

Grupo Éxito - Transcripción Teleconferencia de resultados 2T23

1 de agosto de 2023

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

- Destacamos que la información contenida en esta presentación y cualquier declaración que se hará durante la llamada con respecto a las perspectivas de negocio, proyecciones y objetivos operativos y financieros de Éxito, son creencias y suposiciones de la administración de la Compañía. Las declaraciones prospectivas no son garantía de resultados; implican riesgos, incertidumbres y suposiciones porque se refieren a acontecimientos futuros y, por lo tanto, dependen de circunstancias que pueden o no producirse. Los inversionistas deben entender que las condiciones económicas generales, las condiciones del mercado y otros factores operativos pueden afectar el desempeño futuro de Éxito y dar lugar a resultados que difieran materialmente de los expresados en dichas declaraciones prospectivas.
- 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.

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

Carlos Mario Giraldo. Gracias María. Quiero darles la bienvenida a todos ustedes a este informe de resultados del segundo trimestre. Si vamos a la **diapositiva #5**, quiero hacer un recordatorio del proceso de listado de Éxito y la escisión de Éxito de GPA.

Como recordatorio, esto significa que la distribución del ochenta y seis por ciento de acciones de GPA de toda la participación cercana al noventa y siete por ciento que tiene en Éxito distribuyendo a sus accionistas a ADRs y BDRs y aumentando el float de Éxito a cerca del cincuenta y tres por ciento y la base accionaria en cerca de cincuenta mil accionistas, esto impulsaría un potencial desbloqueo del valor de las acciones de Éxito.

La actualización del listado es la siguiente: El registro de los BDR y ADR ya han sido aprobados por las entidades regulatorias de Brasil y EE.UU.

Estamos pendientes de la aprobación por parte del regulador colombiano y del registro en Deceval (Depósito Central de Valores en Colombia). La finalización de la transacción sería para la segunda mitad del mes de agosto, según los cálculos que hemos podido realizar.

Si vamos a la **diapositiva # 7** voy a volver al desarrollo de nuestras iniciativas ESG, estos son los principales aspectos destacados.

Siempre hacemos el gran foco en nutrición infantil, llegamos durante este primer semestre a cerca de sesenta mil paquetes complementarios para niños complementando el trabajo que hace el Instituto de Bienestar familiar en Colombia.

Impulsamos las "terrazas verdes" que son soluciones hidropónicas que se están colocando en barrios populares, en las casas y beneficiando a hogares liderados por mujeres, Éxito está haciendo la comercialización completa. Estas se están haciendo en lugares como la comuna 13 en Medellín o Siloé en Cali, no solo por Éxito sino por otras instituciones y siempre estos productos se están vendiendo a Éxito

Tuvimos 9,5 toneladas de recolección de reciclaje en nuestras tiendas.

El 42% de nuestros cargos directivos son liderados por mujeres y el 92% de los productos frescos que vende Éxito son de origen local, de ellos el 85% comprados directamente.

Me gustaría que vieran que estamos poniendo un link de un demo en alianza con Google para promover a los pequeños agricultores dándoles recursos tecnológicos para mejorar la productividad. Esto se está haciendo en la Región de Urabá y Santander por el momento.

Pasando a la **diapositiva #9**, vamos a nuestros aspectos financieros y operacionales más destacados para el segundo trimestre.

Diría que hemos tenido un crecimiento doble dígito, en base comparable, las ventas comparables consolidadas crecieron el 12,4%, lo que equivale a un crecimiento consolidado de un solo dígito del 8,5% en los ingresos netos para este segundo trimestre.

El EBITDA recurrente creció un 6,6% con un margen del 7,7%, mejor que el margen que tuvimos en el primer trimestre, con una expansión del margen bruto muy importante y a pesar de la presión de gastos que estamos teniendo en salarios, servicios públicos, costos de ocupación como la mayoría de los retailers y muchas empresas no sólo en Colombia sino en muchos otros países.

Nuestro resultado neto fue ligeramente negativo para el trimestre debido a las altas tasas de interés en Colombia, las provisiones de tarjetas de crédito de Tuya y nuestros gastos de escisión concentrados en los últimos dos trimestres.

Nuestro flujo de caja libre llegó a \$92 mil millones. Registramos una alta participación histórica Omnicanal en Colombia de 12.7% impulsada por los domicilios de alimentos.

Nuestra consistente contribución del negocio inmobiliario sigue siendo una realidad este trimestre creciendo en los resultados consolidados un 17,8% impulsada por inmobiliaria en Colombia, pero también las galerías en Argentina.

Me gustaría leer lo que podemos ver allí sobre el gobierno corporativo para ser muy precisos.

"El 26 de junio, el Grupo Casino declaró que está trabajando en un plan de venta de activos no estratégicos y más tarde mencionó que "GPA y Éxito son activos que pueden ser vendidos como parte del plan trienal del Grupo para la venta de activos, y que, a esta fecha, no hay hitos ni proceso de venta en curso para GPA. El único proyecto activo en este momento que involucra a estas dos empresas es la segregación de los negocios de Éxito y GPA."

Quería leer esto porque, por supuesto, lo que hemos estado comunicando al respecto es todo lo que se ha hecho a través de la correspondiente comunicación pública al mercado.

Pasando a la **diapositiva #11** hablamos de los ingresos operacionales en los tres países y las ventas consolidadas. En Colombia tuvimos ingresos creciendo 4.2% en base comparable, nuestras ventas están creciendo a 9.0% y esto es comparable porque en la base tenemos un día sin IVA muy fuerte con un impacto neto de 5.4%. Este impacto total es en el formato Éxito que es el que ofrece los productos de no alimentos que son habituales en los días sin IVA.

Es importante aclarar que los días sin IVA se eliminan ahora de Colombia y en este primer semestre tuvimos los dos últimos en la base. Así que ya no vamos a tener el efecto de los días sin IVA en la base.

Carulla tuvo un incremento en ventas de 15.4% por la baja elasticidad del mercado premium a la inflación y la contribución del fuerte proyecto de entrega en diez minutos que tenemos en marcha. Nuestro cash carry Surtimayorista tuvo un crecimiento del 13,6% principalmente por la expansión. Es importante anotar, y esto es muy importante que a través de un esfuerzo que hemos hecho para contribuir al consumidor colombiano, nuestra inflación interna de alimentos fue 4.4 p.p. inferior al IPC Nacional. Esto es muy importante porque es un esfuerzo de productividad, de negociación con nuestros proveedores sin impactar nuestro margen bruto, pero impactando muy favorablemente el bienestar de nuestros consumidores.

En Uruguay, tuvimos fuertes ventas, creciendo 13,5% en moneda local. 5,9 puntos por encima de la inflación y con las tiendas Fresh Market Disco y Devoto, siendo los grandes contribuyentes con una participación del 58% de las ventas en Uruguay.

Argentina presenta un crecimiento de las ventas del 133%, frente a una inflación en torno al 120%. Nuestro desempeño es mucho mejor que el mercado, sin embargo, teniendo en cuenta el tipo de cambio se ve reflejado en menos pesos colombianos de 3,7% de reducción en Colombia en pesos. Lo importante es que las ventas locales siguen siendo muy fuertes y saludables con una importante contribución del cash and carry que ahora llega a una participación cercana al 14% de las ventas en Argentina.

Las ventas consolidadas del Grupo Éxito para el segundo trimestre tuvieron un incremento del 8,2% lo que supone un incremento comparable de las ventas del 12,3%, los ingresos complementarios han tenido una importante contribución con un incremento del 16,6% impulsados por el negocio inmobiliario.

Pasando a la **diapositiva #12**, quiero recordar la importante contribución que los formatos de innovación han tenido en los resultados no sólo en ventas sino en la rentabilidad del Grupo.

Realmente es un gran impulsor del crecimiento y del ROI. Hoy estos formatos de innovación llegan a cerca del 42% de las ventas de Éxito y Carulla y sumando a eso el Surtimayorista.

Éxito Wow representa ya el 35% de las ventas de la marca Éxito, las tiendas con más de veinticuatro meses tienen un crecimiento del 27% por encima del resto de la marca y el ROI de las conversiones está por encima del 67%.

Las tiendas Carulla Fresh Market representan ahora el sesenta y uno por ciento de las ventas de la marca Carulla, aquellas tiendas con más de veinticuatro meses de maduración tienen ventas del 14,7% por encima del resto de la marca con un ROI importante del 19,3%.

Permítanme ir a la **diapositiva #13** donde vemos todas las iniciativas que Éxito tiene para penetrar lo que llamamos el mercado tradicional que se constituye principalmente con las tiendas de barrio en Colombia, que son más de 200 mil en el país y todavía representan más del 33% del mercado total de bienes de consumo.

Aquí, voy a empezar con el cash & carry Surtimayorista, esta es una propuesta de bajo costo que va al consumidor final y también al consumidor profesional con el menor costo en operación del 10%, ahora tenemos 59 tiendas con 13 aperturas que se han realizado durante el año, representan el 5,5% de participación en ventas y un IRO del 32% que es muy bueno teniendo en cuenta que es un formato de bajo costo.

Tenemos Mii surti, nuestra aplicación B2B, una de las aplicaciones B2B más importantes en Colombia, que ha estado allí durante un año y medio y ahora representan ventas de alrededor de \$7 millones de dólares, con ventas a alrededor de 17 mil clientes activos de tiendas de barrio, y tiene un alto potencial de crecimiento para la Organización.

Permítanme también hacer una mención especial a nuestro Programa Aliados, nuestra asociación con pequeños supermercados e independientes. Ahora tenemos alrededor de 1.700 superetes de gran tamaño o supermercados independientes. Es una propuesta de cobranding con Surtimax y Super Inter, las ventas año a la fecha, suman cerca de \$25 millones de dólares y el enfoque que tenemos con este programa es tener más socios, pero lo más importante es representar un mayor porcentaje de sus ventas. Esta es también una iniciativa de alto potencial para la Compañía, dada la importante propuesta que tenemos para este tipo de tiendas, pero especialmente viniendo de nuestros negocios complementarios, pero también de nuestro bajo costo y la marca propia, especialmente la marca Ekono.

Vayamos a la **diapositiva #14** y veremos la consistencia de nuestra iniciativa de diferenciación omnicanal y omniciente. Creció durante el primer semestre del año un 9,7% en ventas, representa una participación del 12,5% del total de las ventas colombianas. En alimentos la participación es del 11,3%. Permítanme hacer aquí una precisión, esta es una de las participaciones más altas en toda

América de cualquier retailer. Tuvimos 8.9 millones de entregas a domicilio durante el primer semestre y nuestras entregas a domicilio de alimentos aumentaron un 26%.

Es interesante observar que venimos de una cuota del 4,3% durante la pandemia a la actual sostenible participación del 12,5%. Esta sigue siendo una gran alternativa para trabajar nuestra proximidad sin tener que hacer una extensa inversión en ladrillos.

Nuestra estrategia omnicanal se centra en ampliar nuestro mercado de productos de no alimentos, el servicio de click and collect para alimentos y no alimentos en nuestras tiendas, las app Éxito y Carulla y en el servicio de entrega rápida o fast delivery que estamos haciendo en las principales ciudades de Colombia.

Pasando a la **diapositiva #15** hablamos del negocio inmobiliario. El sector inmobiliario tiene una sólida realidad y potencial. Viva Malls, nuestra alianza con Fondo Inmobiliario Colombia donde tenemos el 51%, es el primer operador de centros comerciales en el país con cerca del 35% de participación de mercado en área bruta arrendable (GLA).

El total de inmuebles de Viva Malls más los inmuebles que operamos directamente asciende a 771 mil metros cuadrados con una de las más altas tasas de ocupación del 97% y con un crecimiento en ingresos del 21.7%.

Estamos en el desarrollo de la introducción de la tienda Ikea al área metropolitana de Medellín en Viva Envigado sumando 54.3 K metros cuadrados. Viva Malls, 100%, tiene un valor a la tasa de cambio actual de alrededor de \$750 millones de dólares, de acuerdo con la valoración reciente.

Diapositiva #16. Hablamos de un nuevo proyecto que fue anunciado recientemente al mercado y al público colombiano. Se va a ubicar en Cartagena, que ahora es probablemente, después de Bogotá, el lugar más dinámico en venta de Bienes Raíces en Colombia. Este proyecto estará a las afueras de Cartagena en la ruta a Barranquilla, en el desarrollo turístico residencial, es el número uno en Colombia y este Proyecto de Viva Cartagena estará, según planeación actual, abriendo en algún momento del 2026. Esto es en alianza entre Viva Malls y los mejores diseñadores, constructores de Colombia y el desarrollo inmobiliario inicial del Centro Comercial tiene un área estimada de 35 K metros cuadrados. Esto complementará muy bien el portafolio de productos que Viva malls tiene en Colombia.

En la **diapositiva #17** continuando con los negocios complementarios, yo diría que son una parte clave de nuestro modelo de monetización como ustedes saben, la tarjeta de crédito Éxito que está en alianza de 50/50% con Bancolombia ha tenido un año difícil dado el incremento de morosidad y provisiones del sector financiero. Las provisiones y coberturas están mejor que los requerimientos legales en un manejo muy ortodoxo de la Compañía; tenemos un poco más de dos millones de Tarjetas de Crédito y cerca de cinco mil millones de cartera de crédito manteniendo la calificación AAA que hemos tenido durante los últimos años.

Puntos, Colombia, siempre hablo de Puntos Colombia por la importancia de este líder de coalición de lealtad también en alianza con Bancolombia, juntando la base de clientes de ambas empresas, Tiene mucho sentido que el #1 retail y el #1 banco junte los clientes. Es un gran complemento en emisión y redención de puntos.

También trajimos aliados a esta coalición, hoy tenemos alrededor de trescientos ochenta y siete aliados que ahora son los socios que emiten o redimen puntos, ellos pagan por eso y la redención de estos socios, ahora representa el 33% de la redención total.

Claramente esta es la marca número uno en Fidelización en Colombia, según la medición de Kantar con una penetración de Puntos Colombia cercana a uno de cada tres hogares en Colombia, lo cual es enorme. Puntos Colombia es cada vez más valioso para nuestros clientes.

Ahora, le doy la palabra a Ivonne Windmueller para que les muestre nuestro desempeño financiero y nuestras operaciones Internacionales, y luego vendré con algunas conclusiones.

Ivonne Windmueller: Gracias, Carlos Mario, buenos días y gracias por acompañarnos esta mañana. Presentaré los resultados financieros de la empresa en el trimestre y en el primer semestre del año. Continuemos con la **diapositiva #18** para revisar el desempeño operacional por país, donde vemos un crecimiento de los ingresos operacionales y eficiencias en los tres países, pero aún afectados por las presiones inflacionarias en los costos y gastos.

En Colombia, como se presentó anteriormente, los ingresos operacionales fueron de \$3.7 billones de pesos colombianos con un crecimiento de 4.2% impulsado por el desempeño del negocio inmobiliario (+18.9% 2T; +20.8% 1S) y el crecimiento en ventas gracias al desempeño de alimentos (+8.7%), omnicanal (+5.8%) y el incremento en la participación de formatos innovadores (+1.4 p.p) con un buen comportamiento de las ventas a pesar del efecto del día sin IVA en la base.

El margen bruto del 22,7% con una mejora de 42 puntos básicos y un crecimiento del 6,2%, impulsado por el negocio inmobiliario a pesar de la inversión en precios y el efecto inflacionario en los costos de la mercancía. .

Los gastos de administración y ventas crecieron 13,3% y alcanzaron una tasa del 19,2%, a pesar del fuerte plan de acción en costos (1S ~85MM), reflejando las presiones inflacionarias en salarios y servicios públicos y el aumento del impuesto operativo con un efecto de alrededor de 38 pb en la tasa. (Efecto de la reforma fiscal aprobada en diciembre de 2022, el impuesto pasó de ser un crédito fiscal del 50% a ser totalmente deducible, lo que afectó a las pérdidas y ganancias).

El EBITDA recurrente de Colombia disminuyó 6.7% a \$270,215 millones y la tasa de 7.3% se deterioró en -86pb. El resultado refleja la contribución positiva del negocio inmobiliario y otros negocios complementarios (+75pb) y el ingreso por venta de proyecto de desarrollo inmobiliario (+39pb)

compensado por el desempeño de las ventas debido a un menor consumo, presiones inflacionarias en costos y gastos y mayores impuestos operacionales (2T +14MM y 38pb; 1S +31MM y 39pb).

Uruguay con ingresos operacionales aumentando 34,2% en pesos colombianos y 13,4% en moneda local, alrededor de 6 p.p. por encima de la inflación local, impulsada por la dinámica positiva de las actividades comerciales; la contribución de las tiendas Fresh Market alcanzando una participación de 58,2% de las ventas, y el desempeño del omnicanal (+7,7%).

La utilidad bruta creció un 39,9%, por encima del aumento de los ingresos, y alcanzó una tasa del 35,6% mejorando 145 pb gracias a una mejor tendencia del consumo. Los gastos de administración y ventas crecieron por debajo de los ingresos y mejoraron su tasa gracias a la eficiencia de los costos internos.

El EBITDA recurrente de \$118.553 millones, creció un 59,6% y mejoró su tasa 180 puntos básicos, alcanzando un margen del 11,3%. La operación en Uruguay continuó como la unidad de negocio más rentable.

Y por último, Argentina con Ingresos operacionales en pesos colombianos afectados por el efecto de Tipo de cambio, pero en moneda local con un crecimiento del 153%, alrededor de 32 p.p. por encima de la inflación. Las ventas impulsadas por una tendencia comercial positiva; el aumento de la participación omnicanal; el excelente comportamiento del formato Minimayorista de C&C, y la contribución del negocio Inmobiliario con sólidos niveles de ocupación.

El margen bruto del 34,5% mejoró 63 puntos básicos y creció un 157% en moneda local gracias a la eficiencia de costos. Los gastos de venta, generales y administrativos se deterioraron 172 pb, afectados por las presiones inflacionarias, parcialmente mitigadas por estrictos controles de costos y eficiencias.

El EBITDA recurrente creció un 150,4% y alcanzó los \$6.623 millones de pesos colombianos con estabilidad en el margen.

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

La fuerte ganancia de margen bruto en los tres países y el enfoque en los planes de acción de costos y gastos han llevado a un crecimiento del EBITDA recurrente del 6,6% en el trimestre y del 7,8% en el primer semestre.

El primer semestre con un crecimiento de doble dígito de los ingresos del 13,5%, un crecimiento sólido gracias a la evolución comercial en Uruguay y Argentina y a la contribución positiva del negocio inmobiliario en Colombia.

Para Uruguay y Argentina, crecimiento del EBITDA recurrente en moneda local en el primer semestre del 27,6% y 193,2% respectivamente, compensando el resultado operacional colombiano que se vio impactado por: i) fuerte efecto base de dos días sin IVA, uno en cada trimestre y ii) un

mayor impuesto operacional con un efecto de 26 pb a nivel consolidado, pero con una contribución positiva de los ingresos no recurrentes inmobiliarios.

El EBITDA recurrente del primer semestre de \$782.676 millones con un crecimiento del 7,8%. En términos comparables, excluyendo los ingresos inmobiliarios no recurrentes y el efecto fiscal operativo, el EBITDA creció un 12,1%.

Pasando a la **diapositiva #20**, el resultado neto del Grupo para el primer semestre 2023 fue de \$38.934 millones y reflejó la contribución positiva del desempeño operacional proveniente tanto del negocio retail como del inmobiliario, con un efecto positivo en el impuesto de renta debido a un menor impuesto diferido por una mayor pérdida fiscal.

Las variaciones negativas durante el trimestre al igual que para el primer semestre provienen de:

Primero, el resultado financiero neto debido al aumento de las tasas de interés que incrementa el costo de la deuda

Segundo, mayor interés minoritario producto del mejor desempeño en Uruguay y del negocio Inmobiliario en Colombia con Viva Malls (EBITDA Viva Malls +18,9%)

Tercero, resultado afectado en el negocio financiero Tuya debido a mayores provisiones en medio del deterioro de la cartera morosa en todo el sector financiero, y

Cuarto, mayores gastos no recurrentes relacionados con el proceso de listado de los DR.

Finalmente, en la **diapositiva #21**, referente a la posición de caja y deuda de la compañía, destacamos un Flujo de Caja Libre positivo en los últimos 12 meses de \$92.000 millones.

La deuda financiera neta con una variación negativa de \$111 mil millones al excluir el pago de dividendos, por mayores inversiones, la presión de los gastos financieros reflejando mayores tasas repo y el efecto de baja base de cierre del año 2022. La deuda bruta aumentó \$532.000 millones, por mayores líneas de crédito rotativas en uso por requerimientos estacionales.

Como conclusión una sólida posición de Flujo de Caja de la Compañía permitió realizar las inversiones requeridas para seguir la estrategia de crecimiento y cumplir con los pagos a los accionistas.

Resumen Financiero

Ahora, como resumen de los resultados financieros, tuvimos un perímetro colombiano con crecimiento en ventas impactado por efecto base del día sin IVA de alrededor de 5.4 p.p., mitigado por el desempeño positivo de formatos innovadores, el omnicanal con crecimiento en ventas de alimentos doble dígito y la contribución del negocio inmobiliario.

Gastos de administración y ventas con presiones inflacionarias e impacto de mayores impuestos operativos.

Uruguay, con ventas por encima de la inflación y un margen bruto beneficiado por la tendencia del consumo y la eficiencia de costos, con un margen EBITDA doble dígito que mejoró su nivel.

Las ventas de Argentina, más de 30 puntos porcentuales por encima de la inflación local, las ganancias de margen bruto y el control de los gastos para mitigar las presiones inflacionarias condujeron a un margen EBITDA estable.

Los ingresos operacionales consolidados del semestre crecieron a doble dígito y los gastos de administración y ventas con presiones parcialmente mitigadas por los constantes planes de acción de costos y eficiencias, que llevaron a un crecimiento del EBITDA del 7,8%.

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

Cedo ahora la palabra a Carlos Mario para las conclusiones.

Ivonne Windmueller 34:52. Hola a todos, ¿nos oyen? Estamos aquí por un problema técnico.

Carlos Giraldo 35:04 OK, gracias. Continuemos.

Pasando a la **diapositiva #23** para las conclusiones, la primera, esperamos que la escisión se complete en el tercer trimestre con una oportunidad de creación de valor para los accionistas.

- Durante el trimestre, registramos fuertes ventas en los tres países, en términos comparables.
- El EBITDA recurrente a nivel consolidado creció un 6,6%, con una expansión del margen bruto, un trabajo importante frente a la presión que tuvimos sobre los gastos.
- Resultado Neto impulsado por el positivo desempeño operativo y las variaciones en el impuesto sobre la renta, compensado por los efectos temporales de Tuya y los mayores gastos financieros.
- Generación de caja en \$92 mil millones por evolución del capital de trabajo.
- Sólido desempeño del negocio inmobiliario en Colombia y Argentina
- Uruguay, como el de mejor desempeño durante el trimestre

Quería destacar la consistencia en el desempeño de la innovación en formatos, la rentabilidad y el crecimiento de la estrategia Omnicanal de la Compañía.

Estas fueron las principales conclusiones y ahora abrimos el espacio a preguntas y respuestas.

María Fernanda Moreno: Les recuerdo a todos los participantes que pueden levantar la mano para hacer sus preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. Si van

a hacer su pregunta en voz alta, por favor recuerden activar el micrófono de su dispositivo, indicando su nombre completo y el nombre de su empresa. Si envía su pregunta a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla, indique su nombre completo y el nombre de su empresa y procederé a leer sus preguntas.

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

Nicolas Larrain - JPM: Hola buenos días. Gracias, Carlos Mario, Ivonne, y María Fernanda por tomar mi pregunta. La primera es Carlos si puedes comentar como ves las tendencias en Julio especialmente en Colombia y Uruguay. Mi segunda pregunta se refiere a la posición de deuda, hemos visto que Éxito ha tomado más deuda en los últimos trimestres y también ha descontado más cuentas por cobrar o ha hecho más factoring, quiero entender cuál es la motivación detrás de esto y entender lo que está pasando con la deuda.

Carlos Mario Giraldo. OK, Nicolás, gracias, permíteme referirme a tu primera pregunta y le paso la segunda a Ivonne. Hoy hablaré sobre lo que vemos en julio y lo que esperamos probablemente para el segundo semestre. Como ustedes vieron en el segundo trimestre en Colombia, el consumo se ha filtrado fuera de la confianza del consumidor, las altas tasas de interés, yo diría que el crédito al consumo se está endureciendo para la mayoría de las instituciones financieras y los volúmenes están bajando.

Creemos que esto es algo que va a pasar por lo menos durante los siguientes meses y, por supuesto, estamos trabajando mucho en mantener nuestros márgenes haciendo un aporte importante al consumidor, especialmente con nuestro inmejorable portafolio de productos y manteniendo la contribución que estamos recibiendo especialmente del negocio inmobiliario. Lo interesante es que vemos que formatos como Carulla o el Éxito de alta gama tienen una elasticidad menor a la inflación y a esta tendencia de consumo y eso es positivo para la Compañía, y vemos que la tendencia de consumo omnicanal, de comercio electrónico en línea, sigue siendo muy fuerte.

Que oportunidades vemos hacia el futuro, la inflación en bienes de consumo está bajando, va de una manera muy rápida bajando, llegó a tener lo que era en alimentos desde diciembre y pensamos que estaría en un solo dígito muy rápidamente y eso va a estimular el consumo y segundo, que esperamos que se activen pronto los subsidios del gobierno, y son especialmente importantes en las zonas de bajo consumo en las principales ciudades de Colombia.

Ivonne Windmueller: Gracias Nicolás por tu pregunta, con respecto a la mayor deuda hablamos de una mayor facilidad de crédito rotativo, principalmente por efectos estacionales durante la primera mitad del año y con respecto al factoring que mencionas que estamos incrementando es importante aquí recordar que durante el segundo semestre del año pasado, tuvimos un impacto en nuestro proceso de factoring debido a la facturación electrónica y a la plataforma de la Institución Tributaria, por lo que el saldo de factoring fue inferior, pero si comparamos el primer semestre de 2023 con el primer semestre de 2022, el saldo de factoring está alineado, nos estamos recuperando del impacto que tuvimos durante el segundo semestre en nuestros procesos y transacciones de factoring.

Carlos Mario Giraldo, Ivonne perdón, no me referí a Argentina y Uruguay. Lo que puedo decir es que ambos siguen teniendo tendencias de consumo muy fuertes como vimos durante la primera mitad del año.

Nicolas Larrain - JPM: Perfecto. Gracias, súper claro.

Maria Fernanda Moreno: Gracias, Nicolás. pueden levantar la mano para hacer preguntas o enviarlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla. La siguiente pregunta viene de Julián Ausique. Julián, por favor adelante.

Julián Ausique- Davivienda: Hola a todos y gracias por aceptar mi pregunta. Tengo algunas preguntas, la primera es con respecto a Tuya, el negocio financiero. Quisiera entender a cuánto ascienden las provisiones del trimestre y quisiera entender sobre la capitalización que anunció Tuya el pasado 27 de julio. ¿Éxito participará en la capitalización? Y en el costo de esta capitalización. La segunda es sobre la generación de caja, para entender si es suficiente para el capex que la empresa está planeando para este año. Gracias por su tiempo.

Carlos Mario Giraldo: Gracias Julian. Me referiré al capex, continuamos de manera no alterada con nuestro plan de capex, que estaba alrededor de cien a ciento veinte millones de dólares y mantenemos ese escenario enfocado en la apertura de tiendas Surtimayorista, algunas conversiones de tiendas Carulla e inversión en tecnología y logística para nuestro Omnicanal y luego le paso a Ivonne para las provisiones de Tuya.

Ivonne Windmueller: Sobre Tuya no puedo referirme a las provisiones, pero como mencionó Carlos Mario durante la presentación las provisiones se han incrementado porque la cartera se ha deteriorado y esto es un deterioro en todo el sector financiero. En cuanto a la capitalización que Tuya revisó hace un par de días, nosotros como accionistas estamos participando en la capitalización. Somos accionistas junto con Bancolombia apoyando el negocio financiero de Tuya durante el ciclo macroeconómico en todo el sector financiero e impactos.

Julián Ausique- Davivienda: Y es posible saber en cuánto participará Éxito en el monto.

Ivonne Windmueller: Con el cincuenta por ciento de la capitalización.

Julián Ausique- Davivienda: OK.

Maria Fernanda Moreno: Gracias Julián. Si tienen más preguntas, levanten la mano y háganlas o envíenlas a través del chat disponible en la parte inferior de la pantalla.

No hay más preguntas en este momento, paso la llamada al señor Carlos Mario Giraldo para las palabras de cierre.

Carlos Mario Giraldo: Quisiera agradecerles a todos la participación en la llamada. Yo diría que estamos muy entusiasmados con todo el equipo Directivo y con la Junta por el momento histórico

que vive Éxito por el proceso de escisión que le va a dar una alta liquidez a nuestra acción no sólo en la Bolsa de Valores de Colombia, sino en la de Brasil y en la de Estados Unidos, con ADRs nivel dos. Esto permitirá dar visibilidad a la acción y a los fundamentales de la Compañía y acelerar el crecimiento en el futuro.

Lo segundo es que vemos consistencia en nuestra estrategia y en nuestro crecimiento rentable a través de la innovación, a través de la penetración omnicanal y la monetización del tráfico y la confianza que estamos recibiendo de nuestros clientes.

Estamos abordando la principal gama alta del mercado de una forma muy eficiente, a la vez que buscamos alternativas de proximidad a través del omnicanal, los domicilios y el mercado de bajo costo a través de Surtimayorista, nuestra app Mii surti y el programa aliados.

Este es un año de grandes tareas no solo en la dinámica de las ventas en Colombia sino también en la estrategia de protección de márgenes y control de gastos en la que estamos trabajando de manera muy persistente.

Hay nuevas ideas que vienen de la penetración del mercado tradicional donde Éxito tiene grandes activos, como sus marcas propias y la alianza con tiendas de barrio más el cash carry, el liderazgo en comercio electrónico de alimentos, que es más de la mitad del mercado en Colombia, el aumento del Market Place a través de nuestra plataforma tecnológica, que ahora tienen más de mil vendedores y el negocio inmobiliario con nuevos proyectos, y la monetización de datos.

Los espero para la llamada de resultados del tercer trimestre donde esperamos tener una nueva realidad en nuestra base de accionistas.

Muchas Gracias.

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