

Sesión de Preguntas y Respuestas

Link llamada 3Q25:

<https://www.youtube.com/watch?v=UFg44ZaduCw>

1. ¿Cómo ven los efectos de la reforma laboral recientemente aprobada en Colombia y el impacto en los márgenes del negocio?

Lo que hemos vivido hasta ahora, y lo que se habla de lo que puede venir en el futuro son temas que desde el Grupo Calleja nos hemos enfocado en tomar acción y encontrar eficiencias frente a estos nuevos requerimientos laborales.

Desde el 2024 hemos tenido que ir ajustando nuestra operación a un incremento de un salario mínimo del 11% y esos resultados se tomaron acción tan pronto como lo conocimos.

Hay 3 temas importantes, los recargos nocturnos, los recargos dominicales y festivos y el régimen de aprendices. La vigencia de estas reformas comenzó a mediados del año, o sea, que los resultados del tercer trimestre ya incluyen los impactos de la reforma. Es decir, ustedes pueden ver, un resultado de manejo de los gastos muy eficiente y el compromiso por el contrarrestar estos cambios es absoluto y es permanente.

2. ¿Recuerdo que durante la presentación del segundo trimestre ustedes comentaron de que estaban viendo espacio para un plan para abrir tiendas nuevas al final del año o 2027?

La verdad es que hemos visto una recuperación en diferentes formatos de retail, no solamente en supermercados, sino en tiendas por departamento que han mostrado este impulso. ¿Quería entender de la percepción de ustedes, qué es lo que está llevando a este impulso renovado?

Frente al tema de expansión, venimos trabajando con agresividad y planificación intensa. Hemos venido participando en varias reuniones, también con diferentes constructores, desarrolladores y con quienes estamos hablando para montar alianzas estratégicas a largo plazo para expandir el grupo en los formatos de Sreet Mall que han ganado una relevancia importante en el negocio.

Nuestra ambición es muy grande, quisiéramos llegar a abrir 10 tiendas cada año, pero sabemos que es un proceso progresivo y que necesitamos también condiciones adecuadas y planes encaminados a cumplir esta meta. Por ejemplo, en Uruguay también estamos movilizand todos los planes para que en 2026 podamos inaugurar nuestra primera nueva

tienda bajo grupo Calleja en ese país.

Adicionalmente, este año hemos avanzado en las reconversiones de marca, las cuales son una prioridad dentro de nuestra estrategia comercial. Al finalizar el año esperamos tener cerca de 45 conversiones con resultados muy positivos. Durante el 2026, continuaremos con este proceso y hay cerca de 10 tiendas que están en proceso. En cuanto las inversiones incluyen también inversiones inmobiliarias y como ustedes vieron en la presentación, el Grupo acabó de ampliar en Viva envigado el área de entretenimiento para para las familias, con casi 5000 Metros más de área de entretenimiento y también anunciamos el Centro comercial de Viva Suba en Bogotá.

Frente a las ventas nuestra lectura es la siguiente, en Colombia, por ejemplo, el consumo está bueno, pero puede mejorar, sin embargo, necesitamos seguir ganando Market share y se viene a final del año una temporada muy importante para nosotros, que es la temporada de navidad.

3. Referente al Capex, se observa un acumulado del año cercano a 133000 millones, ¿Qué información nos pueden dar para fin de año y lo que esperan en adelante? Además, ¿tienen algún plazo presupuestado, frente a que se puedan ver cifras positivas en Argentina?

Como vieron en parte de la presentación, estamos muy enfocado en el plan de reconversión de tiendas, mejorar la capacidad instalada que tenemos y al final del año la intención es mantener ese ritmo de inversión que hemos visto hasta ahora.

El Final de año lo vemos con un flujo de caja bastante sano que nos está permitiendo poder hacer estas inversiones y poder acompañar de una manera responsable el plan de expansión y de la inversión que el grupo tiene.

Frente a la siguiente pregunta, con respecto a Argentina como lo mencionábamos desde el trimestre anterior, nosotros hemos estado evaluando las diferentes alternativas para poder hacer un cambio en los resultados del negocio. Actualmente, estamos en medio de un proceso de análisis y ejecución donde estamos, por ejemplo, reorganizando toda la parte de nuestra estructura, estamos buscando hacer más eficiente los metros cuadrados en las tiendas de ventas y poder generar expansión de marca y reducción de costos.

Más de comprometerme a decir un mes específico, lo que esperamos es que 2026 sea un año diferente tanto en el retail como en los negocios inmobiliarios. Para el grupo el negocio inmobiliario en este país sano y nos genera utilidad. Sin embargo, tenemos retos por asumir y resolver en el retail, que como les comentaba, estamos enfocando todas estas acciones de la organización para mejorar el plan.

4. Respecto a los formatos de las tiendas, ¿hemos visto algunos cierres en Surtimax y en Devoto, quisiera saber qué podemos esperar en el en el mediano plazo? ¿podemos

esperar algún cambio o especialmente en este formato mayorista, que podemos esperar en el futuro?

Además, quisiera saber un poco más al detalle respecto a las eficiencias de los costos y gastos, ¿quisiera saber si podemos esperar mejores resultados respecto a las eficiencias, y si hay más espacio o qué tan sostenibles son estas reducciones?

Efectivamente, hemos cerrado algunas tiendas Surtimax y algunos Surtimayoristas, definitivamente aquellos que no tienen posibilidad de otorgarle utilidad neta a la organización y luego de haber hecho unos planes de recuperación. Estas decisiones están encaminadas a la generación de valor para el negocio y para los accionistas.

Por otro lado, las que sí son rentables o que van a llegar a rentabilidad, estas tiendas irán gradualmente siendo reconvertidas hacia las marcas Éxito para aquellos formatos de grandes superficies y hacia Carulla, los de superficies más pequeños que serán supermercados. Cada cierre de tienda es un proceso muy analizado, un proceso que definitivamente con varias acciones no hay ruta para llegar a buenos resultados.

A pesar de que el poco grande está en las reconversiones, estamos trabajando de una manera muy importante en la competitividad de su Surtimax, Superinter y Supermayorista para que tengan también una ampliación de surtido para poder atender simultáneamente el cliente final, que antes no lo atendíamos de manera adecuada él y el cliente mayorista, que es muy importante para este formato humano.

Respecto a los gastos, es un tema de consistencia, coherencia y el equipo con el cual estamos trabajando, nos permite identificar todas aquellas oportunidades de mejora con el objetivo de mantener un costo eficiente. Este proceso no lo vemos solo para este trimestre o los resultados que hemos logrado en los trimestres pasados, este es un proceso constante. Por ejemplo, estamos hablando de trabajar en los costos de ocupación, todo lo que son gastos fijos, ver cómo repensamos los gastos, mejores negociaciones con nuestros proveedores, entre otros.

Para nosotros los gastos no deberían de estar creciendo más allá de la mitad de la inflación, es lo que tenemos como parámetro. Eso significa que siempre tenemos que hacer un esfuerzo constante por mitigar este gasto.

5. ¿cuál es el valor justo de la acción, según sus cálculos? ¿el nuevo centro comercial lo inaugurarán este 2025 o 2026?

Nosotros no damos señales de un precio justo para la acción, sin embargo, nosotros no estamos satisfechos con el valor actual. Hay espacio para seguir mejorando y seguir recobrando la confianza del mercado.

Sin embargo, los esfuerzos que hemos hecho por darle liquidez y visibilidad a la acción han permitido tener resultados muy positivos para nuestros inversionistas. Al final, el precio de la acción es un resultante de muchas acciones, empezando por entregar resultados positivos hasta reflejar el valor real de la compañía.

Respecto a la pregunta del centro comercial, VIVA SUBA lo estamos planeando abrir durante el año 2028. En este momento estamos en una etapa inicial de estructuración, comercialización y temas regulatorios de licencias.

6. ¿cómo están pensando con respecto al dividendo? Ya que la empresa está generando caja y han hecho un buen trabajo, y me gustaría saber si la compañía tiene una política de dividendo mínimo y se modificara para este año.

Una vez que tengamos los resultados consolidados de 2025 estos temas serán puntos cruciales para ser revisados por la asamblea de accionistas y considerar si la política establecida que conocen nuestros accionistas hoy en día deberá modificarse.

7. Los canales digitales en Colombia han aportado cerca del 14,6% de las ventas que se han generado en el trimestre y me gustaría saber de esa eficiencia que se ha encontrado, de reducción de gastos y de costos en logística. ¿Qué tanto ustedes han calculado que este canal ha aportado precisamente a esas eficiencias? ¿Y en segunda línea, la pregunta sería, cómo proyectan en la inversión de Capex para el siguiente año en relación con este canal?

Una de las grandes Joyas que vinieron dentro de la compra del grupo de éxito era la fortaleza que tiene el grupo de éxito en la omnicanalidad y estamos igual que con el textil, 100% comprometidos a seguir fortaleciéndolo, y durante este año el plan es seguir creciendo y desarrollando este canal.

Nosotros hemos crecido el negocio de omnicanalidad, pero buscando que genere rentabilidad porque hay muchos de estos negocios en el mundo que han crecido generando pérdidas muy grandes solamente para ver crecimiento.

Además, hemos hecho una cosa muy importante, que es tanto para el negocio físico como el virtual y es una optimización del gasto logístico de la compañía este año. Estos costos han venido decreciendo y han sido grandes contribuyentes al resultado que vemos durante este año.

8. ¿En el futuro consideran tener un perfil de vencimiento diferente al actual que acompañe las necesidades de expansión y Capex, que aunque podría impactar el costo de la deuda y también podrían mitigar riesgos?

Al final, nosotros cada necesidad de financiamiento y crédito lo analizamos con cuidado. Primero analizamos el mejor costo financiero y segundo, la finalidad de ese crédito. En función de esas variables, nosotros determinamos cuál es la mejor combinación entre tasa y periodo de financiamiento, es un análisis que vamos a seguir haciendo, por lo tanto, el plazo va a depender de la finalidad.

□