

Grupo Éxito – Grupo Éxito - Transcripción Teleconferencia de resultados 3T23

Nov 9, 2023

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 escisión del Grupo Éxito, la actualización de la estrategia ASG, los aspectos más destacados del trimestre, el desempeño financiero y las conclusiones. La llamada concluirá con la sesión de preguntas y respuestas en la que, todos los participantes pueden 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 Compañía.

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

Carlos Giraldo, gracias María Fernanda. Quiero darles la bienvenida a todos ustedes a esta conferencia de nuestros resultados del tercer trimestre. Si vamos a la **diapositiva #5**, ratificamos la cotización de las acciones de Éxito en la Bolsa de Valores de Nueva York, la Bolsa de Valores de Colombia y B3 en Brasil, se ha completado en los tres mercados llevando la liquidez de nuestra acción al 53% con una base de accionistas incrementada a cerca de 53 mil accionistas. El flotante inicial en agosto ha tenido alguna variación, en el caso de BDRs pasó del 81% de la liquidez del flotante al 66% al 30 de septiembre, en ADRS del 13% al 28% y la acción colombiana al 7%.

Si vamos a la **diapositiva #7** hablamos del avance en nuestra agenda de iniciativas ambientales, sociales y de Gobierno.

Lo primero a destacar es Lactatón, esta es la campaña de lactancia que hacemos todos los años y es tendencia nacional. Esta vez fue tendencia número uno en X (Twitter) y es clave para la nutrición infantil que se mantiene como el principal aporte social de Éxito.

Éxito obtuvo el séptimo lugar en la clasificación de reputación Merco, ganando una posición, y se mantiene como número uno en el sector retail.

Nuestro formato Carulla Fresh Market por cuarto año consecutivo es declarado, reconocido, carbono neutral certificado por Icontec en Colombia.

La marca Paisana que fue desarrollada por Exito y donada al Estado Colombiano para la paz y proceso con comunidades, fue un acuerdo entre la Federación Nacional de Comerciantes, Exito y Fondo Colombia en Paz del Gobierno para promoverla con todo el retail no solo con Exito.

Si pasamos a la **diapositiva #9**, hablamos de nuestros principales hechos consolidados del tercer trimestre. En primer lugar, nuestro crecimiento de ingresos operacionales fue del 0,5% en pesos colombianos o del 9,1% si excluimos el impacto de la tasa de cambio, que provino básicamente del impacto argentino en devaluación. La principal contribución a este crecimiento se debió a las operaciones internacionales; Colombia sigue siendo positiva a pesar de la difícil situación macroeconómica,

Los Ingresos operacionales de \$5.1 billones, con un crecimiento del 0,5% y del 9,1% excluyendo el efecto del tipo de cambio.

EBITDA de \$328 mil millones disminuyendo 17.6% impactado principalmente por la inflación en los gastos. Este EBITDA decreció un 13,1% si se excluye el efecto del tipo de cambio. El Flujo de caja libre en línea con los últimos doce meses de 2022, si se excluye la inversión extraordinaria realizada en Uruguay para aumentar nuestra participación en la unidad de negocio *Disco*.

El principal aspecto positivo que queremos destacar es el resultado del negocio inmobiliario con una alta ocupación y rentabilidad creciendo un 16,5% en rentas y fees, también el crecimiento por encima de las inflaciones locales tanto en Uruguay como en Argentina. Como desafíos, tenemos que decir que el principal es la macroeconomía colombiana que afecta la demanda del consumidor.

La evolución negativa del comercio al por menor el mes pasado en Colombia, el comercio minorista total, en agosto fue de -10% mientras que el sector manufacturero estuvo alrededor de -6%, también las altas tasas de interés impactan especialmente el consumo de productos de no alimentos en todo el mercado colombiano.

La inflación es un elemento clave en diferentes aspectos, en primer lugar, ayuda a los ingresos inmobiliarios porque crecen con referencia a la inflación. En alimentos la inflación publicada ayer 12M a Oct fue de 10.36% viniendo de un punto máximo en diciembre del año pasado cercano al 28%. Es importante destacar que la inflación de Exito para el mercado es 3.6 p.p. menor, beneficiando a nuestros consumidores y haciendo un esfuerzo importante y a pesar de esto, en el año a hoy, mantenemos nuestros márgenes comerciales estables.

El Resultado neto impactado por las provisiones de crédito de Tuya, por las altas tasas de interés de nuestra deuda y por los gastos no recurrentes del proceso de escisión.

Fuerte desempeño proveniente del Omnicanal con un 13.5% de participación en Colombia y un sólido crecimiento de 16.8%. Sólido desempeño también en nuestros formatos de innovación, especialmente los hipermercados Éxito Wow y el Fresh Market de Carulla, ambos con un crecimiento de estos formatos de innovación de alrededor de 6 puntos porcentuales por encima del resto de las marcas Éxito y Carulla en las cifras hasta la fecha.

En la **diapositiva #11** el desempeño de nuestros Ingresos en todos los países fue positivo en moneda local. Primero las ventas netas de Colombia crecieron 2.4% en el tercer trimestre y 5.0% en lo corrido del año, con alimentos positivo en 5.6% a pesar del esfuerzo que hizo la Compañía en la inflación al consumidor tal como lo indiqué de 3.6 puntos porcentuales. Los productos de no alimentos, por el contrario, decrecieron 5,3%, afectados por la confianza de los consumidores y por el elevado costo del crédito. El mejor desempeño por segmento y marca fue el formato premium Carulla con un incremento del 12,8% lo cual está relacionado con la menor elasticidad a la inflación de este segmento de consumidores y también con la fortaleza Omnicanal de este segmento premium.

Los formatos y marcas de bajo costo impactados por el acceso al crédito de los consumidores por sus bajos ingresos disponibles y por el momentum negativo de los clientes profesionales.

Pasando a Uruguay, las ventas crecieron un 7,4% en moneda local, por encima de la inflación y con una fuerte participación de mercado, concluimos la adquisición de dos supermercados independientes y el Fresh Market sigue evolucionando y ya representa el 57% de las ventas de Uruguay.

En Argentina, las ventas crecieron en el trimestre un 191%, muy por encima de la inflación, que se sitúa en el 138%. El efecto de tipo de cambio tuvo un impacto en el tercer trimestre en Argentina que afectó materialmente los resultados de ventas y rentabilidad cuando se expresan en los resultados consolidados en pesos colombianos.

Cash & Carry está funcionando muy bien. Ahora, tenemos 11 tiendas que representan el 17,8% de las ventas retail, son responsables de la parte más importante del crecimiento frente a la inflación y realmente marcan la diferencia en Argentina.

El negocio Inmobiliario con un sólido desempeño con ingresos por arrendamiento creciendo con la inflación y con una ocupación del 94%.

La **diapositiva #12** habla de los formatos de innovación que siguen estando en el centro de nuestra diferenciación. Exito Wow, la nueva generación de hipermercados representa ya el 36% de la marca, como lo mencioné anteriormente creciendo en este año, en torno a entre 6 y 7 puntos por encima del resto de la Marca Exito con un impacto en ventas del 26,2% por reformas maduras en más de veinticuatro meses.

Carulla Fresh Market, que está aportando diferenciación a nuestro cliente con una propuesta de mercado verde, fresco y también sostenibilidad, por ejemplo, eliminando y somos la primera marca en hacerlo en Colombia, las bolsas plásticas en los cajeros, representa ya el 63% de las ventas de la marca.

Pasando a la **diapositiva #13** permitanme hablar de una parte muy importante de nuestra estrategia, que se va a reforzar en los próximos años y es enfocarnos en asocio con el mercado tradicional, especialmente con las tiendas de barrio y con los mini y supermercados independientes. Estos representan más del 40% del mercado de bienes de consumo en Colombia, por lo que hay un enorme potencial y se está convirtiendo en una realidad para la empresa.

Llegamos allí a través de una estrategia de tres formatos, en primer lugar, con Surtimayorista que continúa con su expansión con 14 tiendas hasta la fecha lo que representa ahora el 5,5% de las ventas totales en Colombia y afectado negativamente en el corto plazo por el ciclo económico de nuestros clientes profesionales, clientes institucionales.

Aliados o socios que es una propuesta de cobranding con tiendas de barrio y supermercados independientes creciendo 12.3% llegando a \$169 mil millones de pesos y con una enorme oportunidad. Terminamos el 30 de septiembre con 1.900 aliados y está creciendo en número de una manera muy sólida hacia el final del año.

Mii Surti, dirigido a esas tiendas de barrio de menor tamaño que no nos dan el tamaño adecuado para convertirnos directamente en aliados, es una APP, una solución digital para ventas B2B a esas tiendas, llegó en lo corrido del año a \$54 mil millones de pesos colombianos creciendo un 53%.

Pasando a la **diapositiva #14**, hablamos de Omnicanal que sigue siendo un diferenciador clave y una fortaleza de esta Compañía, especialmente en Colombia. Refuerza la importancia y la participación de mercado. En el 3T representó el 13,5% del total de las ventas retail de Colombia con un crecimiento de 16,8%, llegando en lo corrido del año a 14 millones de pedidos y en este periodo también, totalizando ventas importantes y materiales de cerca de \$1,4 billones de pesos colombianos.

Impulsado por el comercio electrónico de alimentos, nuestra principal fortaleza y la entrega de última milla. El comercio electrónico de alimentos representa ya cerca del 12,8% de cuota, una de las más altas de toda América Latina, incluso comparada con la de Estados Unidos, y creció en el trimestre un 25,5%. La penetración de nuestras apps Éxito y Carulla creció un 71% en nuestro Market Place, una iniciativa muy importante para nuestras ventas de no alimentos con una participación del 29% y creciendo en el trimestre cerca del 46%.

En la **diapositiva #15** hablamos del negocio inmobiliario. Es, como saben, nuestro principal negocio de monetización beneficiado en este caso por la alta ocupación, por el reconocimiento de marca de Viva Malls y también por la inflación en rojo. Tenemos que destacar Viva Malls que es el 72% de la superficie bruta arrendable total de nuestro negocio inmobiliario y con una tasa de ocupación muy alta del 97%. Hay un valor de escasez hoy en el mercado, dado que en los últimos años se construyeron muy pocos centros comerciales nuevos debido a la situación de pandemia. Viva Malls con ingresos hasta la fecha, creciendo un 14,4% y EBITDA un 20,4%. Ingresos por

arriendos y cuota administrativa creciendo un 18% en Colombia.

En la **diapositiva #16** una actualización sobre los proyectos inmobiliarios actuales. La ampliación del centro comercial Viva Malls en Envigado tendrá la introducción de Ikea que va según lo planeado, estaría abriendo en 2024 con alrededor de 17 mil m² de área arrendable y más de 50 mil de área construida. Sería el primer Ikea en el área metropolitana de Medellín por el momento y el único anunciado. También entregamos la zona de restaurantes de innovación Calle Bistró en Viva Villavicencio.

En la **diapositiva #17**, quiero hablar de otros negocios importantes complementarios, negocios materiales como Puntos Colombia y nuestro negocio de retail financiero Tuya. Puntos Colombia con un fuerte crecimiento y posicionamiento está ahora presente en uno de cada tres hogares en Colombia, reconocida como la marca número uno en programas de fidelización según Kantar y cuenta ya con cerca de 6,7 millones de clientes activos que han dado expresamente el Habeas data a nuestro negocio. Estos clientes activos creciendo en un 10,6% seguimos trayendo marcas aliadas que emiten y redimen puntos dentro de Puntos Colombia llegando a cerca de 530 marcas aliadas.

Hablando de Tuya, este negocio ha tenido un año muy retador protegiendo los fundamentales del negocio, tal como lo ha venido haciendo la mayoría del sector financiero, con el crédito de consumo dada una disminución en la demanda, un fortalecimiento en todos los criterios para nuevas tarjetas de crédito y para el scoring. Nuestro portafolio de cartera vencida, en nivel bajo doble dígito, han hecho crecer las provisiones que hacemos para que el negocio se mantenga muy estable y sólido, así como los requisitos legales. Estamos empezando a ver algunos primeros signos de un mejor comportamiento del riesgo

En la **diapositiva #18** sobre Uruguay, queremos anunciar la adquisición de una participación minoritaria del 6,66% en la unidad de negocio *Disco*, como recordatorio, en Devoto tenemos el 100% y ahora con esto en Disco llegamos al 69,15%. También hemos adquirido dos supermercados independientes.

En la **diapositiva #19** sobre Argentina, las ventas de Libertad crecieron por encima del mercado y de la inflación, con once cash and carry liderando el crecimiento, representando ahora cerca del 18% de las ventas y con 14 centros comerciales o galerías comerciales con una muy buena tasa de ocupación del 94%, principalmente con arrendatarios locales, y con un crecimiento de los ingresos del 172% en moneda local durante el tercer trimestre.

Ahora cedo la palabra a Ivonne Widmuller y luego volveré para las conclusiones

Ivonne Windmuller: Gracias Carlos Mario, buenos días y gracias por acompañarnos esta mañana voy a presentar los resultados financieros de la Compañía para el trimestre y los últimos nueve meses.

Continuemos en la **diapositiva #20** para revisar el desempeño operativo por país donde vemos nuestras operaciones internacionales con crecimiento en ventas por encima de los niveles del IPC en moneda local y los esfuerzos consistentes de costos y gastos en los tres países para mitigar las presiones inflacionarias.

En Colombia, como se indicó anteriormente, los ingresos operacionales para el trimestre en \$3,8 billones de pesos colombianos con un crecimiento del 2,9% y \$11,3 billones de pesos con un crecimiento del +5,1% para los nueve meses. Esto, gracias a una sólida evolución del negocio inmobiliario, el consistente desempeño de la omnicanalidad, el crecimiento de las ventas de alimentos y el aumento de la participación de los formatos innovadores bajo un entorno de desaceleración del consumo. Las ventas de no alimentos se vieron afectadas por el mayor costo del crédito y el menor poder adquisitivo.

El Margen bruto trimestral del 21,6% y acumulado estable en el 22,3%, impulsado por el negocio inmobiliario y reflejando el plan de acción en costos, compensando la inversión en precios y el efecto inflacionario en el costo de los bienes.

Los gastos de administración y ventas crecieron 11,6% en el trimestre y 13,3% en los nueve meses, impactados por las continuas presiones inflacionarias y el aumento del impuesto operacional tras la aplicación de la reforma tributaria aprobada en diciembre de 2022. Fuertes planes de acción en gastos, alrededor de \$60 mil millones de pesos colombianos para el trimestre y \$128 mil millones en todo el año, para mitigar las presiones inflacionarias en salarios, servicios públicos y otros costos fijos.

El EBITDA recurrente de Colombia en el trimestre de \$226.065 millones disminuyó 20,6% y con una tasa del 5,9% se deterioró en -175 puntos básicos. En lo que va del año, el EBITDA disminuyó 12,7%. El resultado refleja la contribución positiva del negocio inmobiliario y otros negocios complementarios (+40pb), compensado por el desempeño de las ventas debido a un menor consumo principalmente en la categoría de no alimentos, presiones inflacionarias en costos y gastos y el mayor impuesto operacional.

Uruguay, con un crecimiento de las ventas del 7,3% en pesos colombianos y del 8,6% en moneda local, alrededor de 4 puntos porcentuales por encima de la inflación local. El resultado de las ventas estuvo impulsado por el desempeño de las tiendas Fresh Market con un crecimiento de 80 pb por encima de las tiendas regulares y alcanzando una participación del 57,7% de las ventas. En lo que va de año, los ingresos crecieron doble dígito en moneda local, por encima del doble de la inflación.

La utilidad bruta creció 9,9%, por encima del crecimiento de los ingresos, y alcanzó una tasa del 35,7%, mejorando 83 puntos básicos, 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

encima de los ingresos debido a los mayores gastos laborales y de marketing relacionados con la expansión de las tiendas.

El EBITDA recurrente del trimestre, \$80.267 millones de pesos colombianos, disminuyó 8,6%. En lo que va de año, el EBITDA creció un 17,2% en moneda local, con un margen doble dígito del 10,7% que mejoró 49 puntos básicos. La operación uruguaya continuó como la unidad de negocio más rentable del grupo

Y por último, Argentina con Ingresos operacionales en pesos colombianos afectados por el tipo de cambio, disminuyeron 28.1%, pero en moneda local con crecimiento de 190%, más de 50 puntos porcentuales por encima de la inflación local. Las ventas fueron impulsadas por el mayor dinamismo comercial tras las elecciones preliminares, el excelente comportamiento del formato Minimayorista C&C, el aumento de participación del Omnicanal y la contribución del negocio Inmobiliario con sólidos niveles de ocupación.

El margen bruto refleja la mayor cuota del formato Cash and Carry y la inversión en precios. Los gastos de administración y ventas crecieron por debajo del crecimiento de las ventas en moneda local, mejoraron 320 pb como porcentaje sobre Ingresos Operacionales gracias a la evolución de las ventas que permitieron la dilución y al consistente y estricto control de costos.

El EBITDA Recurrente del tercer trimestre alcanzó un margen de 6.0% mejorando 90bps. El EBITDA Recurrente del año a la fecha creció 5.9% en pesos colombianos y más de 180% en moneda local y alcanzó \$43,192 millones de pesos colombianos mejorando 21bps en tasa.

Pasemos a la **diapositiva #21** para revisar el resultado consolidado de la Compañía.

Los ingresos operacionales alcanzaron los \$5,1 billones y crecieron un 0,5% en el trimestre. En lo que va del año, los ingresos ascendieron a \$15,7 billones y crecieron 8,9%. Si se excluye el efecto del tipo de cambio de las operaciones internacionales, los ingresos operacionales crecieron 9,1% durante el trimestre y 11,7% hasta septiembre.

El margen bruto acumulado alcanzó el 25,8%, mejorando 39 pb impulsado por la operación en Uruguay y la estabilidad del margen en Colombia, compensando el impacto en Argentina por la mayor participación del formato C&C.

Las operaciones internacionales mostraron un sólido desempeño comercial, con un crecimiento de las ventas por encima de los niveles del IPC y un EBITDA con contribución positiva al resultado consolidado. Otros ingresos, impulsados por el crecimiento del 16,7% del negocio inmobiliario, también contribuyeron positivamente. El enfoque consistente en planes de acción en costos y gastos en las tres operaciones llevó a un crecimiento de los gastos de administración y ventas en

el trimestre de un dígito medio compensando las presiones inflacionarias. No obstante, el resultado operativo de Colombia se vio afectado por:

- i) menores ventas, principalmente en la categoría de no alimentos, afectadas por el elevado costo del crédito y el menor poder adquisitivo, lo que redujo el consumo de productos durables y semi durables.
- ii) La inflación presionando la estructura de costos y gastos, pero gracias a los consistentes planes de acción, durante el trimestre los gastos crecieron a un ritmo menor que en trimestres anteriores.
- iii) Un mayor impuesto operativo, proveniente de la reforma aprobada en diciembre de 2022 con un impacto de 27bps en el margen EBITDA consolidado.

El EBITDA recurrente acumulado fue de \$1.1 billones, con un decrecimiento del 1,2%, con un crecimiento compuesto a tres años de doble dígito del 11,1%.

Pasando a la **diapositiva #22**, el resultado neto del grupo para el trimestre con una pérdida de \$31.685 millones de pesos colombianos reflejó la contribución positiva de las operaciones internacionales y negocios complementarios y un efecto positivo en el impuesto sobre la renta, compensado por el resultado operacional retail en Colombia afectado por los vientos en contra macro y de consumo. En lo corrido del año, la utilidad neta fue de \$7.249 millones de pesos colombianos.

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

- i) (Primero) Un resultado financiero neto impactado debido a las tasas de interés más altas que aumentan el costo de la deuda
- ii) (Segundo) Mayores intereses minoritarios provenientes del mejor desempeño en Uruguay y del negocio Inmobiliario en Colombia con Viva Malls
- iii) (Tercero) Resultado impactado en el negocio financiero Tuya debido a mayores provisiones en medio del deterioro de la morosidad en todo el sector financiero
- iv) Y (cuarto) mayores gastos no recurrentes relacionados con la escisión y el proceso de listado de DRs.

Finalmente, en la **diapositiva #23**, referente a la posición de caja y deuda de la compañía, destacamos un Flujo de Caja Libre positivo en los últimos 12 meses de \$103 mil millones de pesos, mostrando estabilidad frente al año anterior, al excluir la inversión en ampliación de capital en Uruguay de \$124.000 millones de pesos colombianos.

Los dividendos recibidos de las filiales más el esfuerzo y mejor gestión en el capital de trabajo, principalmente en inventarios, permitieron las inversiones y el pago de dividendos a los accionistas.

La deuda financiera neta con una variación total negativa de \$353 mil millones, si excluimos el pago de dividendos, la variación negativa se reduce a \$136 mil millones de pesos colombianos, como resultado de mayores inversiones y la presión en los gastos financieros reflejando las mayores tasas repo.

La deuda bruta se incrementó en \$427.000 millones de pesos colombianos por mayores líneas de crédito rotativo en uso por requerimientos estacionales y nuevas líneas para cubrir el incremento accionario del Grupo Disco en Uruguay.

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

Ahora, como resumen para los resultados financieros de los nueve meses, tuvimos un perímetro colombiano con crecimiento en ventas impactado por una desaceleración en el consumo, parcialmente mitigado por el desempeño positivo de formatos innovadores, el Omnicanal y la contribución del negocio inmobiliario. Estabilidad del margen bruto a pesar de la inversión en precios y el efecto de la inflación en el costo. GA&V con fuertes planes de acción en los gastos como esfuerzo para mitigar las presiones inflacionarias y el impacto del mayor impuesto operacional.

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

Las ventas de Argentina en moneda local estuvieron 25 puntos porcentuales por encima de la inflación, el margen bruto impactado por una mayor participación del formato C&C pero compensado por un fuerte control de gastos para mitigar los impactos inflacionarios condujo a ganancias en el margen EBITDA.

En lo que va del año los ingresos netos consolidados crecieron a doble dígito al excluir el efecto de la devaluación de las operaciones internacionales. Los gastos administración y ventas continúan con presiones inflacionarias, que fueron parcialmente mitigadas por los planes de acción y eficiencias en los costos.

Resultado neto con contribución operativa positiva de las operaciones internacionales compensada por la desaceleración en Colombia. Efectos no operacionales por mayores costos financieros, contribución negativa del negocio financiero y mayores gastos no recurrentes. La sólida estructura de capital permitió las inversiones necesarias y un flujo de caja libre positivo.

Gracias por su atención y ahora le doy nuevamente la palabra a Carlos Mario para las conclusiones.

En la **diapositiva #25** como conclusiones, tenemos que resaltar, en primer lugar, que el proceso de escisión y listado de la acción se concluyó y desde entonces se tiene un impacto en el aumento de volúmenes y liquidez de nuestra acción.

La solicitud de autorización de oferta pública de adquisición ha sido presentada por Grupo Calleja ante la Superintendencia Financiera de Colombia, el proceso se encuentra pendiente.

Desempeño consolidado resiliente impulsado por operaciones internacionales que crecieron por encima de las inflaciones locales.

Los ingresos de Colombia crecen un 2,9% en el trimestre y un 5,1% en lo que va del año, reflejando la tendencia del consumo y el alto costo del crédito, especialmente en no alimentos.

Las ventas consolidadas crecieron un 9,1% en el trimestre y un 11,7% en lo que va del año, cuando excluimos los impactos cambiarios.

El desempeño operativo refleja la inflación en costos con estabilidad en el margen comercial en lo que va del año incluso después de realizar una importante inversión en precios con una menor inflación de alimentos en comparación con el mercado colombiano.

Avance en proyectos comerciales clave como la expansión de nuestros formatos clave de innovación, los nuevos proyectos de Viva Malls y la asociación colaborativa con aliados y Mii surti,

Nuestro resultado Neto tal como lo indicó Ivonne, impactado por los resultados del negocio de crédito, gastos no recurrentes del proceso de segregación y gastos financieros.

María Fernanda: 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

Nicolás Larrain, gracias María Fernanda, Carlos Mario e Ivonne por atender mi pregunta.

Quiero centrarme en el negocio de Colombia, puedes comentar un poco Carlos Mario sobre cómo han visto el volumen y el ticket, particularmente en el caso de los hipermercados Éxito, y también el desempeño en Carulla que ha sido bastante resiliente más que el general (inaudible) a pesar de la difícil situación macroeconómica?

Carlos Giraldo, gracias Nicolás, empiezo con los volúmenes, los volúmenes del año han bajado un 3,9% en comparación con el año pasado donde los volúmenes crecieron un 3,0%.

También diría que lo que podemos ver es que no estamos perdiendo clientes ni tráfico, sino que esto es el resultado de una canasta de menor tamaño por parte de nuestros consumidores.

Las marcas con mejor desempeño han sido las marcas de innovación, en el caso de Carulla estamos viendo en lo que va del año que las tiendas Fresh Market crecieron por encima del 7% y que compara con un crecimiento del 1.4% de las tiendas no Fresh. Y en el caso del Éxito Wow vemos un fenómeno similar creciendo por encima del 7% en las tiendas wow Éxito que se compara con una reducción del 0,2% en las tiendas no Wow en lo que va del año. Creo que esta respuesta resuelve tu pregunta.

Maria Fernanda: 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. No hay más preguntas en este momento; Ahora pasaré la palabra al Sr. Carlos Mario Giraldo para sus comentarios finales.

Carlos Giraldo: quiero agradecerles por su presencia, quiero resaltar las ventas consolidadas de doble dígito en lo que va del año, en un año muy desafiante especialmente en Colombia, los márgenes saludables que demostraron que independientemente de la inversión en precio y el margen desafiante, la combinación de la innovación, el negocio inmobiliario y un crecimiento muy sólido de Carulla contribuyeron a mantener los márgenes en una posición muy saludable.

La coherencia en la estrategia con formatos de innovación, con penetración Omnicanal y ahora aprovechando la oportunidad que el canal tradicional significa para el crecimiento y la acción de la Compañía ahora abiertos a mercados de alta liquidez y niveles de transacción dinámicos.

Finalmente, según Merco y otras lecturas en Colombia, la reputación y el reconocimiento de la empresa y sus marcas son muy sólidos.

Quiero agradecerles y nos vemos en la llamada el próximo año cuando hablemos de los resultados del año completo a principios de año.

Maria Fernanda: Con esto concluye la conferencia de hoy. Gracias por participar.