

Transcripción teleconferencia de resultados Grupo Éxito – 4T& 2023

Febrero 28 de 2024

María Fernanda Moreno: Buenos días a todos, gracias por acompañarnos hoy en la teleconferencia de resultados del tercer trimestre 2023 de Grupo Éxito. Les informamos que esta conferencia está siendo grabada.

Declaración

El presente documento contiene ciertas afirmaciones de carácter prospectivo basadas en datos, hipótesis y estimaciones que la Compañía considera razonables; no obstante, no se trata de datos históricos y no deben interpretarse como garantías de su ocurrencia futura. Las palabras "prevé", "cree", "estima", "espera", "planea" y expresiones similares, en la medida en que se refieran a la Empresa, tienen por objeto identificar las declaraciones prospectivas. Las declaraciones relativas a la declaración o el pago de dividendos, la aplicación de las principales estrategias operativas y de financiación y los planes de gasto de capital, la dirección de las operaciones futuras y los factores o tendencias que afectan a la situación financiera, la liquidez o los resultados de las operaciones, las expectativas en relación con los planes, iniciativas, proyecciones, objetivos, compromisos, expectativas o perspectivas de la empresa en materia de ASG, incluidos los objetivos y metas relacionados con la ASG, son ejemplos de declaraciones prospectivas. Aunque la administración de la Compañía cree que las expectativas y suposiciones en las que se basan dichas declaraciones prospectivas son razonables, no se debe depositar una confianza indebida en las declaraciones prospectivas.

Grupo Éxito opera en un entorno competitivo y rápidamente cambiante; por lo tanto, no es capaz de predecir todos los riesgos, incertidumbres u otros factores que puedan afectar a su negocio, su impacto potencial en su negocio, o la medida en que la ocurrencia de un riesgo o una combinación de riesgos podría tener resultados que sean significativamente diferentes de los incluidos en cualquier declaración prospectiva. Entre los factores importantes que podrían hacer que los resultados reales difirieran materialmente de los indicados en dichas declaraciones prospectivas, o que podrían contribuir a tales diferencias, se incluyen, sin limitación, los riesgos e incertidumbres expuestos en la sección "Punto 3. Información clave - D. Factores de riesgo". Información Clave - D. Factores de Riesgo" de la declaración de registro de la Compañía en el Formulario 20-F presentado ante la Securities and Exchange Commission el 20 de julio de 2023.

Las afirmaciones de carácter prospectivo contenidas en este documento se realizan únicamente a partir de la fecha del mismo. Salvo en la medida en que lo exija cualquier ley, norma o reglamento aplicable, Grupo Éxito renuncia expresamente a cualquier obligación o compromiso de publicar cualquier actualización de las declaraciones prospectivas contenidas en este comunicado para reflejar cualquier cambio en sus expectativas o cualquier cambio en los acontecimientos, condiciones o circunstancias en los que se basa cualquier declaración prospectiva contenida en este documento.

En los apéndices se incluyen las reconciliaciones de las medidas financieras no incluidas en las NIIF.

En este momento, todos los micrófonos de los participantes han sido silenciados para evitar cualquier ruido de fondo.

Me complace presentarles a nuestro Presidente, el Sr. Carlos Mario Giraldo y a nuestra Vicepresidenta Financiera, la Sra. Ivonne Windmueller.

Por favor, pasen a la **diapositiva #3** para ver la agenda. Cubriremos el resultado de la oferta pública de adquisición, la actualización de la estrategia ESG, los aspectos más destacados del trimestre, los resultados financieros y las conclusiones.

La llamada concluirá con la sesión de preguntas y respuestas, en la que todos los participantes podrán levantar la mano para hacer preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. En cualquier caso, les rogamos que indiquen su nombre completo y el nombre de la empresa.

Gracias por su atención. Ahora le paso la llamada al señor **Carlos Mario Giraldo**

Carlos Mario Giraldo, gracias María. Les doy la bienvenida a todos a esta conferencia de resultados del cuarto trimestre y año 2023. Primero, como dijo María, vamos a referirnos al resultado de la OPA, en esta **diapositiva #5**, como todos ustedes saben ha habido un cambio del accionista controlador de Éxito y la propiedad y posición la pueden ver en la diapositiva. Hoy Grupo Calleja después de la OPA tiene una posición del 86,84% en Éxito, el resto del flotante es del 13,2% que está distribuido 1,2% en la bolsa de Nueva York, 0,7% en la bolsa de Colombia y 11,3% en B3 en Brasil. Tenemos hoy alrededor de cuarenta y dos mil accionistas distribuidos en esos tres mercados.

Si pasamos a la **diapositiva #7**, destaco el desarrollo de nuestras iniciativas ESG, nuestro principal foco, como siempre, en nuestras iniciativas está la de Cero desnutrición a través de la Fundación Éxito. Beneficiamos el año pasado alrededor de 72 mil niños con nutrición complementaria y en asocio con Gobiernos nacionales y locales. Con relación al Gobierno, destacaría que en la encuesta Merco realizada en Colombia, Éxito ocupó el puesto número siete en reputación y el número uno en el retail; obtuvimos un puntaje de 73 sobre 100 en la evaluación global de sostenibilidad de S&P para el 2023 entre los diez principales retailers globales en esta clasificación y finalmente decir que seguimos siendo muy fuertes recicladores de cartón y plásticos en Colombia llegando a cerca de 19 mil toneladas el año pasado.

Pasando a la **diapositiva #9**, hablamos de los aspectos más destacados de los resultados financieros del cuarto trimestre del año anterior. Tuvimos un Ingreso Operacional de \$5,4 billones, creciendo -12.6% impactado principalmente por la fuerte devaluación Argentina. Si excluimos el impacto del tipo de cambio tanto de Argentina como de Uruguay, los ingresos operacionales fueron de -1,3%. En el lado positivo, sólidos resultados en Uruguay, en el negocio inmobiliario y una clara evolución de la Utilidad Neta. El margen bruto alcanzó el 25,4%, estable a pesar de la competencia.

El EBITDA alcanzó un margen del 9,7%, +8,1% si excluimos el impacto del tipo de cambio y -1,9% con el impacto del tipo de cambio. Nuestro Resultado Neto para el cuarto trimestre fue de \$118 mil millones vs una pérdida de \$77 mil millones del año pasado durante el 4T23.

Pasando a la **diapositiva #10**, podemos ver los resultados del año. La utilidad neta creciendo 27.2% y llegando a cerca de \$126 mil millones. Los ingresos operacionales alcanzaron \$21.1 billones creciendo 2.4% en pesos y +8.7% si excluimos el impacto cambiario. El margen de utilidad bruta mejoró en 28 puntos básicos a pesar de la inversión en margen especialmente en el mercado colombiano con estrategias como los más de 500 productos de canasta básica a precio insuperable que tenemos en Colombia.

El EBITDA ascendió a \$1.64 billones, un -1,4%, que sería del +0,8% sin el impacto del tipo de cambio. Si excluimos el impacto de impuestos operacionales que tuvimos y que no estaba en la base, tenemos un crecimiento comparable del 2,4% en el EBITDA consolidado para el año 2023.

Tuvimos un flujo de caja libre de \$123.000 millones y los inventarios se redujeron en casi seis días. Nuestro capex sigue siendo fuerte y consistente y este año llegó a \$522 mil millones.

Pasando a la **diapositiva #12** hablamos de la evolución de nuestros ingresos. Las ventas en el consolidado anual mostraron un crecimiento del 2,4% y del 8,6% sin el impacto del tipo de cambio impulsadas por Uruguay que tuvo un crecimiento en ventas en moneda local del 9,8% y en Argentina con un crecimiento en ventas en moneda local del 245% que está por encima de la inflación local.

Los ingresos en Colombia crecieron 3.6%. En el 4T23 tuvimos un resultado en ventas negativo del 1.3% excluyendo el impacto del tipo de cambio, Colombia con ventas estables y Uruguay del 4,9% en moneda local y en Argentina 380% de crecimiento en moneda local.

Colombia fue impulsada por la categoría de productos frescos que creció 8.1% y de gran consumo del 6.3%. fuimos impactados negativamente por la categoría de electro principalmente la de electrodomésticos que decreció 8.8% muy impactada por las altas tasas de interés en Colombia y la falta de dinámica del crédito registrada durante la última parte del año anterior. El mejor desempeño en Colombia fue de Carulla con un crecimiento en alimentos del 13% y nuestro omnicanal creciendo en Carulla 49% siendo una fuerte base del crecimiento de la marca.

En la **diapositiva #13**, seguimos viendo la innovación en el centro de nuestra estrategia. Ya representa el 42% de las ventas y está creciendo 60 puntos básicos bajo el formato hipermercados Exito wow y representa el 36% de las ventas de hiper, las tiendas maduras wow que tienen más de 24 meses tienen un crecimiento del 24% sobre el resto de la marca que no cuentan con este concepto.

Algo muy similar para Carulla Fresh Market, ahora representa el 63% de las ventas y esas tiendas maduras con más de veinticuatro meses tienen un crecimiento cercano al 14% por encima del resto de las tiendas Carulla

Pasando a la **diapositiva #14**, hablamos de Surtimayorista, Aliados y misurtti. Estos tres están dirigidos al mercado de las tiendas de barrio, el cual es resiliente en Colombia con cerca de 200 mil tiendas que representan aún más del 40% del mercado de consumo.

Nuestro Surtimayorista, 64 tiendas representan ya el 5,4% de las ventas, llegamos con una dinámica muy importante en nuevos Aliados a 2.430 socios y sus ventas ahora representan cerca de USD60 millones y llegamos también con Misurtti con 34 mil tiendas comprando a través de Mi surtti representando una cifra de alrededor de USD20 millones. Esta es una app B2B que tiene mucho éxito en la venta a las tiendas de barrio especialmente de nuestra marca propia de productos de primer precio.

En la **diapositiva #15** hablamos de Omnicanal. Éxito tuvo un record de ventas en Colombia con más de USD500 millones lo cual es una cifra histórica para nuestras estrategias Omnicanal y tuvo una participación del 12.7% sobre las ventas, ganando setenta puntos básicos. El crecimiento fue más importante en alimentos con un crecimiento dinámico del veintidós por ciento y llegando a una participación del 11.9%, una de las participaciones más altas en todo el continente americano en retailers de alimentos. Tuvimos 19.3 millones de pedidos a domicilio creciendo 44% esto incluye lo que hacemos directamente con Carulla y Éxito y a través de nuestro servicio de entrega a domicilio en alianza con Rappi.

En la **diapositiva #16**, el negocio inmobiliario tuvo una evolución y contribución impresionante a los resultados. Tenemos hoy 794.000 m2 de GLA con una ocupación del 97,6%, confirma la posición de Viva Malls como el primer operador de centros comerciales en Colombia. Viva Malls tuvo un incremento del 20,7% en el EBITDA recurrente.

En la **diapositiva #17**, Tuya, nuestra compañía de tarjetas de crédito en alianza con Bancolombia tuvo un año desafiante en línea con lo que hemos visto en todo el sector financiero especialmente en crédito de consumo. Esto confirma la relevancia de tener nuestra alianza con Bancolombia y estar aliados con un experto en el manejo del riesgo de crédito.

Se hicieron altas provisiones y hubo una depuración de la calidad y llegamos a un stock de 1,6 millones de tarjetas tomando decisiones para asegurar la solidez del negocio mantuvimos a Tuya con una calificación AAA a efectos de financiación.

En la **diapositiva #17** también hablamos de Puntos Colombia. No solo es un negocio de alto potencial de monetización de nuestra base de datos sino que ahora tiene una composición de base

de clientes muy material. Está presente hoy en 1 de cada 3 hogares en Colombia, representando claramente y por mucho la coalición de fidelización más importante en nuestro país. Con más de 7 millones de clientes actuales registrados. Tiene una alta oportunidad de emisión y redención, no sólo para los socios, sino también para todos aquellos socios retail y de servicios que hoy están redimiendo puntos a través de Puntos Colombia.

Ahora le paso la palabra a Ivonne para temas financieros y volveré con conclusiones.

Ivonne Windmueller: Gracias, Carlos Mario. Buenos días y gracias por acompañarnos esta mañana. Voy a presentar los resultados financieros de la compañía para el cuarto trimestre y año 2023.

Continuemos en la **diapositiva #18** para revisar el desempeño operacional por país donde vemos una ganancia de margen consolidada de 106pb para el trimestre gracias a los resultados del negocio inmobiliario y los planes de acción de control de costos.

En **Colombia**, como se indicó previamente, los ingresos operacionales del trimestre fueron de \$4,5 billones, con una variación estable frente al año anterior, y para el conjunto del año fueron de \$15,8 billones, con un crecimiento del 3,6%. Estos resultados se deben a la sólida evolución del negocio inmobiliario, al crecimiento de las ventas omnicanal de alimentos por encima de la inflación anual y al aumento de la participación de los formatos innovadores, a pesar de la desaceleración del consumo, en el que las ventas de productos de no alimentos se vieron afectadas por el mayor costo del crédito y el menor poder adquisitivo.

Margen bruto trimestral del 23% y anual del 22,5%, impulsados por el negocio inmobiliario y el mayor efecto base de la deslocalización de la industria alimentaria. Además, el margen refleja el plan de acción en costes, compensando la inversión en precios y el efecto inflacionista en el coste de los bienes.

Margen bruto trimestral fue del 23% y anual del 22,5%, impulsados por el negocio inmobiliario y el mayor efecto base de la reubicación de la industria de alimentos. Además, el margen reflejó el plan de acción en costos, compensando la inversión en precios y el efecto inflacionario en el costo de las mercancías.

Los gastos de administración y ventas crecieron 8% en el trimestre y 11,9% en el año, afectados por las continuas presiones inflacionarias y el aumento del impuesto operativo tras la aplicación de la reforma fiscal aprobada en diciembre de 2022. Excluyendo este efecto, los GA&V crecieron 9,4%, por debajo del nivel del IPC, gracias a los fuertes planes de acción en gastos por cerca de \$260 mil millones a lo largo del año, para mitigar las presiones inflacionarias en salarios, servicios públicos y otros costos fijos.

El EBITDA recurrente en Colombia durante el trimestre ascendió a \$407.940 millones, aumentó un 3,4% y la tasa fue del 9,1%, mejorando 29 puntos básicos. Para el año 2023, el EBITDA disminuyó 7,6%. Este resultado refleja el impacto en el desempeño de las ventas debido a un menor consumo principalmente en la categoría de no-alimentos, las presiones inflacionarias en costos y gastos y el mayor impuesto operacional parcialmente mitigado por la contribución positiva del negocio inmobiliario y otros negocios complementarios, así como por los fuertes planes de acción en costos y gastos. Si se excluye el efecto del impuesto operacional, el EBITDA disminuyó 2,2%.

Uruguay en el trimestre con ventas que disminuyeron 7,8% en pesos colombianos debido al efecto del tipo de cambio. En moneda local registraron una evolución positiva del 4,9% a pesar de las sequías y mayores bases en Punta del Este, impulsadas por el desempeño de las tiendas Fresh Market. Los ingresos del año crecieron 18% en pesos colombianos y un 9,8% en moneda local, alrededor de 4 puntos porcentuales por encima de la inflación local.

La utilidad bruta en moneda local creció 5,6%, por encima del crecimiento de los ingresos, y alcanzó una tasa del 35,5% mejorando 23 pb gracias al éxito de las estrategias comerciales y al aumento de la participación del formato Fresh Market. Los gastos de administración y ventas crecieron por debajo de la evolución de las ventas gracias a los planes de acción de control de costos y alcanzaron una dilución de 103 pb gracias al desempeño de los ingresos operacionales.

El EBITDA recurrente del trimestre, de \$112.986 millones, aumentó 5,1% y, excluyendo el efecto del tipo de cambio, un 19,3%. Para el año 2023, el EBITDA creció un 27% con un margen doble dígito del 10,7% mejorando 76 pb. La operación uruguaya continuó siendo la unidad de negocio más rentable del grupo.

Y, por último, Argentina, con sus resultados en pesos colombianos fuertemente afectados durante el trimestre por el importante efecto de la devaluación tras la toma de posesión del nuevo Presidente. En el cuarto trimestre, los ingresos operacionales crecieron 380% en moneda local. En el año 2023, los ingresos operacionales disminuyeron 39,9% en pesos colombianos, pero crecieron 245,5% en moneda local, más de 30 puntos porcentuales por encima de la inflación local. Las ventas durante el trimestre se vieron impulsadas por las compras anticipadas bajo una previsión de inflación alta, el excelente comportamiento del formato Minimayorista de C&C, el aumento de la participación del omnicanal y la contribución del negocio inmobiliario con sólidos niveles de ocupación.

El margen bruto reflejó la mayor participación en las ventas del formato Cash and Carry. Los gastos de administración y ventas del año crecieron por debajo del crecimiento de las ventas en moneda local y mejoraron 19 puntos básicos, gracias a la evolución de las ventas que permitió la dilución y a los coherentes y estrictos planes de control de costos.

El EBITDA recurrente del año alcanzó \$49.300 millones de pesos colombianos y creció en moneda local 274% mejorando la tasa en 36 pb.

Pasemos a la **diapositiva #19** para revisar el resultado consolidado de la Compañía.

Los ingresos operacionales totalizaron en el trimestre \$5.4 billones y disminuyeron 1,3% excluyendo el efecto del tipo de cambio. En lo corrido del año, los Ingresos operacionales fueron de \$21.1 billones y crecieron 2.4%. Si se excluye el efecto del tipo de cambio de las operaciones internacionales, los ingresos netos crecieron un 8,7%.

El Margen bruto del cuarto trimestre estable con el año anterior en 25,4% impulsado por el desempeño de Uruguay y Colombia, compensando el impacto en Argentina debido a la mayor participación del formato C&C. El Margen bruto para todo el año con una mejora de 28 puntos básicos.

Durante el trimestre, las tres operaciones mostraron una evolución positiva con un crecimiento de las ventas por encima de los niveles del IPC, gracias a la coherencia de la estrategia comercial, la mejora de la participación omnicanal y el desempeño de los formatos innovadores. Otros ingresos, impulsados por el crecimiento del 19,7% del negocio inmobiliario, contribuyeron a la evolución positiva. El resultado de los ingresos en el trimestre, junto con el enfoque consistente en planes de acción en costos y gastos en las tres operaciones, compensaron las presiones inflacionarias, llevó a una contribución positiva del EBITDA de la operación compensada por el efecto de la devaluación en Argentina y el impuesto operacional en Colombia.

El EBITDA recurrente del año de \$1.6 billones disminuyó 1,4% reflejando el desempeño operacional en Colombia y el efecto de la devaluación en Argentina, parcialmente compensado por los resultados de Uruguay. Si se excluye el efecto base del impuesto operacional, el EBITDA consolidado creció un 2,4%.

Pasando a la **diapositiva #20**, el resultado neto del grupo para el trimestre alcanzó \$118.749 millones y para el año 2023 \$125.998 millones de pesos colombianos. El resultado refleja la menor contribución operacional de Colombia y Argentina, parcialmente compensada por la operación en Uruguay.

Otros efectos significativos en el resultado neto durante el trimestre y en lo que va del año provienen de:

- i) un efecto positivo en el impuesto sobre la renta debido al efecto base del impacto fiscal diferido en el cuarto trimestre de 2022 y al uso de créditos fiscales
- ii) Pérdidas netas del negocio financiero Tuya debido a mayores provisiones en medio del deterioro de la morosidad en todo el sector financiero y la compresión de los márgenes de intervención.

- iii) Un resultado financiero neto afectado debido a tasas de interés más altas que aumentan el costo de la deuda
- iv) Mayor interés minoritario derivado de la mejora de los resultados en Uruguay y del negocio inmobiliario en Colombia con Viva Malls.
- v) Y mayores gastos no recurrentes relacionados con la escisión y el proceso de listado de los ADRs.

Finalmente, en la **diapositiva #21**, referente a la posición de caja y deuda de la compañía, destacamos un Flujo de Caja Libre positivo de \$123 mil millones, gracias a la mejora en el capital de trabajo por la reducción de inventarios en 6,2 días. Generación de caja a pesar de la desaceleración de las ventas, los menores dividendos recibidos y el aumento de las inversiones.

La deuda financiera neta con una variación total negativa de 345 mil millones de pesos colombianos. Al excluir el pago de dividendos y la inversión para aumentar nuestra participación en el Grupo Disco, la deuda financiera neta se mantendría estable vs el año anterior.

La deuda bruta se incrementó en \$75 mil millones de pesos colombianos debido a las nuevas líneas para cubrir el aumento de participación en Grupo Disco en Uruguay, compensado por los vencimientos de deuda previstos.

Como conclusión, la sólida posición de caja de la Compañía permitió realizar las inversiones estratégicas y operativas recurrentes, el aumento accionario en Uruguay y el pago de dividendos a los accionistas.

Resumen financiero

Ahora, como resumen para los resultados de todo el año, tuvimos un perímetro de **Colombia** con un crecimiento de ventas impactado por la ralentización del consumo, parcialmente mitigado por la positiva evolución de los formatos innovadores, la omnicanalidad y el aporte del negocio Inmobiliario.

Evolución del margen bruto a pesar de la inversión en precios y el efecto de la inflación en el costo de la mercancía. Gastos de administración y ventas con fuertes planes de acción para mitigar las presiones inflacionarias y el impacto del mayor impuesto operativo.

Uruguay con evolución de ventas en moneda local en torno a 4 p.p. por encima de la inflación y margen bruto beneficiado por la estrategia comercial con un margen EBITDA a doble dígito mejorando su nivel.

Argentina con ventas en moneda local más de 30 puntos porcentuales por encima de la inflación, margen bruto impactado por mayor participación del formato C&C pero compensado por un fuerte control de gastos para mitigar impactos inflacionarios que llevaron a ganancias en margen EBITDA.

En lo **que va de año, los ingresos operacionales consolidados** crecieron a un solo dígito si se excluye el efecto del tipo de cambio de las operaciones internacionales. Los gastos de administración y ventas reflejan las fuertes presiones inflacionarias, que fueron parcialmente atenuadas por los planes de acción constante de eficiencia en costos.

El resultado neto se vio afectado positivamente por el impuesto de renta, compensado por la contribución operacional, los mayores costos financieros, la contribución negativa del negocio financiero y los mayores gastos no recurrentes. La sólida estructura de capital permitió realizar las inversiones necesarias y obtener un flujo de caja libre positivo.

Gracias por su atención y cedo la palabra a Carlos Mario para sus conclusiones.

Carlos Mario Giraldo: Gracias Ivonne, como conclusiones empezaré haciendo énfasis en el hecho de que Grupo Calleja es ahora el principal accionista de la Compañía con más del 86% de la posición accionaria. Como han visto, Grupo Calleja es un verdadero retailer, un accionista estratégico que ha tenido mucho éxito en sus mercados y que va a agregar mucho valor a esta Compañía desde su knowhow y desde las oportunidades que estamos trabajando juntos, por ejemplo, con proveedores comunes, la mayoría de los proveedores internacionales de bienes de consumo que son comunes a ambas compañías y que tienen compromisos con ambas organizaciones.

En segundo lugar, diría que es muy importante nuestro fortalecimiento de la posición en Uruguay, ya que, como saben, en Uruguay tenemos la unidad Disco, en la que tenemos socios locales, y la unidad Devoto, en la que tenemos una posición del 100% como Éxito.

En la unidad Disco adquirimos una participación del 6,66% reforzando claramente nuestra posición de control en la unidad Disco y en el conjunto de Uruguay.

Nuestros ingresos operacionales se basaron en el crecimiento colombiano del 3,6%, que es muy importante si tenemos en cuenta que el entorno retail en Colombia fue retador y, como han visto en el Dane, el sector retail tuvo un descenso del 4,7% el año pasado en Colombia. Y también fue impulsado por Uruguay creciendo cerca del 10% y el crecimiento en Argentina en moneda local que estuvo por encima de la inflación local.

Al final tenemos \$21.4 billones en ventas, creciendo 2.4% y 8.7% sin impacto de Tipo de cambio y mantuvimos los márgenes EBITDA para el 4T en 9.7% y 2023 en 7.8%, esto se basa después de tener mucha presión proveniente de los gastos, de la inflación y ejecutando muchas iniciativas de productividad dentro de la organización, también se basa en un margen retail nivelado a pesar de la alta competencia especialmente en el mercado colombiano.

La Utilidad Neta se incrementó un 27% y nuestro capital de trabajo con una generación positiva de COP\$123 K millones.

La Organización se mantiene resiliente a pesar de la baja confianza del consumidor colombiano y a pesar de la volatilidad de la macroeconomía argentina y actualmente estamos trabajando en eficiencias para enfrentar la inflación especialmente en Colombia en dinámicas en nuestra parte comercial que es muy importante, en mantener la alta dinámica de nuestro negocio inmobiliario y en la innovación en formatos y también por supuesto el apoyo de nuestras iniciativas omnicanal.

Estas serían mis conclusiones y estamos abiertos a una sesión de preguntas y respuestas.

Maria Fernanda Moreno: Gracias Carlos Mario, quisiera recordarles a todos los participantes que pueden levantar la mano para hacer preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. Si va a hacer su pregunta en voz alta, recuerde activar el micrófono de su dispositivo, indicando su nombre completo y el de su empresa. Si envía su pregunta a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla, por favor indique su nombre completo y el nombre de la empresa y procederé a leer sus preguntas.

La primera pregunta viene del señor **Nicolás Larrain de JP Morgan**, Nicolás, adelante por favor

Maria Fernanda Moreno: Gracias Carlos Mario, quisiera recordarles a todos los participantes que pueden levantar la mano para hacer preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. Si va a hacer su pregunta en voz alta, recuerde activar el micrófono de su dispositivo, indicando su nombre completo y el de su empresa. Si envía su pregunta a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla, por favor indique su nombre completo y el nombre de la empresa y procederé a leer sus preguntas.

La primera pregunta viene del señor Nicolás Larrain de JP Morgan, Nicolás, adelante por favor

Maria Fernanda Moreno: Gracias Carlos Mario, quisiera recordarles a todos los participantes que pueden levantar la mano para hacer preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. Si va a hacer su pregunta en voz alta, recuerde activar el micrófono de su dispositivo, indicando su nombre completo y el de su compañía. Si envía su pregunta a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla, por favor indique su nombre completo y el nombre de la compañía y procederé a leer sus preguntas.

La primera pregunta viene del señor Nicolás Larrain de JP Morgan, Nicolás, adelante por favor

Nicolas Larrain: Buenos días, Carlos Mario, Ivonne, María Fernanda, gracias por aceptar mi pregunta.

Carlos Mario, antes de pasar a las preguntas y respuestas sobre las sinergias que obtendrán del Grupo Calleja, me gustaría que me dieras tu opinión sobre lo que pueden hacer con Éxito en

Colombia, qué conocimientos pueden aportar de El Salvador a Colombia que puedan ayudar al Grupo Éxito a nivel local, tus primeras impresiones sobre ellos, cualquier cambio en la estrategia o cualquier cosa que sea importante mencionar, lo cual apreciaría muchísimo.

Carlos Mario Giraldo: Nicolás, es demasiado pronto para hacer un gran comentario a largo plazo, pero lo que puedo decir es que estamos trabajando juntos de una manera colaborativa que estoy impresionado con el know-how que traen en el negocio de ser uno de los retailers más exitosos que compiten contra los grandes jugadores en el mundo, el foco que tienen en el negocio retail y en el cliente en el centro y en el trabajo de una manera colaborativa muy importante con los proveedores más importantes y estoy muy positivo y muy optimista del soporte que traerán a Éxito en los diferentes mercados en los que trabajamos.

Nicolas Larrain: Perfecto muchas gracias.

Julián Ausique: Hola a todos y gracias por recibir mis preguntas.

La primera está relacionada con el impuesto de renta, entiendo que es algo relacionado con las pérdidas que tienen durante el año, pero me gustaría entender un poco mejor el impacto o el impacto positivo del impuesto de renta en el resultado neto del trimestre y del año.

Y mi segunda pregunta está relacionada con el negocio de Tuya, cuáles son las expectativas que tienen para este año y si tienen alguna actualización sobre los resultados de Tuya durante enero de 2024 y la tercera pregunta está relacionada también con las expectativas que tienen con el Grupo Calleja, y si hay algún cambio en la estrategia del Grupo Éxito, sé que es muy pronto para decir algo al respecto, pero no sé si tienen algo nuevo sobre los cambios en la estrategia del Grupo Éxito, lo que tiene actualmente la Compañía.

Carlos Mario Giraldo: Voy a empezar por la tercera y luego le paso a Ivonne las dos primeras preguntas. Como he dicho antes es demasiado pronto para decirlo, lo que puedo asegurar es que estamos trabajando de una manera muy colaborativa, que aportan una gran cantidad de conocimientos en el negocio y que están completamente comprometidos con el impulso y dinamismo en las ventas y en el crecimiento de Éxito, las eficiencias de la compañía y la rentabilidad de la organización, sobre los cambios estratégicos no hay nada en particular que pueda decir en este momento.

Ivonne Windmueller: Gracias Julian, primero, el efecto de impuesto sobre la renta, tuvimos dos efectos en comparación con el año pasado, el primero es que en el 4T 2022 tuvimos un one shot en el impuesto diferido, esto fue de acuerdo a la reforma fiscal que tuvimos en el 2022, teniendo un efecto base positivo para el 2023 y adicionalmente tuvimos el uso de créditos fiscales considerando que tenemos pérdidas fiscales acumuladas.

En cuanto a Tuya, lo que estamos hablando para este año, es que sigue siendo un año difícil para el sector financiero teniendo en cuenta que todavía estamos con altas tasas de interés, por lo que, los márgenes comprimidos del negocio continúan con presiones durante este año, pero se está trabajando, como Carlos Mario mencionó anteriormente, en la producción de la cartera, teniendo una gestión de riesgo con el fin de reducir la exposición al riesgo y por lo tanto en mitigar el impacto en las provisiones con el fin de compensar lo que en los ingresos procedentes de las tasas de interés se ven para el año, por lo que sigue siendo un año difícil para el sector financiero en Colombia.

Maria Fernanda Moreno: Gracias Julian, ¿tienes alguna pregunta adicional? Ahora, la siguiente pregunta viene de Oswaldo Oliver, por favor adelante.

Oswaldo Oliver from Bain: Gracias por aceptar mi pregunta, gracias por su presentación, tengo una pregunta con respecto a las conversiones y las aperturas de los formatos innovadores, ustedes abrieron menos tiendas en el mercado Carulla Fresh y en Exito wow en 2023 comparado con 2022, ¿cuáles fueron las razones para ello?

Carlos Mario Giraldo: Sí las razones para eso fueron claramente las decisiones en la asignación del capex porque teníamos un énfasis muy importante en crecer a través de Surtimayorista y en crear un apalancamiento en Surtimayorista yendo al mercado de bajos ingresos y abrimos cerca de 20 Surtimayorista, pero seguimos trabajando en conversiones en Éxito y Carulla, esa es una prioridad, tenemos un stock importante de tiendas por convertir y lo bueno es que cada vez que lo hemos hecho, han crecido mucho más que el resto de la marca y han mejorado sus márgenes, el margen EBITDA dado el crecimiento en ventas, pero también la mezcla de productos que son compras por parte de los clientes. Por lo tanto, se trata de una estrategia continua.

Oliver, Oswaldo: Gracias

Maria Fernanda Moreno: si tienen más preguntas, por favor hágannoslas llegar a través del chat.

No hay más preguntas en este momento, cedo la palabra a Carlos Mario para las observaciones finales.

Carlos Mario Giraldo: Lo que yo diría es que éste ha sido un año histórico para Éxito. No sólo la cotización en las distintas bolsas sino la OPA que lleva a un cambio en el control accionario de la compañía. La entrada de un verdadero retailer muy fuerte, altamente exitoso no sólo en la competencia contra los retailers más importantes del mundo sino también en la rentabilidad que lo convierte en uno de los retailers más rentables de todo nuestro continente.

Nuestra estrategia sigue trabajando en la innovación y la experiencia del cliente, donde nuestro NPS es uno de los aumentos más importantes en muchos años. El Omnicanal tiene una participación cercana a la mitad del total del mercado en Colombia y creemos que esto nos permite llegar a los hogares más importantes de las principales ciudades de Colombia. Creemos que nuestros negocios internacionales siguen funcionando, el Uruguayo de una manera muy fuerte y Argentina ha estado enfrentando de una manera muy eficiente los diferentes retos del país. Y finalmente, diría que es muy importante decir que hemos mantenido nuestros márgenes y especialmente nuestros márgenes comerciales a pesar de un escenario competitivo importante.

Muchas gracias a todos por estar aquí presentes, y esperamos verlos de nuevo en la presentación de nuestros resultados del 1T.

Maria Fernanda Moreno: Con esto concluye la conferencia de hoy. Gracias por su participación.