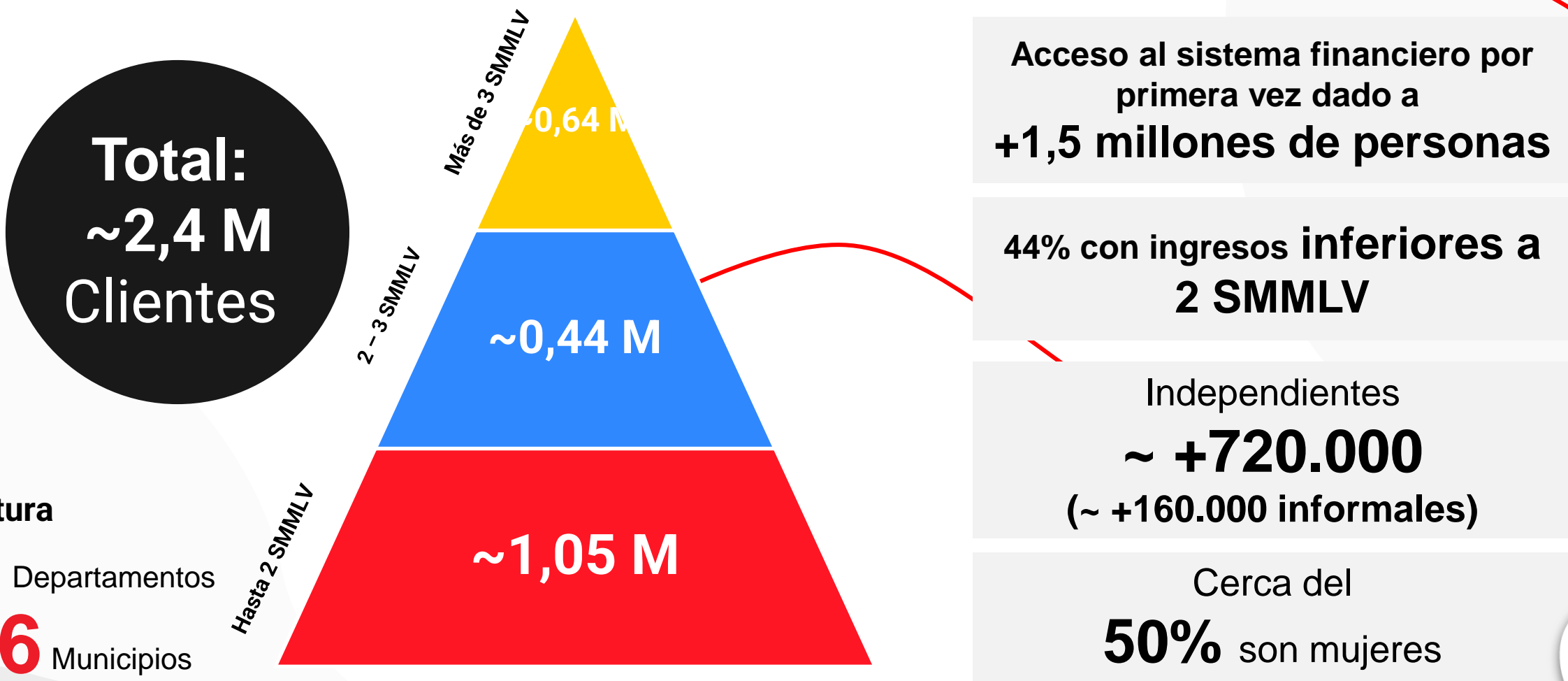


Telco



**Banking as a service
+30 M
de clientes potenciales**

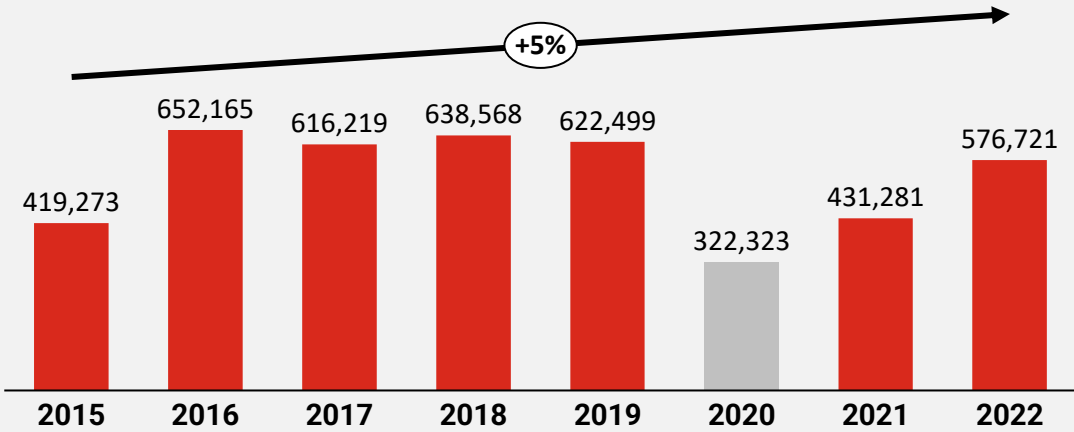
Modelo de negocio que permite llegar al **80%** de la población Colombiana con ingresos inferiores a **2 SMMLV** y que la Banca Tradicional **no** atiende...



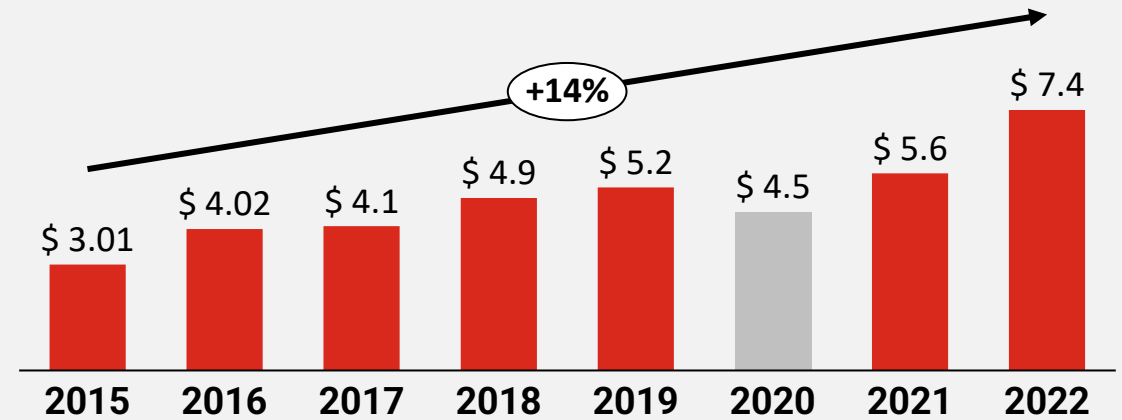
Principales palancas de negocio muestran una Compañía que ha crecido de forma consistente en los últimos años...



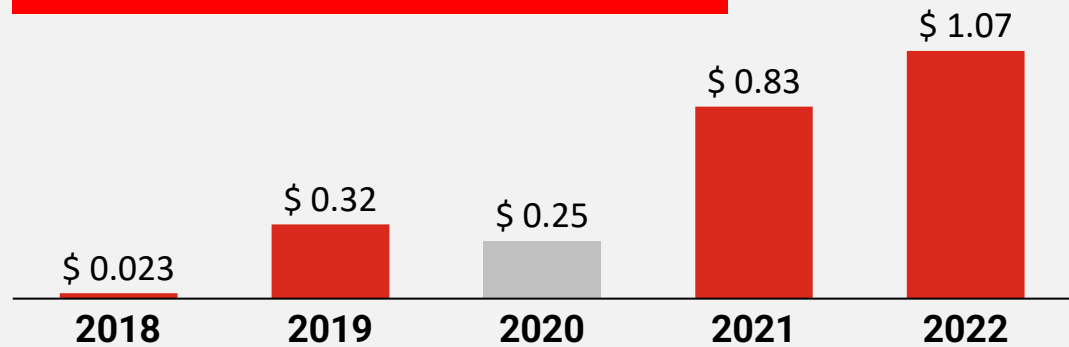
Emisión de tarjetas



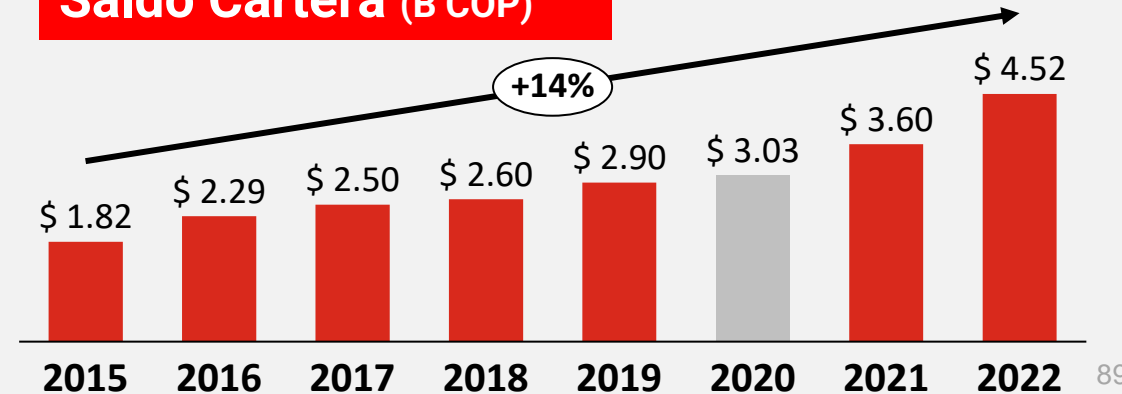
Facturación (B COP)



Créditos de Consumo (B COP)



Saldo Cartera (B COP)



En 2022 alcanzamos resultados financieros que reflejaron la buena dinámica del negocio...



\$1 billón de ingresos operacionales (+20% vs 2021)



+\$7,4 billones en compras y avances de **+2,4 millones** de clientes (+32% vs 2021)



\$4,5 billones de saldo de cartera (+26% vs 2021)



+26% en el resultado del negocio antes de provisiones vs 2021

Solidez financiera y generación de confianza para nuestros clientes inversionistas son nuestra mejor carta de presentación...

tuya

~\$6,4 billones en CDT's emitidos a **+4.000 clientes inversionistas**



6to jugador **MÁS IMPORTANTE** en Colombia en emision de CDT's desmaterializados

1er puesto en número de operaciones en el Mercado, **24% DE PARTICIPACIÓN**



+54% DE CLIENTES INVERSIONISTAS vs 2021

Emitimos **bonos sociales subordinados**

¡Muy bien recibidos por los inversionistas! Para seguir contribuyendo con la inclusión financiera de más personas.

+\$55.000 millones emitidos en el mercado local



+40% sobre monto ofertado (bid to cover).

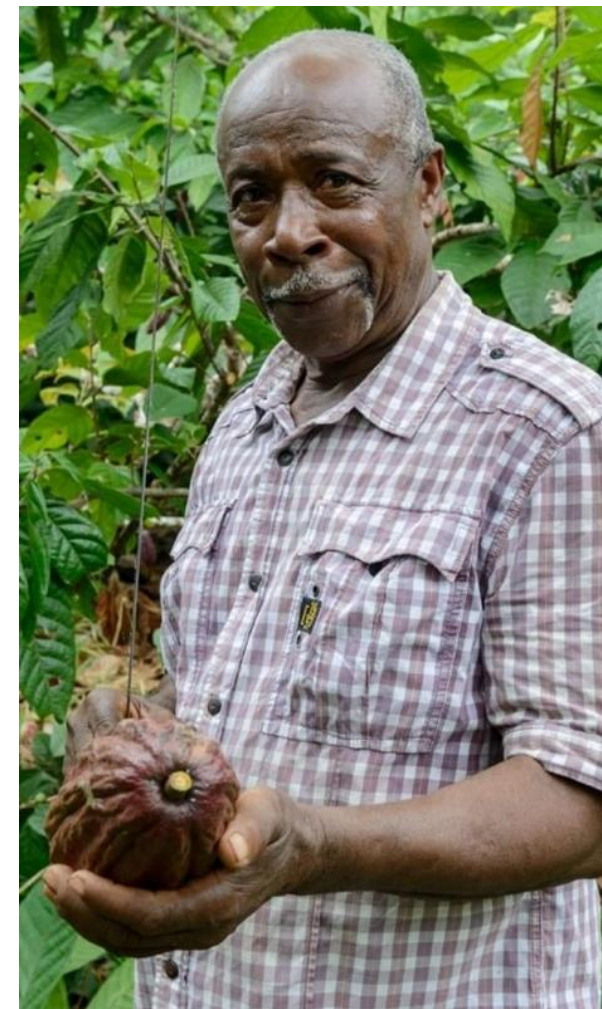


grupo **éxito**

Estrategia de Sostenibilidad

Carlos Mario Giraldo
Presidente

Nutrimos de Oportunidades a Colombia



Propósito Superi

Nutrimos de Oportunidades a Colombia



No podemos limitarnos a dar los mínimos esperados, sino **ser capaces de llegar a los máximos posibles**



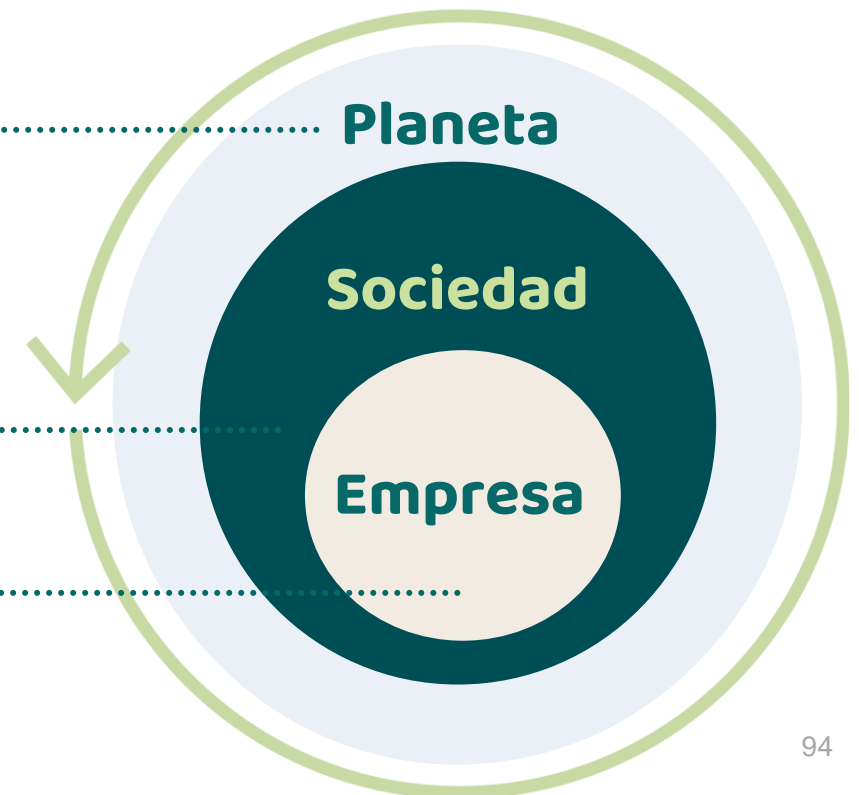
Responsabilidad de las empresas con **el planeta**



Aporte de la compañía a **la comunidad**



Relación de la compañía con **sus grupos de interés**



Estrategia de sostenibilidad: 6 pilares declarados por la compañía

Sostenibilidad

como herramienta de
generación de oportunidades





Logros de la Estrategia de Sostenibilidad en 2022

Iniciativas ASG para generar valor: crecimiento económico, desarrollo social y protección ambiental

Cero desnutrición

- **60,046 niños beneficiados** con los programas de nutrición y complementarios
- **200,403 paquetes alimentarios entregados** a los niños y sus familias
- Presencia en **27 departamentos y 192 municipios**

Mi planeta

- **VIVA y Carulla FreshMarket** certificadas **carbono neutral** por el Icontec
- **43% de** reducción de la huella de carbono (Objetivos 1 y 2)
- **20,517 tons de material** y **986 tons de material reciclable** posconsumo
- **1 millón de árboles** donados por clientes, proveedores, empleados y aliados

Comercio sostenible

- **88%** de frutas y verduras **compradas localmente**
- **82** proveedores **~80 mil** hectáreas monitoreadas en Ganadería sostenible
- Certificación **Gold Sustainable Fashion** otorgada por CO2 ZERO
- **130 millones** de unidades de la marca *Paissana* vendidas, de municipios afectados por el conflicto armado.



Somos íntegros

- **8a** Compañía colombiana con los más altos estándares de reputación, según Merco
- Puntuación **69/100** en el 2022 S&P Global Corporate Sustainability Assessment
- Finalización¹ de la **recompra, desmaterialización y split de la acción**



Nuestra gente

- **51% de** base de empleados **son mujeres**
- **Sello Oro Equipares** otorgado por el Ministro de Trabajo y las Naciones Unidas
- Celebración del **‘Mes de la Diversidad’** con más de **30 actividades**



Vida sana

- Eliminación de más de **30 ingredientes** de los productos Taeq como parte de nuestro compromiso con la salud de los consumidores
- **Taeq catalogada como la 2ª marca más saludable en Colombia**
- **400 referencias** incluyeron cambios en empaque, marcación y eco-diseño



Trabajamos para **nutrir** la niñez colombiana



1 de cada 9 niños(as) en Colombia sufre de desnutrición crónica



+60.000 niños(as) beneficiados(as)



27 departamentos y 192 municipios



+\$21.000 millones de inversión social
Gracias a aportes de Goticas, recursos propios, aliados, proveedores y el reciclaje trastienda que aporta el **48%**

MEGA social corporativa: erradicar la **desnutrición crónica** infantil en Colombia para el 2030

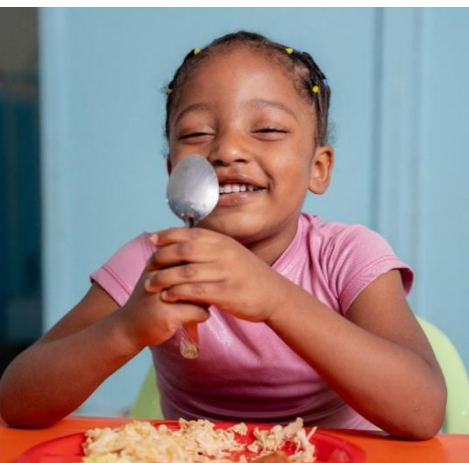


232.000

certificados de donación entregados (**récord**)



Somos el **embajador de los ODS #2 en Colombia**, a través de la Fundación Éxito



Compra local: una apuesta por la vocación agrícola de los territorios



Motor de desarrollo y reactivación económica



89% de frutas y verduras comercializadas se compra en el país



El 86 % se adquiere de manera directa a +940 agricultores y familias campesinas



Comunidades víctimas del conflicto armado y presentes en territorios PDET



Paissana, país que sana, un aporte a la reconstrucción del tejido social de Colombia



37 proveedores

114 productos (Productos Gran Consumo y Frescos)

45 tiendas (23 Éxito y 22 Carulla)



<https://streamable.com/xmrr9g>





#ModaHechaenColombia

Negocio textil: ADN de la compañía

Éxito viste a Colombia

48,8 millones de unidades vendidas



9.600 empleos generados
70% mujeres



97% de las prendas marca propia que comercializamos es hecha en Colombia



344 talleres en el país



12 colecciones desarrolladas por manos colombianas al alcance de todos(as)

Las marcas textiles Arkitect, Bronzini y People recibieron en el marco de Colombiamoda el Sello Oro Sostenible



Reconocimiento por parte de CO2CERO por las buenas prácticas de producción y consumo responsable



#UnÁrbolALaVez



Nutrimos de
oportunidades
a Colombia

Llegamos a la meta de sembrar
1 millón de árboles



Equivalen a **560**
canchas de fútbol



Actualización de la MEGA ambiental

Nos comprometemos a reducir un **55%** de nuestras emisiones de CO2 (alcances 1 y 2) para el **2025**

Avance 2022: **41%** de
reducción



Carulla Fresh Market,
primer *retail* de alimentos
en **Latinoamérica** en ser
certificado como **Carbono
Neutro**



Viva, **única** marca de
centros comerciales con
certificación **Carbono
Neutro** de Icontec



Modelo posconsumo

Nos seguimos
expandiendo
presente en **5**
departamentos

Soy
RE



42 puntos de reciclaje
posconsumo



17 millones de
envases recolectados



986 toneladas
recolectadas que
generan recursos para
la nutrición infantil

Nutrimos de Oportunidades a Colombia:

Cuando protegemos la biodiversidad

<https://streamable.com/xmrr9g>

Colombia Magia Salvaje llegó al corazón de los colombianos, fortaleciendo la conciencia ambiental



+3 millones de asistentes a las salas de cine



+9 millones de vistas en YouTube



Primer *retail* en Colombia en implementar Un modelo de Ganadería Sostenible

100% de nuestros(as) proveedores(as) son monitoreados satelitalmente bajo conceptos de respeto por la frontera agrícola



Trabajamos de la mano con comunidades



PIGMENTOS URBANOS

13 Nacional de Grafiti ciudades del país

Talleres sociales con más de **300** personas

Primera Feria Nacional de Grafiti

Intervención de **22** dependencias que reflejan la **identidad de la comunidad**

Terrazas Verdes: cultivando sueños y oportunidades en territorios vulnerables



6.000



7

toneladas de alimentos cultivadas

unidades comercializadas en Éxito y Carulla Laureles

300

familias beneficiadas

De la **Comuna 13** a tu mesa

Somos diversos, equitativos e incluyentes



Obtuvimos **Sello Oro Equipares** del Ministerio de Trabajo, acompañado por la ONU



Asumimos el reto de ser co-líderes de la Iniciativa de Paridad de Género (IPG)



32% de los cargos directivos son ocupados por mujeres

Contamos con **611** colaboradores de poblaciones diversas



Construimos relaciones transparentes con nuestros grupos de interés

S&P Global



Entre los 10 *retailers* de alimentos con mejor puntuación en el *Corporate Sustainability Assessment* por *Standard & Poor's* Reconocidos por 4to año consecutivo como *Sustainability Yearbook Member*



Reconocimiento IR de la Bolsa de Valores de Colombia obtenido por décimo año.



Somos la octava empresa con mejor reputación en Colombia en el *ranking* de Merco

Nu**tr**imos de Oportunidades a **Colombia**

Un propósito superior de cara al futuro

porque nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de hacer parte de los sueños de colombianos y colombianas

¡Creemos en el poder de construir país juntos!

<https://streamable.com/tf930i>



Operaciones internacionales

94 tiendas

Ubicadas en las zonas más densamente pobladas



30 Supermercados



62 Supermercados y tiendas de conveniencia



2 Hipermercados

- País con **mayor ingreso per cápita** de la región -
- **Estabilidad** macroeconómica
- Operación con gran **experiencia en supermercados de alto valor**
- Operación **más rentable** del Grupo
- **Alta generación de caja**



Fresh Market



29 tiendas

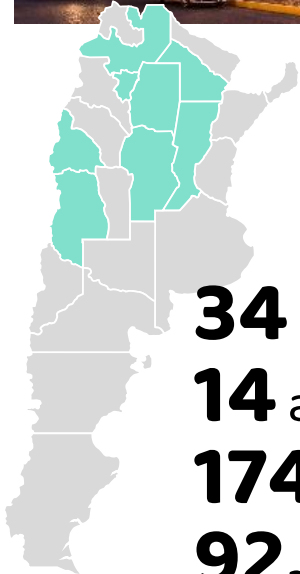


53% participación en ventas



7,3 p.p vs tiendas no reformadas

Estrategia dual Retail / Real estate



34 tiendas
14 activos inmobiliarios
174.000 m2 de GLA
92,6% ocupación



14 Hipermercados



10 Cash and Carry

103,7%
 crecimiento de
 ventas
 +800 bps vs
 inflación

- **3er** operador de centros comerciales
- **4,3%** margen EBITDA
- **Generación positiva de caja**
- **4,5x** venta digital
- **3,9%** omnicanal



Modelo de excelencia operacional



Programa de Excelencia operacional

Transformamos la forma de hacer las cosas, **optimizando** procesos y adoptando nuevas tecnologías para generar valor a nuestra Compañía y nuestros públicos de interés

Objetivos estratégicos

1

Crecimiento del gasto por debajo de la venta

~20 a 30 pbs de mejora anual en tasa

2

Optimizar el abastecimiento y la operación logística

Mejora del GMROI

3

Modelo operativo de ventas orientado a mejorar la relación NPS y gasto

~10 pb de mejora en NPS

4

Proyectos de **mejoramiento continuo**

Continuidad en niveles de gastos evitados



Información financiera

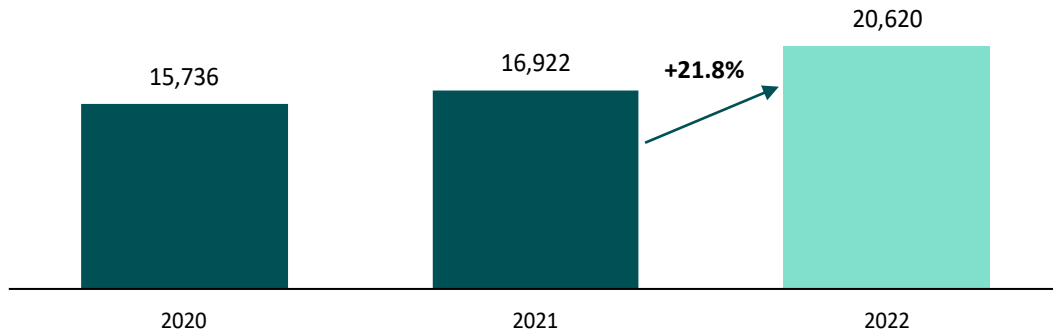


Información financiera: Grupo Éxito Consolidado

Ingresos Netos

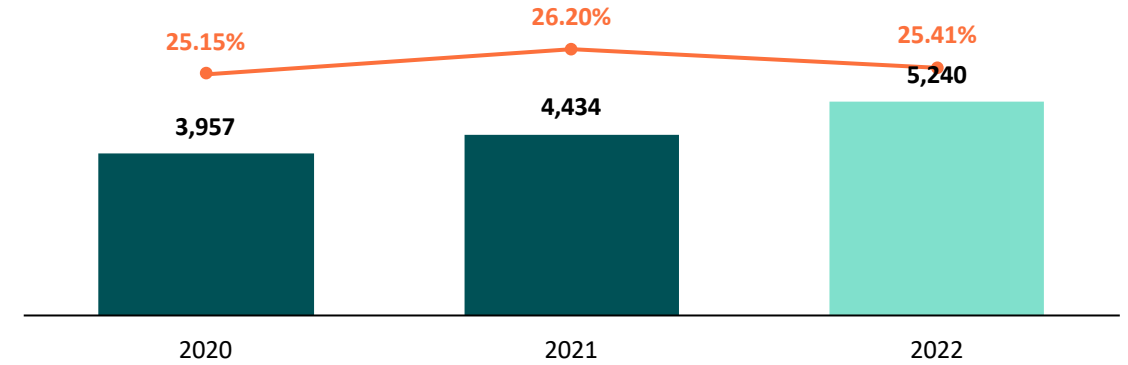
(MM COP)

CAGR +14,5%



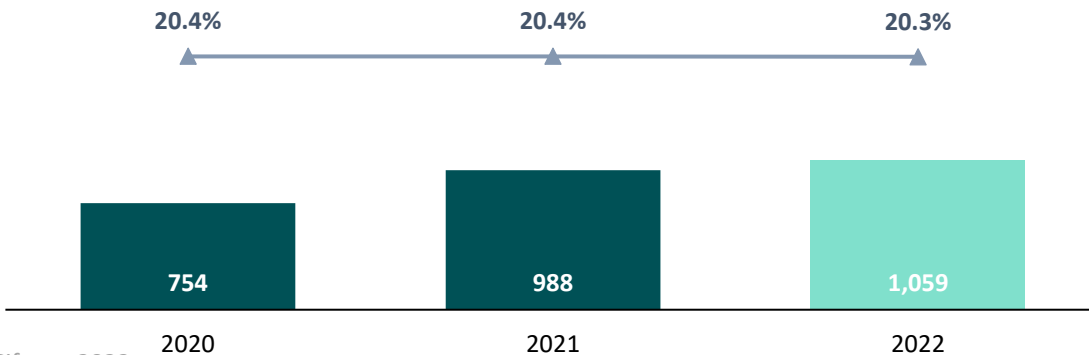
Utilidad Bruta y margen

(MM COP ; %)



Utilidad Operacional Recurrente y tasa de gastos

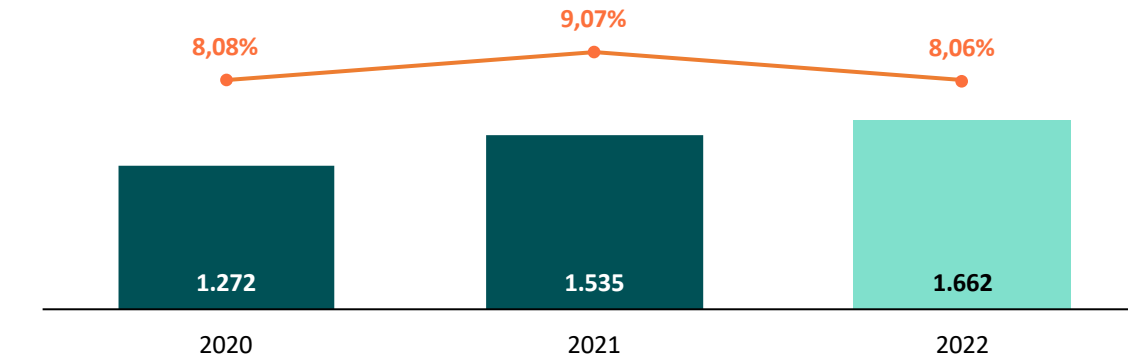
(MM COP ; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP ; %)

CAGR +14,3%



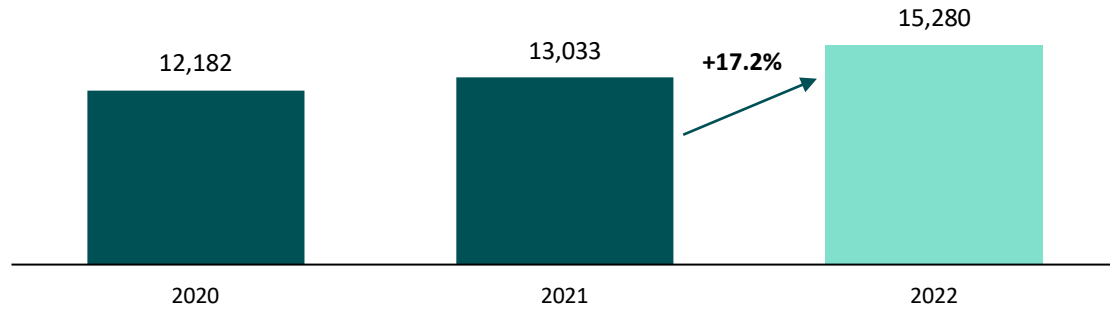


Información financiera: Colombia

Ingresos Netos

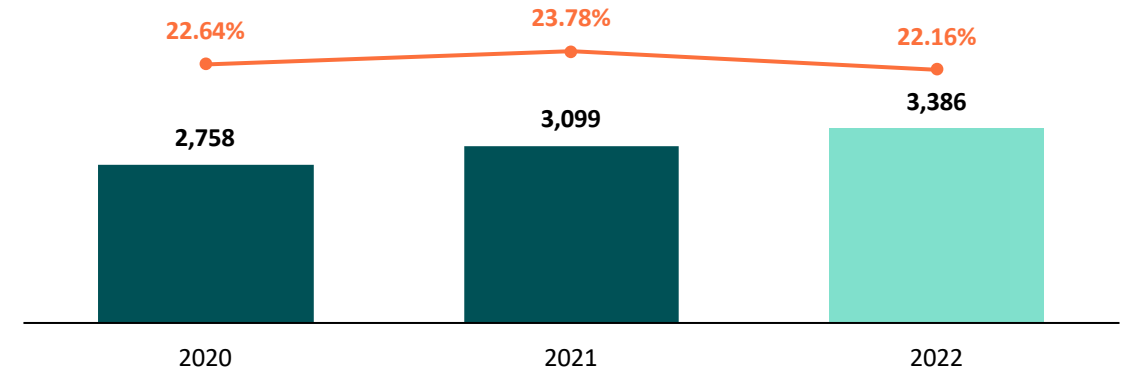
(MM COP)

CAGR +12%



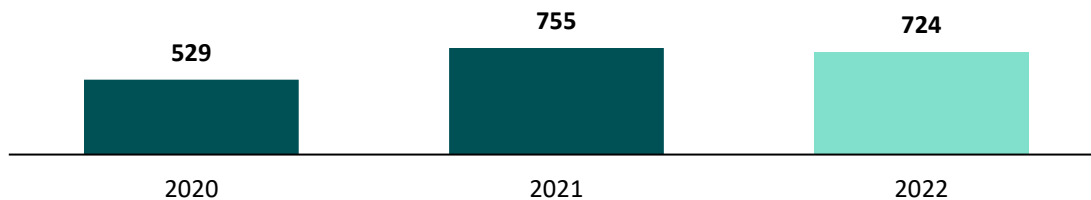
Utilidad Bruta y margen

(MM COP ; %)



Utilidad Operacional Recurrente

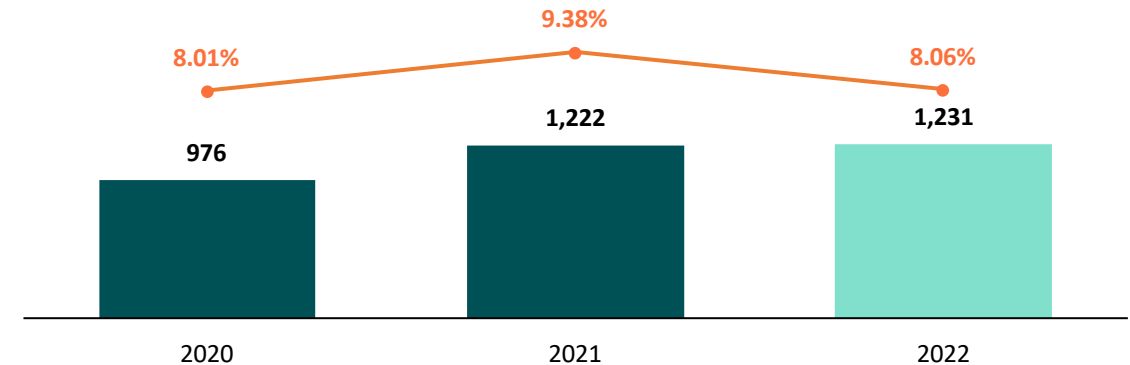
(MM COP ; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP ; %)

CAGR +12,3%



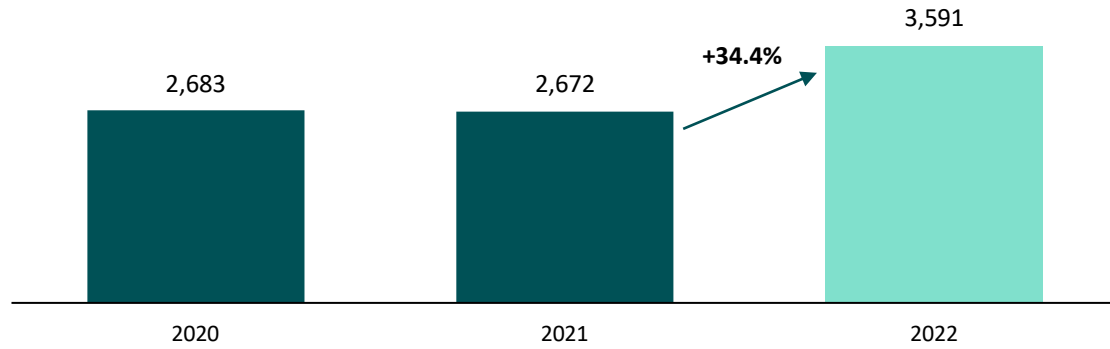


Información financiera: Uruguay

Ingresos Netos

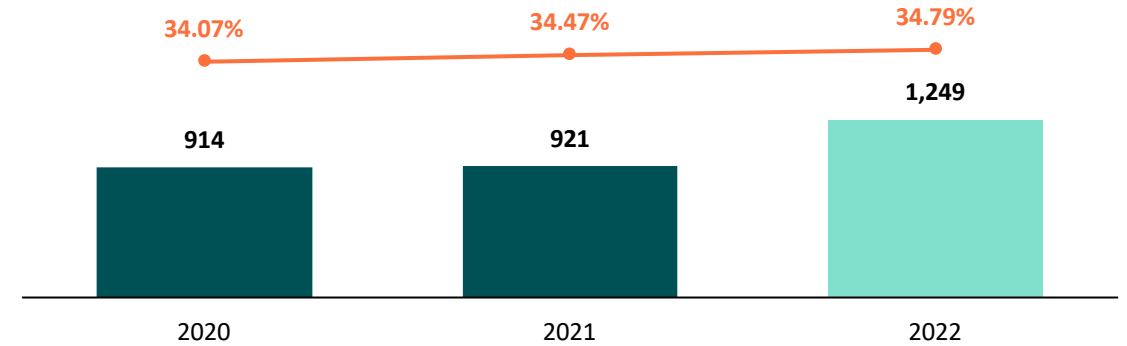
(MM COP)

CAGR +15,7%



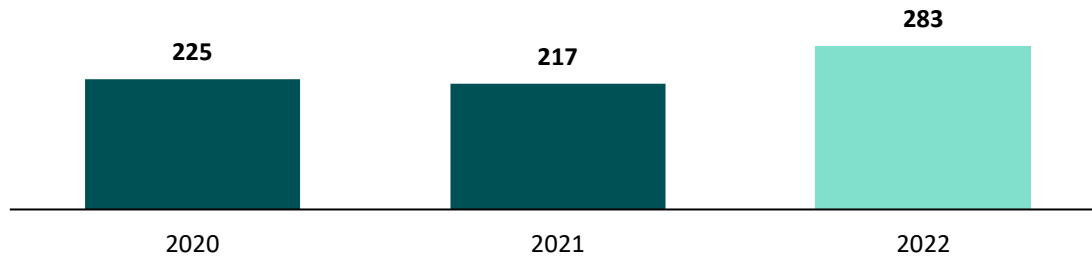
Utilidad Bruta y margen

(MM COP; %)



Utilidad Operacional Recurrente

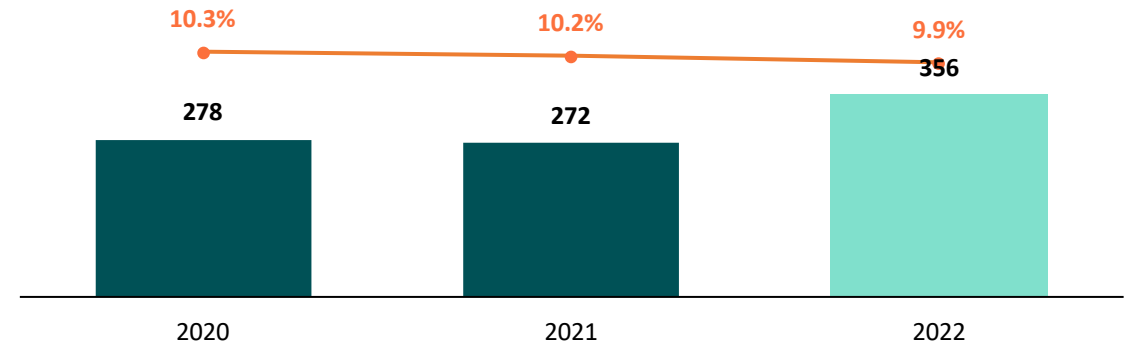
(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP; %)

CAGR +13,2%

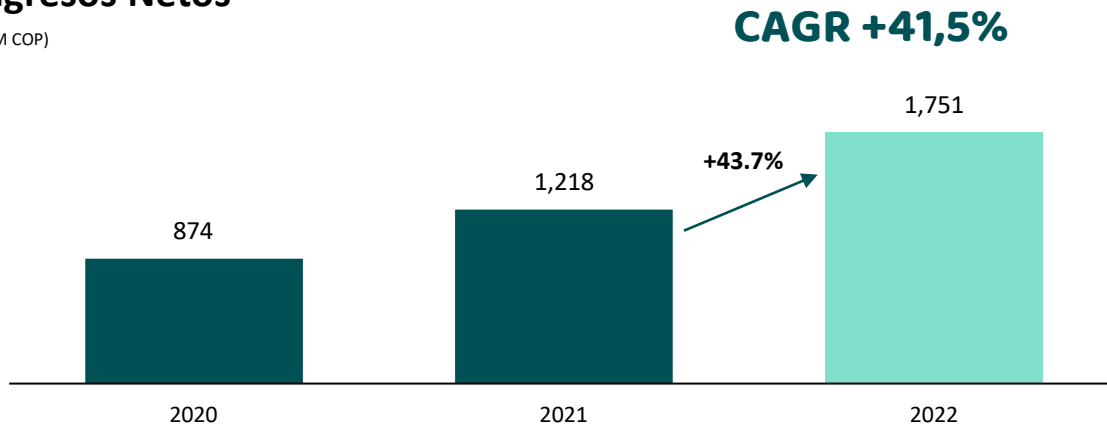




Información financiera: Argentina

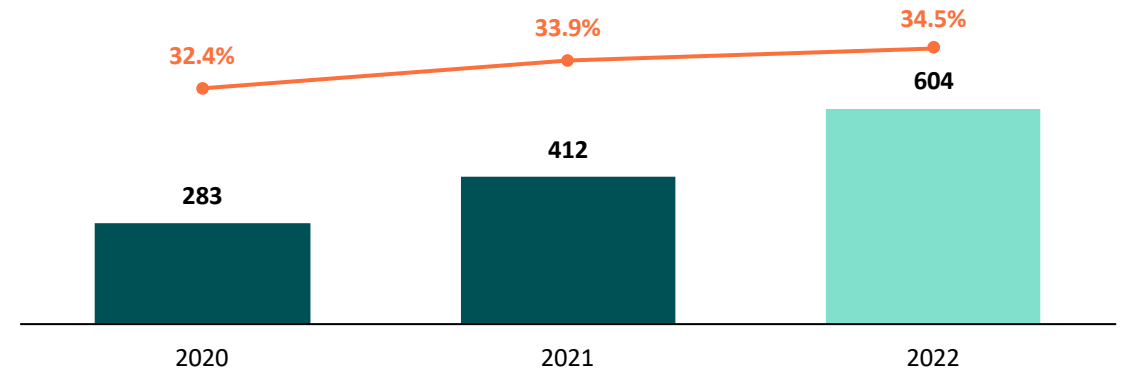
Ingresos Netos

(MM COP)



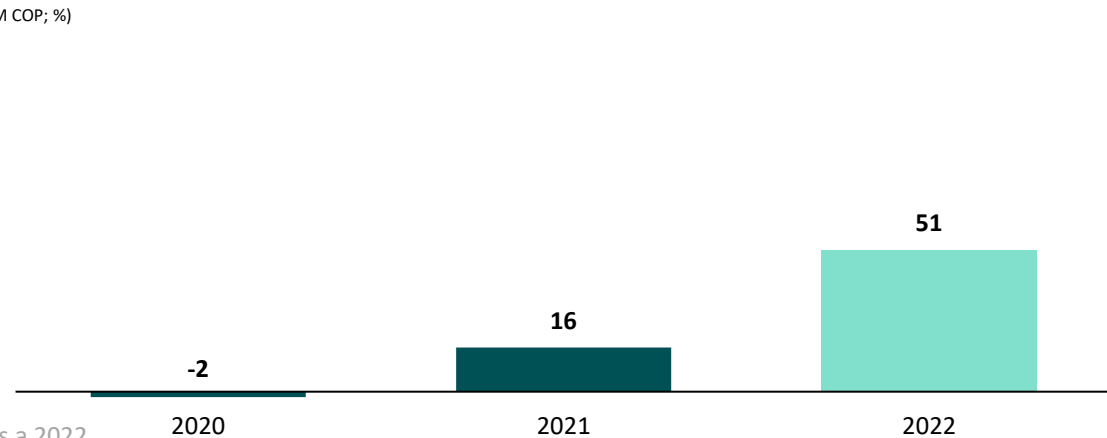
Utilidad Bruta y Margen

(MM COP; %)



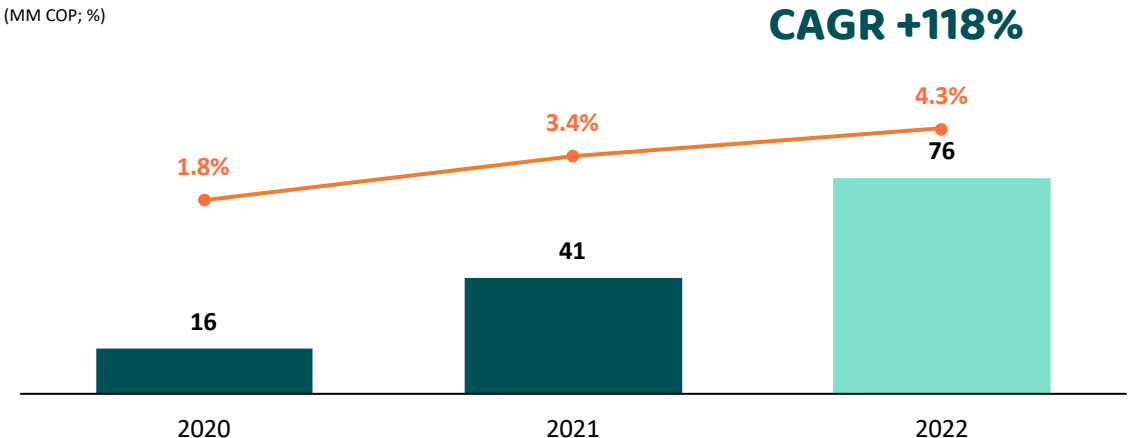
Utilidad Operacional Recurrente

(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP; %)

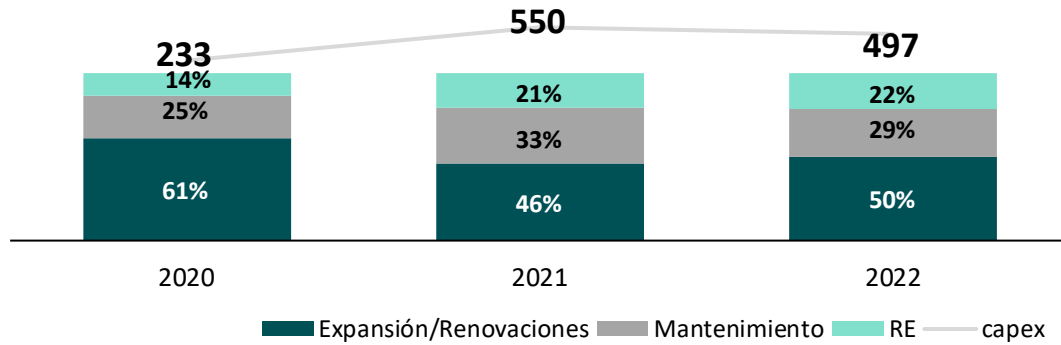




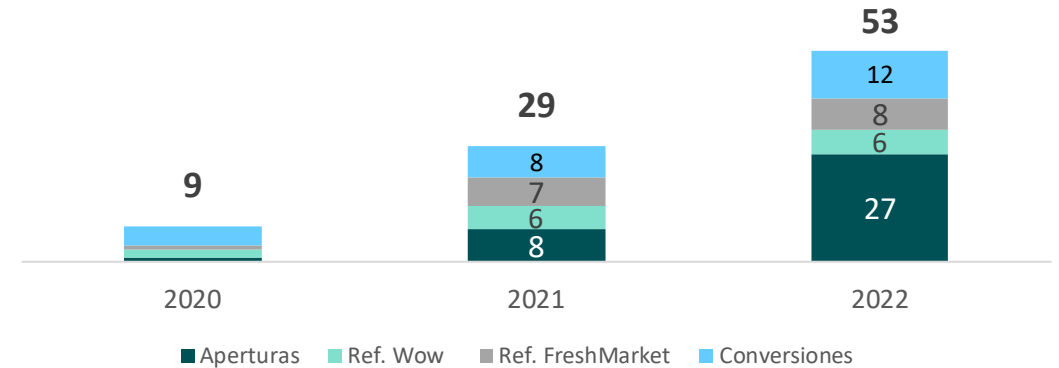
Sólida generación de caja y consistente ejecución de capex

CapEx en LATAM

(MM COP)

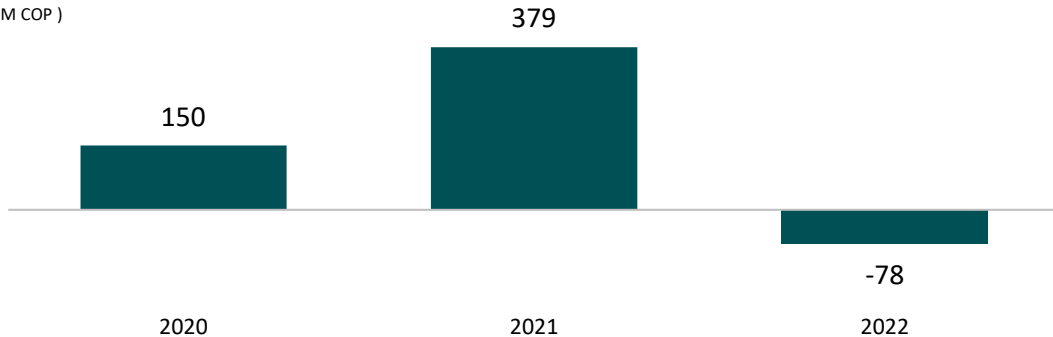


Número de proyectos de apertura y reformas consolidado



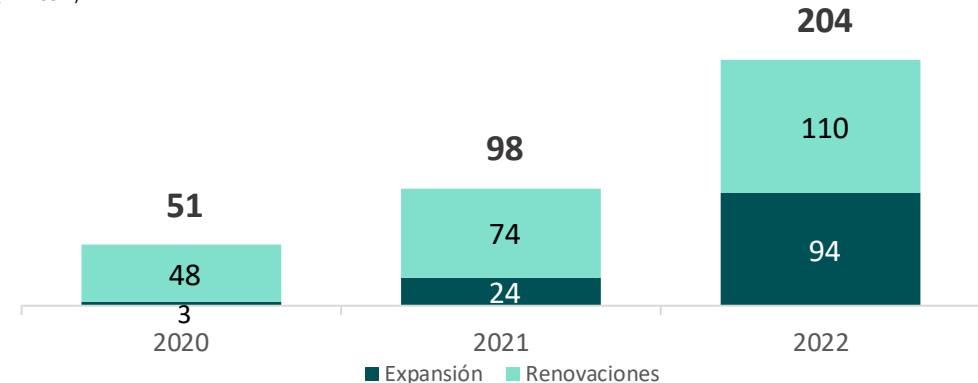
Flujo de Caja Neto – Holding

(MM COP)



Inversión en expansión y renovaciones Colombia

(MM COP)

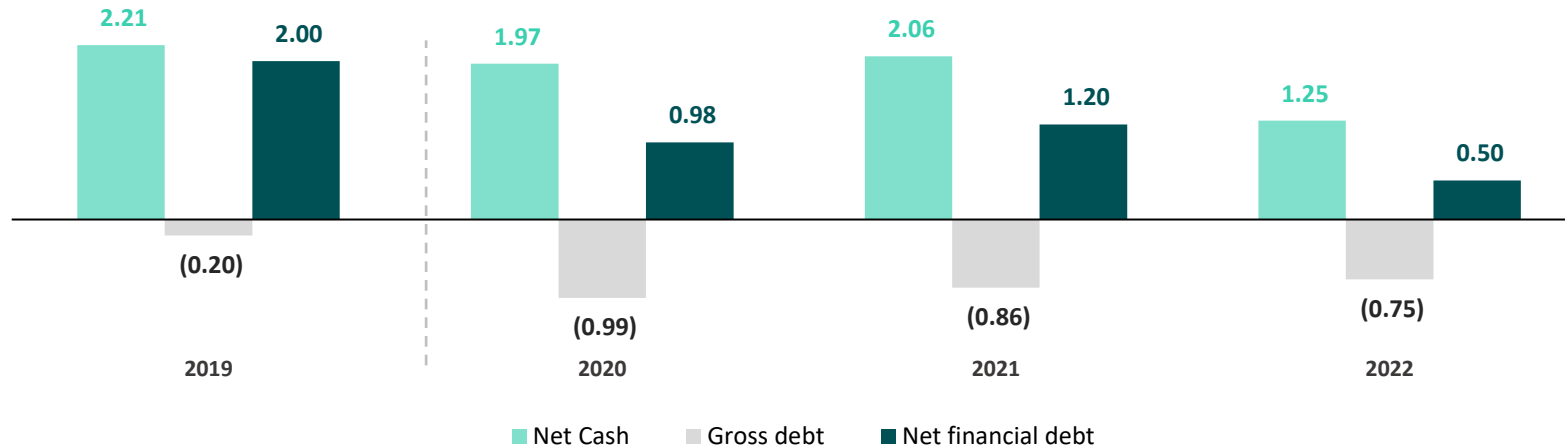


Nota: Cifras a 2022. El flujo de caja en 2022 incluye el efecto de inversión en inventarios como estrategia de mitigación para la compensar el alza de precios, especialmente de alimentos, en la región.

Sólida generación de caja y consistente ejecución de capex

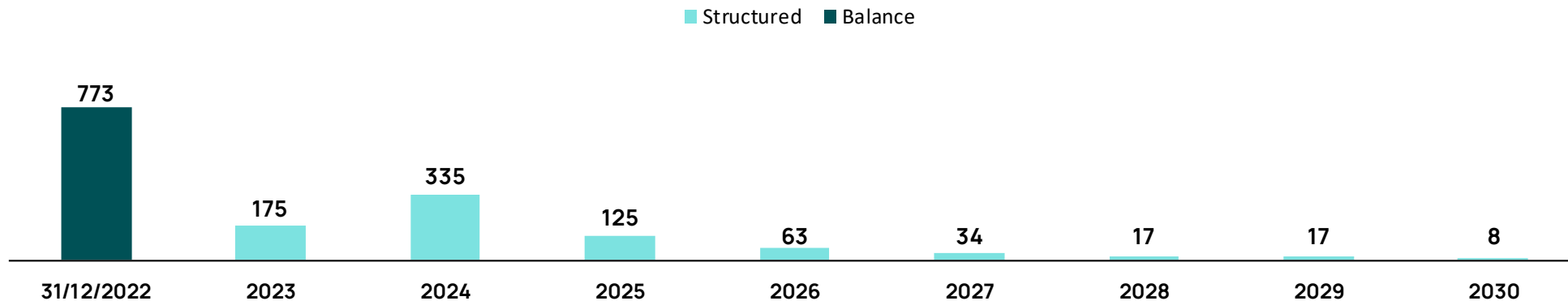
Deuda Neta Holding

(B COP)



Vencimientos de Deuda Bruta a nivel Holding

(MM COP)



Anexos

Crecimiento de los ingresos operacionales de un alto dígito (+12,4% en base comparable¹) gracias a la solidez de las ventas en los tres países

2T23 Hechos destacados consolidados¹

Ingresos Operacionales

\$5,1 B

(+8.5% vs 2T22, +12.4%¹)

VMM³

+5.9% (+9.8%¹)

EBITDA recurrente

\$395.391 M, +6.6%, 7.7% margen

Resultado Neto

-\$6,184 M

(-0.1% margen)



Financieros

- **Ingresos trimestrales** impulsados por: Crecimiento doble dígito de las ventas de Uru y Arg (en ML) y el sólido desempeño inmobiliario
- **Ingresos 1S23** +13,5% vs 1S22 (+17,1%² en bases comparables)
- **EBITDA recurrente** +6,6%, por aumento del margen bruto (+100 pb), a pesar de presiones inflacionarias sobre los costos en todos los países
- **Resultado neto** reflejó: Contribución positiva del retail y del impuesto sobre la renta compensado por mayores gastos financieros, interés minoritario y provisiones TUYA
- **El flujo de caja** libre alcanzó \$92 mil millones



Inversión & expansión

- **Inversiones por \$106,419 M, 63%** dirigidos a expansión
- **Expansión 12 meses :**
 - ✓ **87 tiendas⁴** (Col 70, Uru 5, Arg 12)
 - ✓ **Optimización de tiendas** en Colombia
 - ✓ Apertura de la primera tienda **Fresh Market en Buenos Aires, Arg**
 - ✓ Total **639 tiendas, 1.05 M m²**



Operacionales

- **Sólido desempeño del Omnicanal** (crecimiento del 7.6%; participación del 9.8% sobre las ventas consolidadas, Col 12.7%, Uru 2.7% and Arg 4.3%)
- Participación de **formatos innovadores** en las ventas de Colombia +42% (+1.3 p.p. vs 2T22); +43.3% consol.
- **Neg Inmobiliario** en 2T23 registró mayores ingresos (+17,8% consol y +18,9% Col) por rentas y tasas administrativas



Gobierno Corporativo

- El 26 de junio, Grupo Casino declaró que está trabajando en un plan de venta de activos no estratégicos y luego mencionó que **"GPA y Éxito son activos que pueden venderse como parte del plan a 3 años del Grupo para la venta de activos, y que hasta la fecha no hay hechos ni proceso de venta en curso para GPA. El único proyecto activo en este momento que involucra estas dos empresas es la segregación de los negocios de Éxito y GPA"**.
- Este anuncio no tiene ningún impacto en el proceso de listado de Éxito



Resultados Financieros



Las ventas consolidadas crecieron 8,2% (+12,3% si se excluye el efecto del día sin IVA)

Resultados de ingresos operacionales 2T23

Colombia

in COP M	2Q23	2Q22	% Var
Ventas netas	3,505,457	3,384,527	3.6%
Otros Ingresos Operacionales	194,912	165,841	17.5%
Total Ingresos Operacionales	3,700,369	3,550,368	4.2%
in COP M	1H23	1H22	% Var
Ventas netas	7,135,800	6,703,692	6.4%
Otros Ingresos Operacionales	387,718	373,687	3.8%
Total Ingresos Operacionales	7,523,518	7,077,379	6.3%

Uruguay

2Q23	2Q22	% Var
1,036,584	771,878	34.3%
8,692	6,931	25.4%
1,045,276	778,809	34.2%
1H23	1H22	% Var
2,198,053	1,533,098	43.4%
18,347	13,728	33.6%
2,216,400	1,546,826	43.3%

Argentina

2Q23	2Q22	% Var
359,927	373,833	(3.7%)
14,159	14,348	(1.3%)
374,086	388,181	(3.6%)
1H23	1H22	% Var
805,347	668,596	20.5%
30,703	26,591	15.5%
836,050	695,187	20.3%

Consolidado

2Q23	2Q22	% Var
4,901,361	4,530,238	8.2%
217,759	186,977	16.5%
5,119,120	4,717,215	8.5%
1H23	1H22	% Var
10,138,593	8,905,386	13.8%
436,681	413,796	5.5%
10,575,274	9,319,182	13.5%

- **Ingresos Op +4,2%**, impulsados por neg inmobiliario(+18,9%).
- **Ventas +3,6% (+9,0%¹ y VMM +0,7% (+6,1%¹)** impulsadas por PGC (+9,7%), omnicanal (+5,8%) e innovación (participación +1,3 p.p.) compensadas en 5,4 p.p. exc el día sin IVA de la base
- Inflación interna alimentos 4,4 p.p. por debajo del IPC nacional de alimentos
- **Éxito: ventas +0.1%, VMM -2.2%**, derivadas de Frescos (+8.1%) y PGC (+7.7%) afectadas por caída doble dígito de ventas de digital por cancelación del día sin IVA en 2T23.
- **Carulla: ventas +15.4%, VMM +15.9%**, impulsadas por alimentos (+15.8%) y omnicanal (+65%)
- **Bajo costo & Otros²: ventas +7.7%, VMM -0.8%**
 - Surtimayorista: ventas +13.6%, VMM +0.4%
 - Surtimax: ventas +2.1%, VMM +1.1%,
 - Super Inter : ventas -2.8%. VMM -2.7%

Ingresos Op +13.5% en ML.

Ventas +13.5%, VMM +13.3%, por encima de la inflación (5.9%), impulsadas por:

- Resultado positivo de las actividades comerciales
- 29 tiendas Fresh Market (+18,2%, +7 p.p. por encima de las tiendas normales, 58,2%/ventas)
- Ventas omnicanal (+7,7%)

Ingresos Op +153% en ML;

resultados en pesos col afectados por efecto de TC negativo de 61,9%.

Ventas +152.8%, VMM+117.7%, por encima de inflación (120.9%) producto de:

- Mejor tendencia comercial
- Ventas omnicanal (+201,2%, 4,3%/ventas)
- Formato C&C (11 tiendas MiniMayorista, 13,9%/ventas)

Otros ingresos (+159.1% en ML) por sólidos niveles de ocupación (93%)

Ingresos operacionales +8.5% (+10.8% exc TC)

Ventas +8.2% derivadas de:

- Sólidos resultados en los tres países (+12,3%¹ en términos comparables)
- Expansión 12M (87 tiendas)

Otros ingresos +16.5%

impulsados por los ingresos inmobiliarios (rentas y gastos administrativos +17,8%) y la venta de activos en Colombia por valor de \$18.000 M

Notas: Los datos en pesos incluyen un efecto TC del 18,3% en Uruguay en ventas y en el EBITDA recurrente en el 2T23 y del 26,3% en el 1S23 y del -61,9% y -50,5% en Argentina, respectivamente, calculados con el tipo de cambio de cierre. VMM En moneda local, incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -1,5% en Colombia (2,0% en Éxito, y -0,1% en segmentos LC), 0,5% en Uruguay y 0,7% en Argentina (1) En base comparable al excluir el día sin IVA. (2) Segmento incluye ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario 120 (inventario) por \$18K M en 2T23 y \$47.2 en 1S23).

El crecimiento de los ingresos en todos los países y las eficiencias internas compensaron parcialmente las presiones inflacionarias sobre los costos y gastos

Desempeño operacional por país en 2T23

Colombia

en millones de pesos colombianos	2Q23	2Q22	% Var
Ingresos Operacionales	3,700,369	3,550,368	4.2%
Utilidad Bruta	838,622	789,746	6.2%
<i>Margen Bruto</i>	22.7%	22.2%	42 bps
Total Gastos	(708,682)	(625,731)	13.3%
<i>Gastos/Ing Op</i>	19.2%	17.6%	153 bps
EBITDA Recurrente	270,215	289,657	(6.7%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	7.3%	8.2%	(86) bps

Uruguay

	2Q23	2Q22	% Var
Ingresos Operacionales	1,045,276	778,809	34.2%
Utilidad Bruta	371,859	265,750	39.9%
<i>Margen Bruto</i>	35.6%	34.1%	145 bps
Total Gastos	(274,833)	(208,098)	32.1%
<i>Gastos/Ing Op</i>	26.3%	26.7%	(43) bps
EBITDA Recurrente	118,553	74,300	59.6%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	11.3%	9.5%	180 bps

Argentina

	2Q23	2Q22	% Var
Ingresos Operacionales	374,086	388,181	(3.6%)
Utilidad Bruta	128,947	131,362	(1.8%)
<i>Margen Bruto</i>	34.5%	33.8%	63 bps
Total Gastos	(128,124)	(126,294)	1.4%
<i>Gastos/Ing Op</i>	34.2%	32.5%	172 bps
EBITDA Recurrente	6,623	6,946	(4.7%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	1.8%	1.8%	(2) bps

Colombia

UB: +6,2%, margen 22,7% (+42 pb), reflejó un sólido crecimiento impulsado por el negocio inmobiliario y a pesar de la inversión en precios y el contexto inflacionario.

EBITDA recurrente: -6,7%, margen 7,3% (-86 pb) mostró i) ventas afectadas por el menor consumo, ii) inversión en precios, iii) presiones inflacionarias sobre costos/gastos, y iv) mayores impuestos operacionales¹.

Uruguay

UB: +39.9%, 35.6% margen (+145 pb), impulsado por la mejor tendencia del consumo

EBITDA recurrente: +59,6%, margen del 11,3% (+180 pb), reflejó un sólido desempeño comercial y eficiencias internas que hicieron que los gastos crecieran por debajo de los niveles de incremento de las ventas.

Argentina

UB: -1.8% (157.7% exc TC), 34.5% margen (+63 pb), impulsados por la mayor participación del formato C&C y la eficiencia en costos a pesar de la inversión en precios

EBITDA recurrente: -4,7%, margen del 1,8% (-2 pb), afectado por el efecto del TC, compensado por el sólido crecimiento de las ventas (en ML) y las eficiencias operativas a pesar del efecto del IPC en los salarios.

Nota: El perímetro Colombia incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales. Datos en COP incluyen un efecto TC de 18.3% en Uruguay en las ventas y en EBITDA recurrente en 2T23 y 26.3% en 1S23 y -61.9% y -50.5% en Argentina, respectivamente, calculados con la tasa de cambio de cierre. (1) Mayor impuesto operacional de \$31mil M durante 2023 debido a la reforma tributaria aprobada en 2022.

Sólido aumento del margen bruto en todos los países y los esfuerzos por aumentar la productividad se tradujeron en un crecimiento del EBITDA recurrente (+6,6% en el 2T23; 7,8% en 1S23, +12,1% en términos comparables¹)

Desempeño operacional consolidado

1S23 Hechos destacados del EBITDA recurrente

➤ Sólidos resultados comerciales en Uruguay y Argentina, a pesar de las presiones inflacionarias, impulsaron el EBITDA recurrente (+27,6% y +193,2% en LC, respectivamente) y compensaron el resultado de Colombia, afectado por

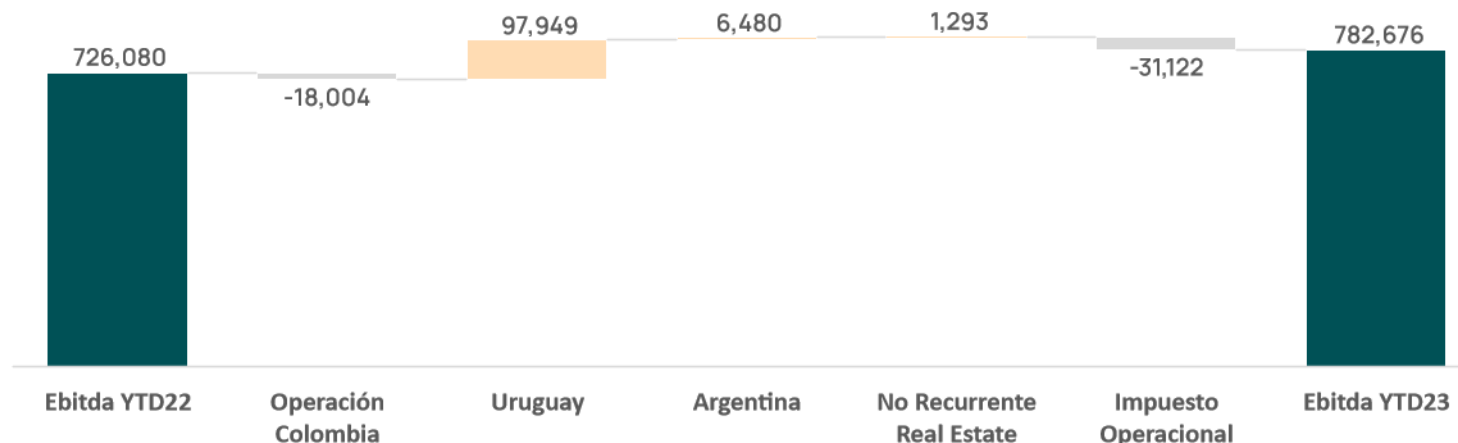
- (i) No recurrentes relacionados con 2 días sin IVA (1 en 1T23 y 1 en 2T23)
- (ii) Un mayor impuesto operacional durante 2023 debido a la reforma tributaria aprobada en Colombia en 2022 (+26 pb en consol; +39 pb en Col)

➤ Efecto positivo del TC en los resultados de Uruguay compensado por el efecto negativo del TC en Argentina

➤ Crecimiento anual compuesto del EBITDA recurrente a 3 años del 11,7% (al 1S23)

en millones de pesos colombianos	2Q23	2Q22	% Var	1H23	1H22	% Var
Total Ingresos Operacionales	5,119,120	4,717,215	8.5%	10,575,274	9,319,182	13.5%
Utilidad Bruta	1,339,428	1,186,872	12.9%	2,772,347	2,361,370	17.4%
<i>Margen Bruto</i>	26.2%	25.2%	100 bps	26.2%	25.3%	88 bps
Total Gastos	(1,111,639)	(960,123)	15.8%	(2,325,963)	(1,923,545)	20.9%
<i>Gastos/Ing Op</i>	21.7%	20.4%	136 bps	22.0%	20.6%	135 bps
EBITDA Recurrente	395,391	370,917	6.6%	782,676	726,080	7.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	7.7%	7.9%	(14) bps	7.4%	7.8%	(39) bps

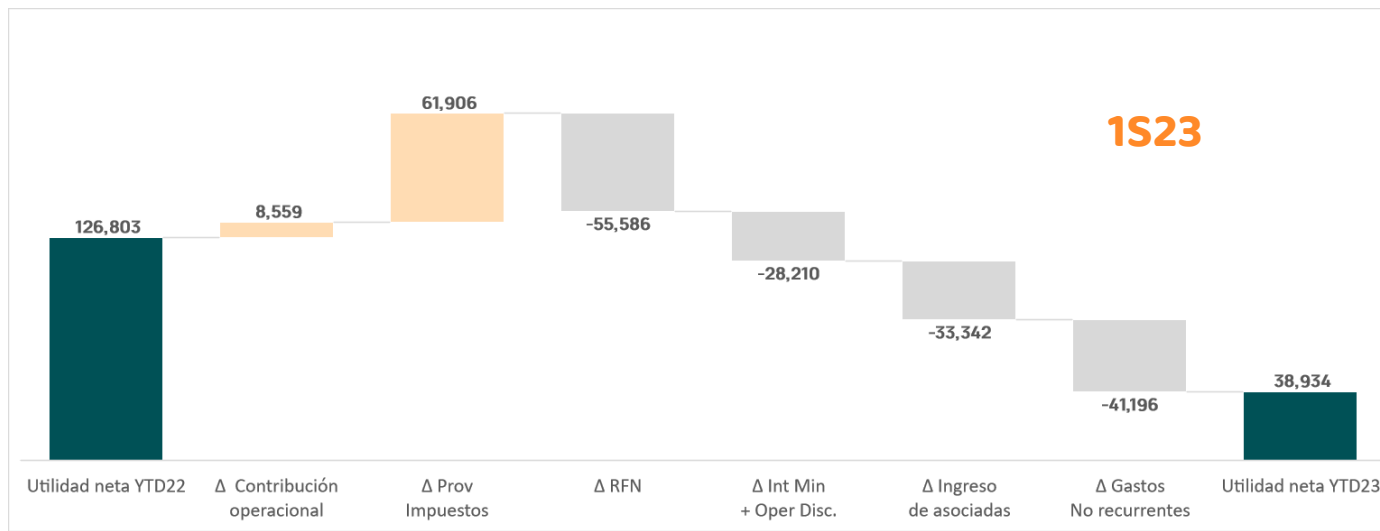
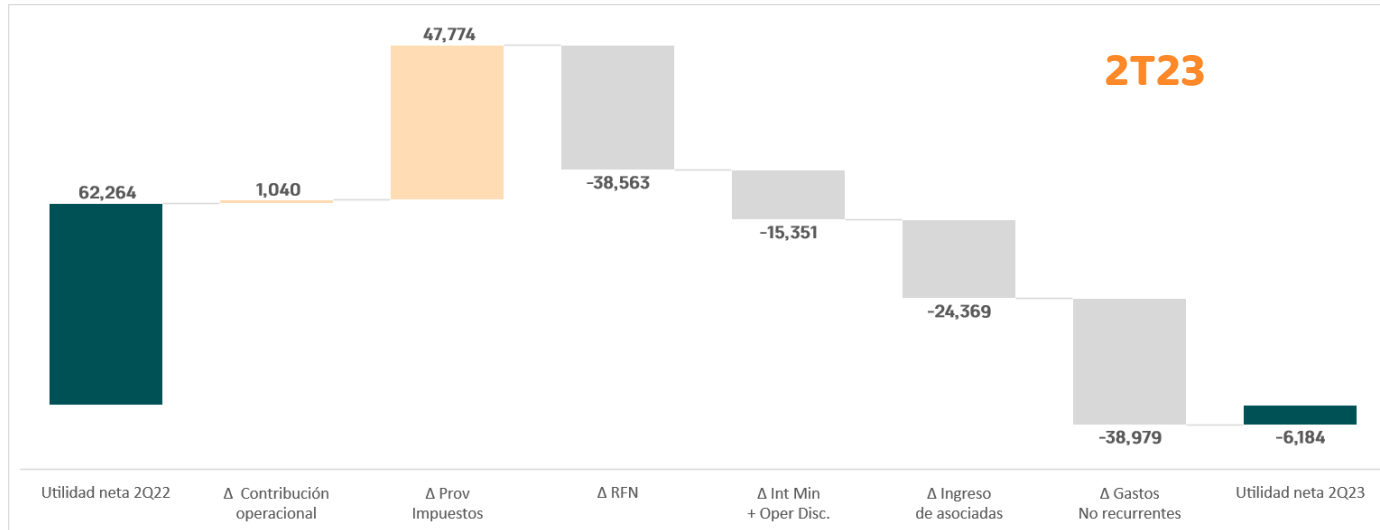
Bridge EBITDA Recurrente Consolidado



Nota: El perímetro de Colombia incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales. Resultados consolidados de Colombia, Uruguay y Argentina, eliminaciones y efecto FX (-2,1% y 0,6% en ventas en 2T23 y 1S23, y 2,5% y 4,8% en EBITDA recurrente, respectivamente). (1) Excluyendo ingresos inmobiliarios no recurrentes por venta de desarrollo de proyectos y honorarios (\$1.2 mil M.1S23), impuestos operacionales (\$31 mil M) durante 2023 debido a la reforma tributaria aprobada en 2022.

La utilidad neta ascendió a \$38.934 M al 1S23

Resultado Neto del Grupo

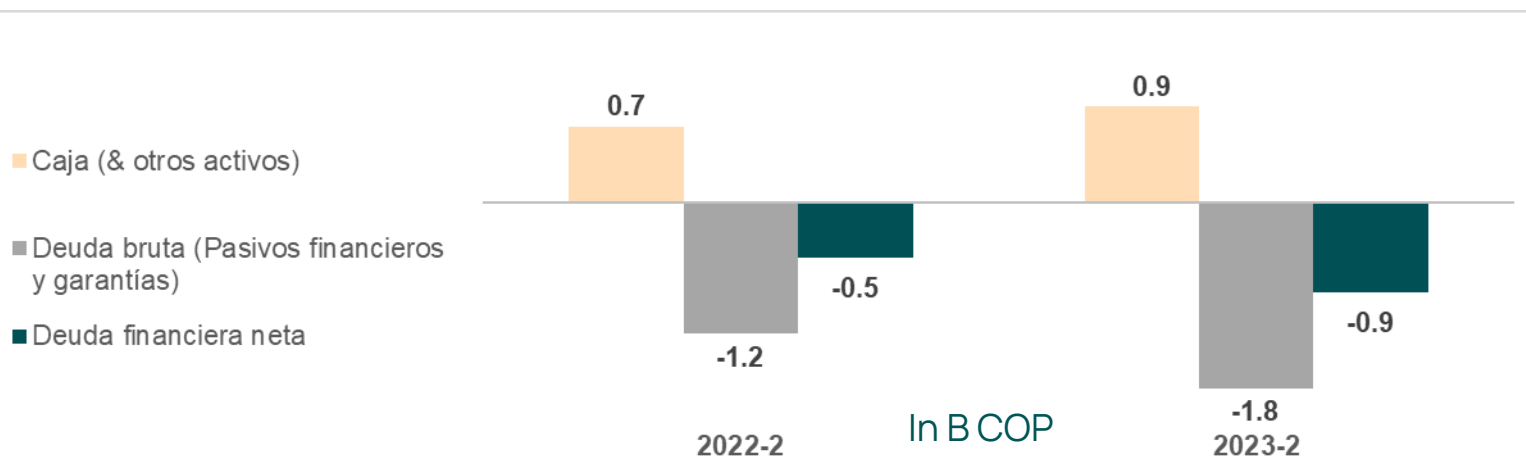


Hechos destacados del Resultado neto

- Contribución positiva de las operaciones retail internacionales (en ML) y Colombia (a pesar del efecto del día sin IVA), así como la variación positiva del impuesto sobre la renta.
- Variaciones negativas derivadas de: (i) mayores gastos financieros (tasas¹+725 pb vs 2T22), (ii) mejores resultados en Uruguay se tradujeron en mayor interés minoritario, (iii) participación de utilidad de TUYA afectada por provisiones, y (iv) variación de gastos no recurrentes relacionados con el proyecto de listado en bolsa.
- **Resultado Neto** en el 1S23 totalizó \$38,934 M impulsado principalmente por las operaciones internacionales y las variaciones en el impuesto de renta, parcialmente compensado por partidas no operacionales en Colombia y Argentina.

El flujo de caja libre alcanzó \$92.000 M, un resultado positivo en medio de la desaceleración económica, mayores niveles de inversión y una alta base comparable

1S23 Endeudamiento y Caja a nivel holding¹



Hechos destacados de Caja y Deuda

- Los dividendos de las filiales permitieron cubrir las necesidades de inversión de la compañía y los pagos a los accionistas
- Presiones en gastos financieros por mayores tasas repo (+2x más vs 2T22)
- Deuda bruta aumentó \$532,000 M principalmente por requerimientos estacionales de créditos rotativos

En miles de millones de pesos colombianos	12M 2Q 2023	12M 2Q 2022	Var
Ebitda IFRS 16	939	1,067	-12.0%
Amortización de pasivo por arrendamiento	(384)	(347)	10.5%
Resultado operacional antes de cambios en el capital de trabajo	426	685	-37.8%
Movimientos por impuestos	(81)	(101)	-19.5%
Movimientos por capital de trabajo	(84)	(48)	75.3%
Inversión en capital	(441)	(339)	29.9%
Flujo de caja libre antes de rendimientos de inversiones	(180)	197	-191.2%
Dividendos recibidos	271	170	59.5%
Flujo de caja libre	92	367	-75.0%
Flujo de caja para los accionistas	(111)	368	-130.3%

Nota: Cifras expresadas en escala larga, miles de millones de COP representan 1.000.000.000.000. La tasa repo del Banco Central aumentó en Colombia a 13.25% en el 2T23 (vs. 6% al 2T22 y 13% al 1T23) para controlar la inflación. Flujo de caja en 2022 expresado en línea con el estado. (1) Holding: Resultados de Almacenes Éxito S.A sin Colombia ni filiales internacionales.

El crecimiento trimestral doble dígito de los ingresos¹ y el aumento del margen bruto impulsaron el desempeño operativo

Conclusiones

- **Finalización** de la escisión y ADR y BDR previsto para el 3T23.
- **Crecimiento de las ventas consolidadas doble dígito en base comparable¹**, en moneda local en los tres países.
- **El EBITDA recurrente creció en 2T y 1S** impulsado por la **protección del margen bruto** en todos los países, a pesar de las presiones inflacionarias.
- **Resultado Neto acumulado** impulsado por **desempeño operacional** positivo y variaciones en el impuesto a la renta, parcialmente compensado por ítems temporales y no operacionales en Colombia y Argentina, mayores gastos financieros y participación en la utilidad de TUYA.
- **Generación de caja (\$92 mil M)** para continuar consolidando un camino sólido para desarrollar la estrategia del retail e inmobiliaria
- **Crecimiento de ventas de doble dígito en Colombia** en base comparable¹, impulsado por el crecimiento de un dígito alto de las ventas de alimentos apalancado en innovación y omnicanalidad.
- **Sólidos resultados del negocio inmobiliario** en Colombia (+18,9%).
- Destacado desempeño de Uruguay (por encima de la inflación) que consolida el liderazgo en el mercado.
- **Generación de caja en Argentina** invertida en tiendas Cash and Carry y apertura de la primera tienda Fresh Market en Buenos Aires; resultados en COP impactados por Tipo de cambio.

Nota: Resultados consolidados de Colombia, Uruguay y Argentina, eliminaciones y efecto FX (-2,1% y 0,6% en ventas en 2T23 y 1S23, y 2,5% y 4,8% en EBITDA recurrente, respectivamente); el perímetro de Colombia incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales. (1) Cuando se excluye el efecto del día sin IVA.

Resultados financieros consolidados 2T23

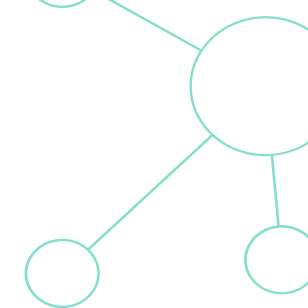
en millones de pesos colombianos	2Q23	2Q22	% Var	1H23	1H22	% Var
Ventas Netas	4,901,361	4,530,238	8.2%	10,138,593	8,905,386	13.8%
Otros Ingresos Operacionales	217,759	186,977	16.5%	436,681	413,796	5.5%
Total Ingresos Operacionales	5,119,120	4,717,215	8.5%	10,575,274	9,319,182	13.5%
Costo de Ventas	(3,753,325)	(3,505,354)	7.1%	(7,750,062)	(6,909,094)	12.2%
Costo Depreciación y Amortización	(26,367)	(24,989)	5.5%	(52,865)	(48,718)	8.5%
Utilidad Bruta	1,339,428	1,186,872	12.9%	2,772,347	2,361,370	17.4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26.2%</i>	<i>25.2%</i>	<i>100 bps</i>	<i>26.2%</i>	<i>25.3%</i>	<i>88 bps</i>
Gastos O&AV	(970,404)	(840,944)	15.4%	(2,042,536)	(1,684,008)	21.3%
Gasto Depreciación y Amortización	(141,235)	(119,179)	18.5%	(283,427)	(239,537)	18.3%
Total Gastos	(1,111,639)	(960,123)	15.8%	(2,325,963)	(1,923,545)	20.9%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>21.7%</i>	<i>20.4%</i>	<i>136 bps</i>	<i>22.0%</i>	<i>20.6%</i>	<i>135 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	227,789	226,749	0.5%	446,384	437,825	2.0%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.4%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(36) bps</i>	<i>4.2%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(48) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(28,468)	10,511	(370.8%)	(33,678)	7,518	(548.0%)
Utilidad Operacional (EBIT)	199,321	237,260	(16.0%)	412,706	445,343	(7.3%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.9%</i>	<i>5.0%</i>	<i>(114) bps</i>	<i>3.9%</i>	<i>4.8%</i>	<i>(88) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(131,300)	(92,737)	41.6%	(198,122)	(142,536)	39.0%
Resultado de Asociadas y Negocios Conjuntos	(23,313)	1,056	(2307.7%)	(50,105)	(16,763)	198.9%
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	44,708	145,579	(69.3%)	164,479	286,044	(42.5%)
Impuesto Renta	2,840	(44,934)	106.3%	(37,868)	(99,774)	(62.0%)
Resultado Neto Operaciones Continuas	47,548	100,645	(52.8%)	126,611	186,270	(32.0%)
Participación de no Controlantes	(53,732)	(38,381)	40.0%	(87,677)	(59,467)	47.4%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	-	-	0.0%	-	-	0.0%
Resultado Neto Grupo Éxito	(6,184)	62,264	(109.9%)	38,934	126,803	(69.3%)
<i>Margen Neto</i>	<i>(0.1%)</i>	<i>1.3%</i>	<i>(144) bps</i>	<i>0.4%</i>	<i>1.4%</i>	<i>(99) bps</i>
EBITDA Recurrente	395,391	370,917	6.6%	782,676	726,080	7.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.7%</i>	<i>7.9%</i>	<i>(14) bps</i>	<i>7.4%</i>	<i>7.8%</i>	<i>(39) bps</i>
EBITDA CVM	343,610	382,484	(10.2%)	698,893	716,835	(2.5%)
<i>Margen EBITDA CVM</i>	<i>6.7%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(140) bps</i>	<i>6.6%</i>	<i>7.7%</i>	<i>(108) bps</i>
EBITDA	366,923	381,428	(3.8%)	748,998	733,598	2.1%
<i>Margen EBITDA</i>	<i>7.2%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(92) bps</i>	<i>7.1%</i>	<i>7.9%</i>	<i>(79) bps</i>
Acciones	1,297.864	1,297.864	0.0%	1,297.864	1,297.864	0.0%
Utilidad por Acción	(4.8)	48.0	(109.9%)	30.0	97.7	(69.3%)

Nota: Resultados consolidados de Colombia, Uruguay y Argentina, eliminaciones y efecto TC (-0,6% y 1,4% en ventas en 2T23 y 1S23, y 3,4% y 5,3% en EBITDA recurrente, respectivamente). El EBITDA CVM se refiere al beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones (EBITDA) más los Resultados de Asociadas y Joint Ventures. La UPA del 2T23 considera promedio ponderado de acciones en circulación (NIIF 33), que corresponde a 1.297.864.359 acciones (incluyendo la operación de recompra finalizada el 30 de junio de 2022 y el desdoblamiento de acciones 1:3 del 18 de noviembre de 2022).

Estado de resultados e inversiones por país 2T23

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	2Q23	2Q23	2Q23	2Q23
Ventas netas	3,505,457	1,036,584	359,927	4,901,361
Otros Ingresos Operacionales	194,912	8,692	14,159	217,759
Total Ingresos Operacionales	3,700,369	1,045,276	374,086	5,119,120
Costo de Ventas	(2,836,991)	(671,340)	(245,605)	(3,753,325)
Costo Depreciación y Amortización	(24,756)	(2,077)	466	(26,367)
Utilidad Bruta	838,622	371,859	128,947	1,339,428
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.7%</i>	<i>35.6%</i>	<i>34.5%</i>	<i>26.2%</i>
Gastos O&AV	(593,163)	(255,383)	(121,858)	(970,404)
Gasto Depreciación y Amortización	(115,519)	(19,450)	(6,266)	(141,235)
Total Gastos	(708,682)	(274,833)	(128,124)	(1,111,639)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>19.2%</i>	<i>26.3%</i>	<i>34.2%</i>	<i>21.7%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	129,940	97,026	823	227,789
<i>Margen ROI</i>	<i>3.5%</i>	<i>9.3%</i>	<i>0.2%</i>	<i>4.4%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(30,711)	1,575	668	(28,468)
Utilidad Operacional (EBIT)	99,229	98,601	1,491	199,321
<i>Margen EBIT</i>	<i>2.7%</i>	<i>9.4%</i>	<i>0.4%</i>	<i>3.9%</i>
Resultado Financiero Neto	(108,437)	(1,849)	(21,014)	(131,300)
EBITDA Recurrente	270,215	118,553	6,623	395,391
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.3%</i>	<i>11.3%</i>	<i>1.8%</i>	<i>7.7%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	74,161	25,766	6,492	106,419
<i>en moneda local</i>	74,161	225	519	

Balance general Consolidado



en millones de pesos colombianos	Dec 2022	Jun 2023	Var %
ACTIVOS	18,183,289	17,379,523	(4.4%)
Activo corriente	5,947,863	5,519,330	(7.2%)
Caja y equivalentes de caja	1,733,673	1,393,950	(19.6%)
Inventarios	2,770,443	2,765,708	(0.2%)
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	779,355	642,228	(17.6%)
Activos por impuestos	509,884	610,556	19.7%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	21,800	20,436	(6.3%)
Otros	132,708	86,452	(34.9%)
Activos No Corrientes	12,235,426	11,860,193	(3.1%)
Plusvalía	3,484,303	3,355,987	(3.7%)
Otros activos intangibles	424,680	408,101	(3.9%)
Propiedades, planta y equipo	4,474,280	4,332,950	(3.2%)
Propiedades de Inversión	1,841,228	1,810,138	(1.7%)
Derechos de uso	1,443,469	1,411,428	(2.2%)
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	300,021	285,016	(5.0%)
Activo por impuesto diferido	142,589	176,779	24.0%
Activos por impuestos	-	-	0.0%
Otros	124,856	79,794	(36.1%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2022	Jun 2023	Var %
PASIVOS	9,748,843	9,344,287	(4.1%)
Pasivo corriente	7,415,394	7,285,080	(1.8%)
Cuentas por pagar	5,651,303	4,469,187	(20.9%)
Pasivos por arrendamiento	263,175	274,606	4.3%
Obligaciones financieras	915,604	2,065,206	N/A
Otros pasivos financieros	136,223	102,542	(24.7%)
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	0.0%
Pasivos por impuestos	109,726	75,150	(31.5%)
Otros	339,363	298,389	(12.1%)
Pasivos no corrientes	2,333,449	2,059,207	(11.8%)
Cuentas por pagar	70,472	40,823	(42.1%)
Pasivos por arrendamiento	1,392,780	1,343,846	(3.5%)
Obligaciones financieras	539,980	348,756	(35.4%)
Otras provisiones	15,254	11,872	(22.2%)
Pasivo por impuesto diferido	277,713	274,115	(1.3%)
Pasivos por impuestos	2,749	6,591	N/A
Otros	34,501	33,204	(3.8%)
PATRIMONIO	8,434,446	8,035,236	(4.7%)

Flujo de caja Consolidado

en millones de pesos colombianos	Jun 2023	Jun 2022	Var %
Ganancia	126,611	186,270	(32.0%)
Resultado operacional antes de cambios en el capital de trabajo	743,994	685,650	8.5%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	(414,454)	(766,309)	(45.9%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(269,014)	(147,165)	82.8%
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	397,152	(416,969)	N/A
Variación neta antes del efecto de las tasas de cambio	(286,316)	(1,330,443)	(78.5%)
Efectos de la variación en la tasa de cambio	(53,407)	32,753	N/A
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(339,723)	(1,297,690)	(73.8%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	1,733,673	2,541,579	(31.8%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	1,393,950	1,243,889	12.1%

Estado de resultados a nivel Holding⁽¹⁾ 2T23

en millones de pesos colombianos	2Q23	2Q22	% Var	1H23	1H22	% Var
Ventas Netas	3,508,364	3,388,924	3.5%	7,140,696	6,711,814	6.4%
Otros Ingresos Operacionales	102,384	87,338	17.2%	208,356	216,413	(3.7%)
Total Ingresos Operacionales	3,610,748	3,476,262	3.9%	7,349,052	6,928,227	6.1%
Costo de Ventas	(2,830,218)	(2,735,369)	3.5%	(5,758,180)	(5,431,647)	6.0%
Costo Depreciación y Amortización	(23,132)	(21,004)	10.1%	(45,688)	(41,594)	9.8%
Utilidad Bruta	757,398	719,889	5.2%	1,545,184	1,454,986	6.2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>21.0%</i>	<i>20.7%</i>	<i>27 bps</i>	<i>21.0%</i>	<i>21.0%</i>	<i>2 bps</i>
Gastos O&AV	(579,866)	(512,738)	13.1%	(1,185,966)	(1,033,868)	14.7%
Gasto Depreciación y Amortización	(113,102)	(98,707)	14.6%	(220,300)	(194,601)	13.2%
Total Gastos	(692,968)	(611,445)	13.3%	(1,406,266)	(1,228,469)	14.5%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(19.2%)</i>	<i>(17.6%)</i>	<i>(160) bps</i>	<i>(19.1%)</i>	<i>(17.7%)</i>	<i>(140) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	64,430	108,444	(40.6%)	138,918	226,517	(38.7%)
<i>Margen ROI</i>	<i>1.8%</i>	<i>3.1%</i>	<i>(134) bps</i>	<i>1.9%</i>	<i>3.3%</i>	<i>(138) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(33,764)	(7,320)	361.3%	(38,204)	(9,121)	318.9%
Utilidad Operacional (EBIT)	30,666	101,124	(69.7%)	100,714	217,396	(53.7%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>0.8%</i>	<i>2.9%</i>	<i>(206) bps</i>	<i>1.4%</i>	<i>3.1%</i>	<i>(177) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(118,485)	(65,511)	80.9%	(202,126)	(110,219)	83.4%
Resultado Neto Grupo Éxito	(6,184)	62,264	(109.9%)	38,934	126,803	(69.3%)
<i>Margen Neto</i>	<i>(0.2%)</i>	<i>1.8%</i>	<i>(196) bps</i>	<i>0.5%</i>	<i>1.8%</i>	<i>(130) bps</i>
EBITDA Recurrente	200,664	228,155	(12.0%)	404,906	462,712	(12.5%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>5.6%</i>	<i>6.6%</i>	<i>(101) bps</i>	<i>5.5%</i>	<i>6.7%</i>	<i>(117) bps</i>

en millones de pesos colombianos	Dec 2022	Jun 2023	Var %
ACTIVOS	14,761,545	14,295,227	(3.2%)
Activo corriente	4,432,647	4,145,525	(6.5%)
Caja y equivalentes de caja	1,250,398	920,148	(26.4%)
Inventarios	2,105,200	2,144,902	1.9%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	477,912	424,795	(11.1%)
Activos por impuestos	478,476	538,934	12.6%
Otros	120,661	116,746	(3.2%)
Activos No Corrientes	10,328,898	10,149,702	(1.7%)
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	191,204	191,617	0.2%
Propiedades, planta y equipo	2,059,079	2,021,427	(1.8%)
Propiedades de Inversión	83,420	82,987	(0.5%)
Derechos de uso	1,587,943	1,631,148	2.7%
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	4,788,226	4,605,552	(3.8%)
Otros	165,949	163,894	(1.2%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2022	Jun 2023	Var %
PASIVOS	7,622,557	7,587,090	(0.5%)
Pasivo corriente	5,455,563	5,613,538	2.9%
Cuentas por pagar	4,319,342	3,397,699	(21.3%)
Pasivos por arrendamiento	261,824	281,124	7.4%
Obligaciones financieras	251,118	1,416,331	N/A
Otros pasivos financieros	123,446	89,899	(27.2%)
Pasivos por impuestos	92,846	48,597	(47.7%)
Otros	406,987	379,888	(6.7%)
Pasivos no corrientes	2,166,994	1,973,552	(8.9%)
Pasivos por arrendamiento	1,525,272	1,555,343	2.0%
Obligaciones financieras	539,980	348,756	(35.4%)
Otras provisiones	14,311	11,603	(18.9%)
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0
Otros	87,431	57,850	(33.8%)
PATRIMONIO	7,138,988	6,708,137	(6.0%)

Deuda por país y vencimiento

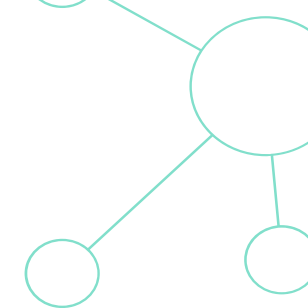
30 Jun de 2023 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	1,506,229	1,516,802	616,741	34,205	2,167,749
Obligaciones financieras corrientes	1,416,330	1,416,330	614,671	34,205	2,065,206
Otros pasivos financieros corrientes	89,899	100,472	2,070	-	102,542
Deuda de largo plazo	348,756	348,756 -	0	-	348,756
Obligaciones financieras no corrientes	348,756	348,756 -	0	-	348,756
Otros pasivos financieros no corrientes	-	-	-	-	-
Total deuda bruta ⁽¹⁾	1,854,986	1,865,559	616,741	34,205	2,516,505
Efectivo y equivalentes de efectivo	920,148	1,061,532	291,385	41,033	1,393,950
Efectivo y equivalentes al efectivo	920,148	1,061,532	291,385	41,033	1,393,950
Deuda Neta	(934,837)	(804,027)	(325,356)	6,828	(1,122,555)

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

30 Jun de 2023 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31/06/2023
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2024	100,000
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Abril 2024	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	400,000	Variable	Febrero 2025	400,000
Largo Plazo - Bilateral	200,000	Variable	Marzo 2025	200,000
Crédito rotativo - Bilateral	200,000	Variable	Abril 2025	200,000
Crédito rotativo - Bilateral	300,000	Variable	Junio 2025	300,000
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	132,915
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	138,187
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	116,700
Total deuda bruta (3)	1,965,000			1,722,802

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. Deuda bruta de la holding emitida 100% en pesos colombianos con tasa de interés inferior a IBR3M + 2,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de Referencia del Mercado: 12,47%; (1) Deuda sin garantías contingentes ni cartas de crédito (2) Otros Cobros incluidos y valoración de coberturas positivas no incluida (3) Deuda al nominal.

Tiendas y área de ventas



Marca por país	Número de tiendas	Área de ventas (m2)
Colombia		
Exito	209	620,572
Carulla	106	88,447
Surtimax	76	30,314
Super Inter	59	56,907
Surtimayorista	59	50,582
Total Colombia	509	846,821



Uruguay		
Devoto	62	40,544
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	94	92,207



Argentina		
Libertad	15	93,719
Mini Libertad	10	1,796
Mayorista	11	13,529
Total Argentina	36	109,044

TOTAL	639	1,048,072
--------------	------------	------------------

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas

+ (57) 312 796 2298

mmorenor@grupo-exito.com

Éxito Calle 80, Cr 59 A No. 79 – 30
Bogotá, Colombia

Teresita Alzate

Ejecutiva de Relación con Inversionistas

+ (574) 6049696 Ext 306560

teresita.alzate@grupo-exito.com

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

www.grupoexito.com.co

exitoinvestor.relations@grupo-exito.com

MEMBER OF
**Dow Jones
Sustainability Indices**
In Collaboration with RobecoSAM



*"The Issuers Recognition -IR granted by the Colombian Stock Exchange is not a certification about the quality of the securities listed at the BVC nor the solvency of the issuer".



