

Almacenes Éxito S.A.

Estados Financieros Consolidados

4T/2022

Envigado, Colombia, febrero 17 de 2022 - Almacenes Éxito S.A. ("Grupo Éxito" o "la Compañía") (BVC: ÉXITO / ADR: ALAXL) anunció sus resultados para el cuarto trimestre y año terminado el 31 de diciembre de 2022 (4T/2022). Todas las cifras están expresadas en millones (M) o billones (B) de pesos colombianos (COP), a menos que se indique lo contrario, y expresadas en escala larga (billones pesos representan 1.000.000.000.000). Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, y las eliminaciones.

Ingresos operacionales crecieron doble dígito (+21,8%) y el EBITDA recurrente (+8,3%), impulsados por el Omnicanal (+18,9%) e Innovación (40% de participación), a pesar de las presiones inflacionarias en la región

HECHOS DESTACADOS

Financieros

- Los **Ingresos Operacionales** consolidados crecieron 18,2% a \$6,2 B en 4T22 y 21,8% a \$20,6 B en 2022. Estos ingresos anuales reflejaron el sólido desempeño de las ventas retail (+22.7%), beneficiados por la contribución de formatos innovadores (40% de participación), el crecimiento de la omnicanalidad (+18,9%) y el dinamismo comercial en todos los países. Otros ingresos crecieron 6% durante 2022 y reflejaron un mejor desempeño de los negocios complementarios principalmente el inmobiliario (+8.5%) a pesar de una mayor base de ingresos por desarrollo y venta de activos inmobiliarios (\$70.000 M) y de las regalías de TUYA en Colombia (\$59.000 M).
- El **EBITDA Recurrente** alcanzó \$537.323 M en el 4T22 y \$1,7 B en el 2022 y los márgenes alcanzaron 8.7% y 8.1% respectivamente, por el sólido desempeño del negocio retail y complementario y el nivel más bajo de SGA desde 2015 a pesar de las altas presiones inflacionarias, parcialmente compensados por la mayor base de ingresos no recurrentes (inmobiliarios y regalías de TUYA), y el reconocimiento anual de costos tras la reubicación de las instalaciones de la industria en Colombia.
- El **Resultado Neto del Grupo** fue una utilidad de \$99.072 M en 2022 y reflejó los cambios positivos en el desempeño operacional del retail parcialmente compensados por mayores gastos financieros (tasas de interés +827 pb vs 4T21), mayores provisiones de TUYA (requeridas debido a mayores préstamos emitidos en 25.6%) y otros efectos no monetarios como mayores impuestos diferidos en Colombia y Argentina y ajustes inflacionarios (IAS 29 en Arg).
- La **UPA** fue de \$76,3 por acción ordinaria en 2022 (vs. \$365,7 reportados en 2021).
- **Propuesta de dividendo de \$ 167,50** por acción (4,9% de rentabilidad por dividendo), considerando desempeño operacional y requerimientos de generación de caja.
- Culminación de los procesos **de recompra, desmaterialización y desdoblamiento de acciones** y continuación del **listado de DR** en Bovespa y NYSE.

Operacionales

- El **CAPEX consolidado** fue de \$497.174 M, 71.4% enfocado en actividades de expansión (retail e inmobiliario), innovación, omnicanalidad y transformación digital.
- El **Omnicanal** creció 18,9% a nivel consolidado alcanzando el 9,6%/ventas en 2022 (Col 12%, Uru 2,8%, Arg 3,9%).
- El mayor desempeño comercial favoreció el aumento de la cartera de créditos de TUYA (+25,6%) y los niveles de ocupación del negocio inmobiliario (96,5% en Colombia y 92,6% en Argentina).
- Los **formatos innovadores** alcanzaron una participación del 40% a nivel consolidado (41% en Colombia, +23 pbs vs 2021); el modelo Fresh Market representó el 59,6% del segmento Carulla en Colombia, el 52,9% en Uruguay y el 29% en Argentina.
- La **expansión 12M** por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones fue de 92 tiendas (78 Col, 5 Uru, 9 Arg) para un total de 619 tiendas al cierre de 2022 en la región y 1,04 M m2 de área de ventas.

Perspectivas 2022 vs Resultados

Objetivos previstos comunicados al mercado plenamente alcanzados

Perspectivas para 2023: No disponible debido a restricciones de listado.

I. Seguimiento a los pilares estratégicos de sostenibilidad ASG

1Q22

1. La Compañía lanzó la rueda de negocios 'Valluno compra Valluno' para mejorar el portafolio de productos de más de 380 pequeñas y medianas empresas registradas como proveedores de Almacenes La 14 en la región del Valle del Cauca. 25 negociadores del equipo de ventas del Grupo Éxito, identificaron oportunidades de trabajo conjunto como parte del plan de la Compañía establecido para contribuir a la reactivación económica y de empleo de esta zona del país y cumplir con el objetivo de fortalecer las compras locales.
2. El Gobierno del Reino Unido, WWF Colombia y el Grupo Éxito, presentaron 'Consumo y ganadería sostenible: alianza por la conservación y la biodiversidad', un proyecto enmarcado en el programa insignia de asistencia técnica del Reino Unido - UK PACT. Este programa busca apalancar cambios estructurales a través de acciones concretas para mitigar las emisiones de gases en varios países como Colombia, China, México, Nigeria y Sudáfrica, entre otros. El PACT del Reino Unido ayuda a Colombia a desarrollar medios de vida sostenibles, a mejorar la protección de la biodiversidad en los paisajes ganaderos y a promover la participación de los grandes minoristas y los consumidores, siendo el Grupo Éxito, el primer minorista en implementar un modelo de ganadería sostenible. En el marco de este modelo, se incluyó el sello GANSO (iniciativa del Centro Internacional de Agricultura Tropical - CIAT y Climate Focus) para nuestra marca privada Pomona, para certificar las buenas prácticas ganaderas desde cuatro pilares: gestión ambiental, animal, eficiente y social.
3. El 24 de marzo se celebró la reunión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas, de forma virtual y presencial en la sede de la Compañía. Se aprobaron todas las propuestas incluyendo la elección de los 9 miembros de la Junta Directiva para el periodo 2022-2024, de los cuales 2 son mujeres, Ana María Ibañez Londoño (miembro desde marzo de 2014) y Susy Midori Yoshimura (nueva miembro). Además, la distribución del 50% de la Utilidad Neta del Grupo como dividendos que correspondió a un dividendo anual de COP \$531 por acción y una recompra de acciones de la Compañía. para maximizar el valor para los accionistas
4. Grupo Éxito obtuvo el sello de oro "Equipares".
5. La Compañía avanzó en el "Plan Resolución 810" con relación a la mejora del etiquetado de los productos y la potenciación de las características saludables de los mismos.

2Q22

6. La Compañía registró 53 pequeñas y medianas empresas locales, ex proveedoras de Almacenes La 14 en la región del Valle del Cauca, con más de 2.200 empleados, en línea con el plan establecido para contribuir a la reactivación económica y la recuperación del empleo de esta parte del país.
7. Artistas locales pintaron 8 murales de graffiti en nuestras tiendas dentro del proyecto de colorear

ciudades, como mecanismo para fortalecer el tejido social.

8. La Compañía continuó con la implementación de la Debida Diligencia en Derechos Humanos y lanzó la 'Plataforma Equi-rutas' desarrollada para empresas colombianas.
9. La Compañía incrementó su portafolio de productos saludables a 7,773 referencias.
10. Grupo Éxito se sumó al lanzamiento de Paissana, marca presentada por la Presidencia de Colombia para promover la comercialización de productos de territorios afectados por el conflicto armado. Para Grupo Éxito, el abastecimiento local ayuda a generar oportunidades para un país que aspira a cosechar paz, reconciliación, desarrollo y esperanza.

3Q22

11. En alianza con Estratek y Endeavor Colombia, Grupo Éxito busca ayudar e impulsar el desarrollo de start-ups y co-crear juntos para cumplir con los requerimientos de los clientes y grupos de interés a través de soluciones innovadoras que puedan crear valor en 7 frentes de la empresa, desde soluciones omnicanal hasta consolidar una operación retail sostenible.
12. Con relación a gobierno corporativo e integridad, el Grupo Éxito ocupó el octavo lugar como la empresa colombiana con mejores estándares de reputación y el señor Carlos Mario Giraldo (Presidente) ocupó el sexto lugar como el líder con mejor reputación empresarial en Colombia, según Merco. Además, el Grupo Éxito obtuvo una puntuación de 69/100 en la Evaluación Global de Sostenibilidad Corporativa 2022 de S&P.
13. El 23 de septiembre, la Sra. Susy Midori Yoshimura dimitió como miembro del Consejo de Administración de la Sociedad y el Sr. Guillaume Michaloux fue nombrado nuevo miembro.

- La Junta Directiva nombró al Sr. Jorge Jaller Jaramillo como Vicepresidente de Retail, a partir del 1 de agosto. Su labor se centrará en el desarrollo, crecimiento y liderazgo de las marcas Éxito y Carulla, con una visión omnicanal y una estrategia centrada en el cliente, apoyada en la innovación, la diferenciación, la sostenibilidad y el compromiso social. El Sr. Jaller es licenciado en Derecho de la Universidad Pontificia Bolivariana y tiene un Máster en Marketing de la Universidad de Concordia en Canadá. El Sr. Jaller tiene experiencia en retail, transformación organizacional, experiencia del cliente e innovación. Ha trabajado en el Grupo Éxito durante los últimos 24 años y ha ocupado cargos como Director de Ventas y Operaciones de la marca Éxito, Gerente Corporativo de las líneas de Ropa y Hogar y últimamente se desempeñó como Gerente Corporativo de la Marca Éxito, donde fue reconocido por su gran carisma, capacidad de innovación y foco en los resultados.

16. Grupo Éxito celebró el "Mes de la Diversidad" con más de 30 actividades.
17. Más de 30 ingredientes fueron eliminados de los productos Taeq como parte del compromiso de la compañía con la salud de los consumidores.

4Q22

18. En el marco de la iniciativa cero desnutrición en alianza con la Fundación Éxito, la Compañía benefició a 60.046 niños con programas de nutrición y alimentación complementaria, así como entregó 200.403 paquetes alimentarios a niños y sus familias. En un trabajo conjunto, se tiene presencia en 192 municipios

de 27 departamentos de Colombia.

19. Las actividades ambientales y de protección incluyeron la recolección de 20.517 toneladas de material en la operación y 986 toneladas de material reciclable post-consumo. El Grupo Éxito también redujo en un 43% su huella de carbono (Alcance 1 y 2) durante 2022. En las tiendas Carulla Fresh market, la Compañía implementó sistemas de refrigeración sostenibles y el modelo de posconsumo 'Soy Re', VIVA y Carulla FreshMarket fueron certificados como carbono neutrales por Icontec, y la Compañía fue galardonada con la certificación *Gold Sustainable Fashion* por *CO2 ZERO*. Además, 1.000.000 de árboles nativos fueron donados por clientes, proveedores y empleados, cumpliendo anticipadamente la meta establecida conjuntamente con Celsia para 2023.
20. En materia de comercio sostenible, la Compañía en Colombia compró localmente el 88% de las frutas y verduras, vendió 130 millones de unidades de la marca Paissana provenientes de poblaciones afectadas por el conflicto armado y monitoreó 82 proveedores que cubren cerca de 80.000 hectáreas en Ganadería Sostenible.
21. Las mujeres alcanzaron el 51% de la plantilla laboral y la empresa avanzó en la puesta en marcha de iniciativas para cumplir con el plan "Vida Digna" para mejorar la calidad de vida de los empleados.
22. Taeq se ubicó como la 2da marca más saludable de Colombia; 400 referencias de productos fueron modificados en términos de empaque, etiquetado y ecodiseño.
23. La Junta Directiva nombró a la Sra. Ivonne Windmueller Palacio como Vicepresidenta Financiera de la Compañía a partir del 1 de enero de 2023, tras la renuncia presentada por el Sr. Ruy de Souza, quien ocupó el cargo desde marzo de 2020 hasta diciembre de 2022. La Sra. Windmueller es licenciada en Administración de Empresas por la FH Münster y en Administración de Negocios Internacionales por la Universidad de La Sabana, y tiene un postgrado en Finanzas Corporativas por la Universidad EIA. La Sra. Windmueller tiene más de 14 años de experiencia en finanzas en diferentes sectores, los últimos cinco trabajando como Directora de Finanzas Corporativas para el Grupo Éxito. La Junta Directiva y el Presidente de la Compañía dieron la bienvenida a la Sra. Windmueller y agradecieron al Sr. de Souza por su contribución y compromiso con la Compañía, su desempeño y el desarrollo de su equipo.
24. La Bolsa de Valores de Colombia - BVC, reconoció a Grupo Éxito con el Reconocimiento de Relación con Inversionistas (ir) por los esfuerzos de la Compañía en la implementación de las mejores prácticas en divulgación de información y actividades de relación con inversionistas, así como por su compromiso en suministrar información transparente, suficiente y oportuna a los grupos de interés para la toma de decisiones informadas. Las mejores prácticas están establecidas en el Código de Gobierno Corporativo de la Compañía, en el cual el Grupo Éxito establece lineamientos de transparencia, calidad y servicio para promover una relación respetuosa con los grupos de interés.

Premios & reconocimientos

1Q22

25. El Instituto Anticorrupción, organización sin ánimo de lucro que promueve y desarrolla estrategias de lucha contra la corrupción en los sectores público y privado, reconoció a Grupo Éxito como una

organización comprometida con la integridad en el marco del proyecto 'Laboratorio de Integridad 100'. Este laboratorio tiene como objetivo evaluar las buenas prácticas empresariales y promover mejoras en temas como el cumplimiento, la integridad, la transparencia, la lucha contra el soborno y la corrupción de las empresas en Colombia.

26. Grupo Éxito obtuvo el sello de oro "Equipares" otorgado por el Ministerio del Trabajo y las Naciones Unidas.

2Q22

27. Grupo Éxito fue reconocido por Fenalco - Valle del Cauca, El Tiempo y Portafolio por su compromiso sostenible en cambio climático, apoyo a agricultores locales, economía circular, diversidad e inclusión, protección de la biodiversidad, entre otros. El premio fue otorgado luego de evaluar las acciones sustentables de la Compañía como parte de su propósito superior de 'Nutrir a Colombia con oportunidades'.
28. Grupo Éxito fue reconocido como líder en la categoría retail en los eCommerce Awards 2022 por el eCommerce Institute en alianza con la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. El proyecto impulsa el Comercio Digital en LatAm y reconoce a las empresas que han contribuido con innovación al desarrollo y fortalecimiento de la economía y el mercado digital

3Q22

29. La tienda Carulla FreshMarket 'Tesoro' en Medellín, fue reconocida por IGD Retail Analysis como una de las mejores tiendas del mundo, por su innovadora distribución y por ser una de las 21 tiendas certificadas como Carbono Cero por ICONTEC. Su nominación fue realizada por la organización británica y el estudio incluía las principales compañías de retail y de comercio al por mayor del mundo.
30. Grupo Éxito fue reconocido con el 'Sello de Moda Sostenible' por CO2CERO y Claudia Bahamón por su compromiso con el medio ambiente, la sociedad y la economía, al desarrollar las marcas propias Bronzini, Arkitect y People. El 94% de las prendas vendidas por la compañía en Colombia son de producidas localmente, así como el 80% de la marca propia es producida en el país.
31. Grupo Éxito generó nuevas oportunidades para los exreclusos al donar \$150 millones en tarjetas redimibles, para apoyar la reinserción social de 1.000 exreclusos, así como se comprometió a contratar a 80 de ellos al finalizar el año 2022 y vendió 50 mil prendas de vestir confeccionadas por éstos.
32. Grupo Éxito se ubicó en el octavo lugar como la empresa colombiana con mayores estándares de reputación según Merco. Además, el Grupo Éxito obtuvo una puntuación de 69/100 en la Evaluación Global de Sostenibilidad Corporativa de S&P de 2022.

4Q22

33. Las mejores prácticas de Relación con Inversionistas del Grupo Éxito fueron reconocidas por la Bolsa de Valores de Colombia - BVC, con el Reconocimiento de Relación con Inversionistas (ir).

II. Hitos de la acción Éxito (BVC: ÉXITO) durante 2022

A continuación se resumen los hitos de la acción Éxito durante 2022 y se ofrece información actualizada sobre el proyecto pendiente de listado de DR:

1. **Recompra de acciones**

En la reunión celebrada el 24 de marzo, la Asamblea General de Accionistas aprobó la propuesta presentada por la Administración, para maximizar el valor para los accionistas mediante una "Recompra" de acciones de la Compañía. La Asamblea instruyó a la Junta Directiva para que regulara la operación en igualdad de condiciones para todos los accionistas (precio, condiciones y plazos), de acuerdo con las definiciones establecidas por el mercado y el regulador, y que incluyera una valoración de las acciones, a cargo de un tercero independiente. En consecuencia, el 06 de mayo, la Junta Directiva reglamentó la operación de recompra sujeta a las condiciones solicitadas, con un plazo hasta el 9 de junio para recibir instrucciones de los accionistas al respecto. El 13 de junio, la Compañía compró 14.982.863 acciones a \$ 21.000 pesos por un valor total de \$ 314.640.123.000 pesos (un total de 432.621.453 acciones quedaron en circulación).

2. **Proyecto de reducción de capital presentado por GPA**

- El 5 de septiembre, GPA presentó un "Proyecto de Reducción de Capital", con el objetivo de distribuir entre sus accionistas, aproximadamente el 83% de su participación accionaria en Éxito; GPA retendría una participación de aproximadamente 13% en la Compañía, mientras que Casino, principal accionista de GPA, de aproximadamente 34%.
- Para materializar esta operación, la Junta Directiva de Éxito autorizó a la Administración para implementar el registro de las acciones de la Compañía en Brasil y a modificar su actual programa DR (Depositary Receipt) 144 RegS en los Estados Unidos, de tal forma que los accionistas de GPA puedan poseer directamente Éxito a través de ADRs II o BDRs II (los títulos subyacentes serían acciones ordinarias). Además, la Asamblea General de Accionistas, aprobó la desmaterialización de las acciones de Éxito y el desdoblamiento de las acciones ya modificar su valor nominal de \$ 10 pesos a \$3.333333334 pesos, de tal forma que GPA pueda entregar acciones no fraccionadas a sus accionistas.
- Se espera que la entrega de los ADRs II y BDRs II y la culminación de la implementación del Proyecto se realice durante el primer semestre de 2023, sujeto a los tiempos requeridos para la obtención de las autorizaciones corporativas y gubernamentales por parte de los organismos y entidades competentes. Entre otros propósitos, con este Proyecto GPA pretende generar valor para todos los accionistas de Éxito al (i) generar un entendimiento claro sobre los negocios y estrategias de Éxito, (ii) aumentar la visibilidad de su negocio, (iii) facilitar la valoración del activo y favorecer el reconocimiento de su valor, (iv) aumentar la liquidez de la acción en el mercado (potencialmente de un flotante de 3.5% a ~53%), y (v) ampliar la base de accionistas de la Compañía (considerando aproximadamente 50,000 accionistas actuales de GPA). No se esperan disnergias operativas de la transacción

3. Desmaterialización de la acción

El 6 de octubre, la Junta Directiva aprobó que la Compañía llevara a cabo un proceso de desmaterialización de acciones con el Depósito Centralizado de Valores S.A. ("Deceval"). Así, a partir del 15 de noviembre, las acciones de la Compañía circularon desmaterializadas a través del sistema de registro y anotación en cuenta administrado por Deceval. Los títulos físicos perdieron vigencia sin necesidad de tener que realizarse ningún trámite y los derechos de los accionistas se mantuvieron vigentes y sin modificaciones, ya que la desmaterialización sólo implicó un cambio en la forma de ejercer dichos derechos. El objetivo de la desmaterialización de las acciones fue principalmente nivelar la Compañía a los estándares operativos de negociación mundial, promover y facilitar la negociación secundaria de sus valores y reducir el riesgo físico de falsificación y alteración de los valores.

4. Split de la acción

El 7 de octubre, la Junta Directiva presentó una propuesta de desdoblamiento de acciones como requisito del Proyecto de Reducción de Capital presentado por GPA (el 5 de septiembre). Así, con la aprobación otorgada por la Asamblea General de Accionistas en la reunión extraordinaria del 25 de octubre, la Compañía modificó sus estatutos y realizó un desdoblamiento de acciones (relación 1:3) en el cual, el capital social se dividió por 3 y el valor nominal de cada acción pasó de \$10 pesos a \$3.3333333334 pesos, sin que se modificara el valor del capital ni la inversión que cada accionista tenía en la compañía. De tal forma, a partir del 18 de noviembre de 2022, el promedio ponderado de acciones en circulación (bajo NIIF 33) correspondió a 1.297.864.359 acciones a un valor nominal de \$3,3333333334 pesos con un precio de cierre de la acción ese día de \$ 10.530 pesos, correspondió a un precio de la acción de \$ 3.510.

	2021	Antes del split	Después del split
Capital autorizado	\$5,300,000,000	\$5,300,000,000	
Valor nominal	\$10	\$10	\$ 3.3333333333
Acciones autorizadas	530,000,000	530,000,000	1,590,000,000
Acciones en el mercado	448,240,151	448,240,151	1,344,720,453
Acciones recompradas	635,835	15,618,698	46,856,094
Flotante	15,347,648	15,061,510	45,184,530
Acciones GPA	432,256,668	417,559,943	1,252,679,829
Acciones en circulación	447,604,316	432,621,453	1,297,864,359

5. Listado de DR de Grupo Éxito:

- El 30 de diciembre, el Grupo Éxito inició el proceso de listado del DR en Brasil y presentó ante las autoridades de valores competentes, todos los documentos requeridos para iniciar el proceso con el fin de obtener la autorización para registrar sus acciones en este mercado a través de un programa de Recibos de Depósito brasileros "Brazilian Depositary Receipts II" ("BDRs Nivel II"), sujeto a las aprobaciones de las autoridades respectivas.

- Durante el primer semestre de 2023, la Compañía espera iniciar el proceso de listado de los ADRs ante la SEC en la bolsa de Nueva York y obtener la aprobación de los órganos de gobierno y reguladores para completar el proceso.

6. Comportamiento de la acción Éxito en 2022

Para entender las cifras reportadas de la acción Éxito en la Bolsa de Valores de Colombia (BVC), se debe tener en cuenta lo siguiente:

- En la segunda columna de la tabla, se encuentra el precio de cierre reportado de la acción en 2021 y en 2022, con una variación negativa de 70,4%. Sin embargo, el precio de cierre reportado en 2022 incluye el desdoblamiento de la acción en una proporción de 1:3, por lo que las bases de precios no son comparables.
- Para hacer comparables las bases, se ajustó el precio de mercado reportado en 2021 (dividido entre 3) en la tercera columna; así, la acción Éxito en 2022 se redujo en 11,2%.

El comportamiento de la acción Éxito durante 2022 reflejó la volatilidad de los precios a lo largo del año, relacionada principalmente con el bajo flotante (cerca al 3,5%) y la respuesta del mercado a la recompra de acciones y al proyecto de reducción de capital en curso presentado por GPA, en medio de la incertidumbre política provocada por el nuevo gobierno, la aprobación de la reforma fiscal y otras reformas pendientes y un ambiente macroeconómico retador afectado por el aumento de las tasas de interés y la inflación.

Variación	Acción ÉXITO (precio mercado)	Acción ÉXITO (Precio mercado ajustado por split)	MSCI COLCAP
2021	\$ 11,490	\$ 3,830	1,411
2022 (29 Dic)	\$ 3,400	\$ 3,400	1,286
% Var	-70.40%	-11.20%	-8.9%

Con relación al volumen, ÉXITO presentó un volumen total de \$ 121.556.731.459 pesos en el año 2022 equivalentes a 9.268.580 acciones transadas, las cuales no incluyen la recompra de acciones de junio de 2022, al ser clasificada como una operación especial.

III. Desempeño financiero y operacional consolidado

“La mayor parte del año 2022 mostró una dinámica económica y de consumo positiva en toda la región y el efecto de un entorno inflacionario. Los ingresos consolidados anuales de la Compañía crecieron a doble dígito impulsados por una estrategia centrada en el cliente que se tradujo en un sólido desempeño omnicanal, una mayor participación sobre las ventas de la innovación y el buen desempeño de los centros comerciales. En términos de iniciativas ASG, trabajamos hacia nuestro propósito superior de “Nutrir de oportunidades a Colombia” a través de actividades enfocadas en apoyar la nutrición infantil, la compra local directa a productores, pequeñas y medianas empresas. Las actividades esperadas durante 2023, incluyen continuar expandiendo nuestra base de tiendas, desarrollando centros comerciales y fortaleciendo nuestras plataformas digitales,” dijo Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente del Grupo Éxito

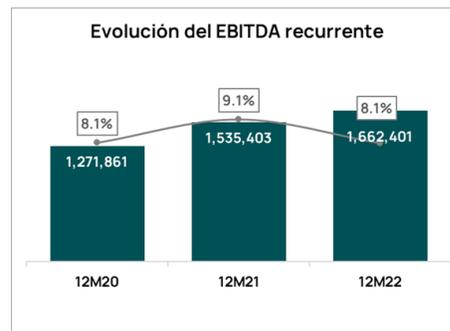
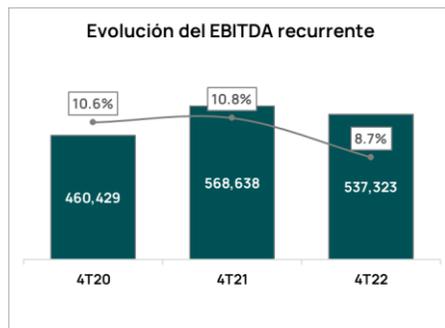
en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Ventas Netas	5,947,643	4,996,844	19.0%	19,754,076	16,105,756	22.7%
Otros Ingresos Operacionales	249,003	245,825	1.3%	865,597	816,629	6.0%
Total Ingresos Operacionales	6,196,646	5,242,669	18.2%	20,619,673	16,922,385	21.8%
Utilidad Bruta	1,574,532	1,395,683	12.8%	5,239,583	4,433,529	18.2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.6%</i>	<i>(121) bps</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.2%</i>	<i>(79) bps</i>
Total Gastos	(1,198,793)	(969,506)	23.6%	(4,180,509)	(3,445,510)	21.3%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>19.3%</i>	<i>18.5%</i>	<i>85 bps</i>	<i>20.3%</i>	<i>20.4%</i>	<i>(9) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	375,739	426,177	(11.8%)	1,059,074	988,019	7.2%
<i>Margen ROI</i>	<i>6.1%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(207) bps</i>	<i>5.1%</i>	<i>5.8%</i>	<i>(70) bps</i>
Resultado Neto Grupo Éxito	(77,668)	212,665	(136.5%)	99,072	474,681	(79.1%)
<i>Margen Neto</i>	<i>(1.3%)</i>	<i>4.1%</i>	<i>(531) bps</i>	<i>0.5%</i>	<i>2.8%</i>	<i>(232) bps</i>
EBITDA Recurrente	537,323	568,638	(5.5%)	1,662,401	1,535,403	8.3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.7%</i>	<i>10.8%</i>	<i>(218) bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.1%</i>	<i>(101) bps</i>

Utilidad por Acción	(59.8)	163.9	N/A	76.3	365.7	(79.1%)
----------------------------	---------------	--------------	------------	-------------	--------------	----------------

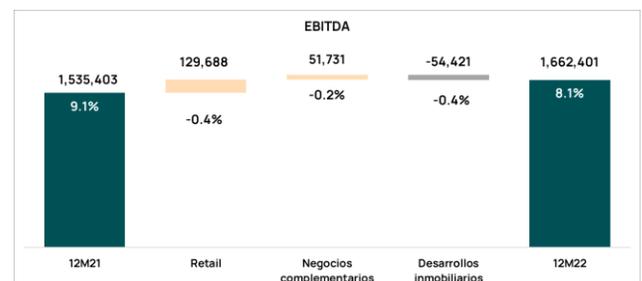
Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (1.2% en ventas y 2.2% en EBITDA recurrente en 4T22 y 1.1% y 2.9% en 2022, respectivamente). UPA considerando el número medio ponderado de acciones en circulación (NIIF 33), correspondiente a 1.297.864.359 acciones (incluyendo la operación de recompra completada el 30 de junio de 2022 y el desdoblamiento de acciones del 18 de noviembre de 2022). (1) Expansión 12M por aperturas, conversiones y remodelaciones. (2) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de proyectos de promoción inmobiliaria (inventario) ajustados en ambos periodos (nota 28 de los estados financieros consolidados).

- Los Ingresos consolidados en el 4T22 crecieron 18.2% (16.8% al excluir el efecto de TC) a \$ 6.2 billones y 21.8% en 2022 (+20.5% a tasa de cambio constante) a \$20.7 billones.
- Las ventas netas reflejaron un sólido crecimiento doble dígito (+19.0%) y totalizaron \$5,9 billones durante el 4T22; las ventas netas anuales crecieron 22.7% frente al mismo periodo del año anterior y totalizaron \$19,8 billones. El desempeño se explica por (i) una fuerte tendencia del retail¹ en todas las operaciones impulsada por un mayor dinamismo comercial, (ii) una mayor participación de los formatos innovadores en los resultados (40%), (iii) la asertiva expansión **12M con 92 tiendas** (Colombia 78, Uruguay 5, Argentina 9), y (iv) el consistente desempeño Omnicanal (+18,9%, 9,6% de participación en las ventas).

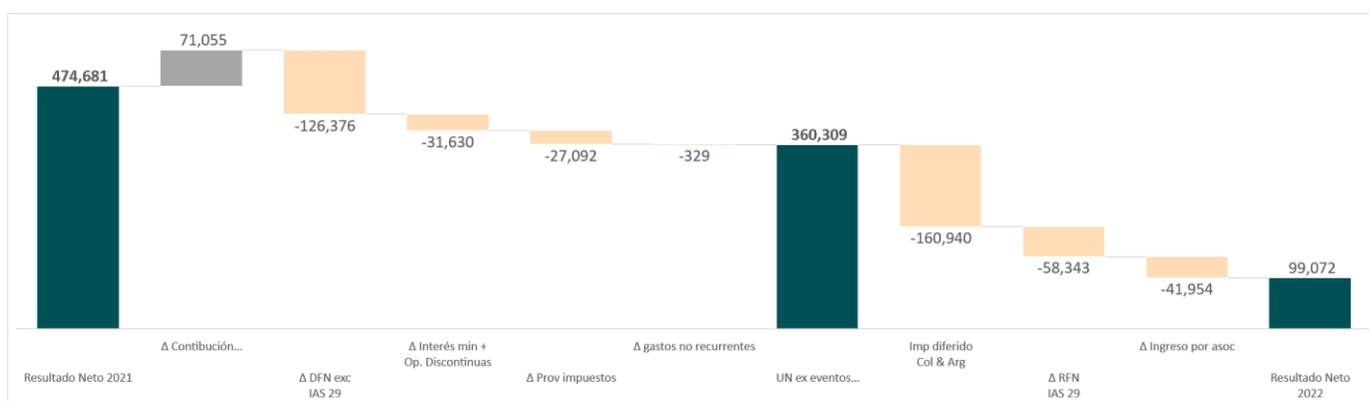
- **Otros Ingresos** crecieron 1,3% y 6,0%, durante el 4T y 2022, respectivamente. El resultado reflejó un sólido crecimiento del negocio inmobiliario² (+26,5% en el 4T y +8,5% en el 2022), a pesar de la mayor base de \$42,000 M de ingresos por desarrollo inmobiliario, así como mayores regalías de TUYA en la base (\$59,000 M) en comparación con la ausencia durante el 2022, debido a mayores niveles de provisión requeridos por una mayor cartera de créditos (+25.6%).
- La **Utilidad bruta** creció 12.8% para un margen de 25,4% durante el 4T22 y creció 18.2% para un margen de 25,4% durante 2022, como porcentaje de los Ingresos operacionales. La utilidad bruta reflejó (i) el reconocimiento de costos reales anuales cercanos a \$64.000 M contabilizados en su totalidad durante el 4T en Colombia, luego de la reubicación de las instalaciones de la industria, (ii) un mayor ingreso en la base por regalías TUYA (\$59.000 M) e inmuebles (\$ 54.000 M), (iii) el efecto mezcla, y (iv) una mayor activación promocional para enfrentar la tendencia inflacionaria en toda la región.
- **GA&V** reflejaron el efecto inflacionario en toda la región, principalmente en facturas de servicios públicos, salarios y costos de ocupación. Sin embargo, los gastos anuales fueron los más bajos registrados desde 2015, favorecidos por el enfoque en eficiencias internas en todas las operaciones, principalmente en Colombia y Argentina.
- El **EBITDA recurrente** disminuyó 5,5% en el 4T para un margen del 8,7% y creció un 8,3% para un margen del 8,1% durante 2022, como porcentaje de los ingresos operacionales gracias al sólido dinamismo del retail¹, el crecimiento del negocio inmobiliario² (+8,5%) y los niveles anuales de **GA&V** más bajos desde 2015 apalancados por el programa de excelencia operacional que permitió que los gastos crecieran por debajo de la evolución de las ventas.



(1) El retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de transferencia de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones de los negocios inmobiliarios, financiero (acuerdo de colaboración TUYA), móvil y de viajes, y los servicios logísticos. (2) Contribución percibida por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de inmuebles (inventario), nota 28 de los estados financieros consolidados.



- El Resultado Neto atribuible al Grupo** fue una utilidad de \$99.072 millones durante 2022, que se compara con la utilidad de \$474.681 M reportada el año anterior. La Utilidad Neta reflejó las variaciones positivas del desempeño operacional del retail, parcialmente compensadas por variaciones negativas relacionadas principalmente con:
 - Mayores gastos financieros (\$126.000M), derivados de mayor tasa repo (+900 pbs vs 2021) y tasas de interés (+827 pbs vs 4T21) y a pesar de mantener el endeudamiento estructural,
 - Ingresos de asociadas principalmente mayores provisiones requeridas por TUYA, por mayor dinámica comercial (créditos emitidos aumentaron 25.6%),
 - Ajustes por impuestos diferidos en Colombia y Argentina (\$161.000M), una menor base gravable, el uso de tasas impositivas cercanas a las legales en Colombia y efectos de la reforma tributaria recientemente aprobada, y
 - El ajuste por inflación en Argentina (NIC 29) de cerca de \$58.000M.



Utilidad por acción (UPA)

- La UPA diluida fue de \$76,3 por acción ordinaria en 2022 frente a los \$365,7 reportados en 2021, considerando el promedio ponderado de acciones en circulación (NIIF 33), correspondiente a 1.297.864.359 acciones (después de la operación de recompra realizada el 30 de junio de 2022 y el desdoblamiento de acciones del 18 de noviembre de 2022).

CAPEX

- Las inversiones realizadas durante 2022 ascendieron a \$497.174 millones, de los cuales el 71.4% se destinó a actividades de expansión, innovación, omnicanalidad y transformación digital durante el periodo, y el resto, a mantenimiento y soporte de estructuras operativas, actualización de sistemas informáticos y logística.

Expansión

- En 2022, la Compañía en Colombia abrió 92 tiendas (78 en Colombia, 5 en Uruguay y 9 en Argentina), entre aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones; se crearon más de 30.000 m² brutos de área de venta adicional y se intervinieron alrededor de 50.000 m² de área de venta en formatos innovadores y otras marcas. En Colombia 78 tiendas relacionadas con: 12 tiendas Éxito, de las cuales 1 Supermercado Éxito y 11 Éxito Wow (5 tiendas provenientes de la adquisición de La 14 y 6 de conversiones); 15 tiendas Carulla, de las cuales 8 fueron conversiones a Carulla Fresh Market y 7 conversiones a tiendas Carulla Express; 10 tiendas Super Inter Vecino provenientes de conversiones; 31 tiendas Surtimax (2 aperturas, 1 conversión y 28 remodelaciones), y 10 tiendas Surtimayorista (4 provenientes de conversiones y 6 aperturas orgánicas). En Uruguay, se abrieron 5 tiendas Devoto (2 Devoto supermercado y 3 Devoto express). En Argentina, Libertad lanzó su formato cash and carry durante 2022 y alcanzó 9 tiendas Mini Mayorista. Así, la Compañía totalizó 619 tiendas retail de alimentos, diversificadas geográficamente de la siguiente manera: 492 tiendas en Colombia, 94 en Uruguay y 33 en Argentina, y el área de venta consolidada alcanzó 1,04 millones de metros cuadrados. El total de tiendas no incluyó los 1.671 aliados en Colombia.

Actividades comerciales

Colombia

- Los principales eventos comerciales celebrados durante el año, por marca fueron:
 - Éxito:** El primer gran evento promocional del año 'Aniversario Éxito', del 23 de febrero al 16 de marzo con descuentos especiales tanto on-line como en tiendas (+24, 5% de crecimiento sobre las ventas del año anterior); 'Gran Remate', promoción del 4 al 16 de enero; 'Vuelta al cole' y 'Regresa a tus Actividades' (descuentos especiales en artículos deportivos); 'Moda Éxito consciente con el planeta', con más de 90 referencias de ropa deportiva y de marca propia confeccionadas con productos reciclables y prácticas sostenibles; 'Celumanía', del 8 al 13 de febrero, con hasta un 50% de descuento en teléfonos móviles; 'Renueva tu hogar', con hasta un 50% de descuento en menaje, electrodomésticos y muebles; 'Clic Fest', del 4 al 10 de abril, festival de descuentos on-line con ofertas en categorías de alimentación y no alimentación; 'Oferta Relámpago' con ofertas a corto plazo en tecnología (principalmente móviles y televisores) y ropa; Lanzamiento de 'Moda Éxito consciente con el planeta' con más de 90 referencias de ropa de marcas blancas Éxito fabricadas con productos reciclables y prácticas sostenibles; 'Día del padre' con una colección especial de ropa del 1 al 20 de junio; El segundo evento promocional más grande del año 'Megaprima' del 29 de junio al 17 de julio; 'Ciber oferta' evento realizado entre el 29 y 31 de julio, con las mejores ofertas en electrónica y electrodomésticos antes del inicio del 'Cyber Monday' el 1 de julio; 'Puntomanía' evento para redimir Puntos Colombia realizado del 10 al 31 de agosto; Amor y Amistad' - Día de San Valentín, celebrado en septiembre en Colombia, con descuentos especiales en ropa, productos de belleza y electrónica, entre otras categorías; 'Días de Precios Especiales', uno de los eventos promocionales más

importantes del año, que tuvo lugar del 28 de septiembre al 17 de octubre; temporada de Halloween con productos rebajados del 10 de septiembre y el 31 de octubre; 'Días Negros' del 18 al 27 de noviembre con descuentos en entretenimiento, juguetes y ropa; 'Cyberlunes. com' con descuentos en diferentes categorías on-line. Durante el Mundial, Éxito celebró 'Mete el gol ganador' y 'Copa del mundo' del 26 de octubre al 14 de noviembre. En diciembre, "Delicias de Navidad" ofreció descuentos especiales en productos navideños.

- **Carulla:** Compras con Puntos Colombia', para productos de consumo masivo con descuento; 'Cuida de ti', con descuentos especiales en alimentos para mascotas, cuidado personal y productos de aseo; 'Semana verde', del 7 al 13 de febrero con hasta 30% de descuento en productos de primera necesidad y aseo en carulla. com y la app; 'Cava Carulla' con más del 30% de descuento en whiskys con garantía de entregas inferiores a 60 minutos; La feria 'Vida Sana' ofreció un 20% de descuento en productos saludables y consejos de expertos en nutrición y hábitos saludables; El 'Festival del Vino' celebrado del 21 de abril al 15 de mayo, ofreció hasta un 50% de descuento en vinos importados y ofertas especiales en vinos ecológicos, biodinámicos y veganos; La 'Semana Verde' tuvo lugar del 21 al 24 de abril, a través de la app Carulla y carulla. com, con descuentos exclusivos en comestibles y productos para el hogar; La 'Fiesta Black Friday' ofreció hasta 40% de descuento en licores, 30% en productos de aseo personal y 50% en vestuario; El evento 'Puntomanía' ofreció las mejores ofertas redimiendo Puntos Colombia del 10 al 31 de agosto; 'Carulla 117 aniversario' se realizó durante el 25 y 26 de agosto con grandes ofertas en toda la tienda; El evento 'Feria del Café' se realizó del 29 de septiembre al 2 de octubre, en el parqueadero del centro comercial Unicentro en Bogotá; El festival de la cerveza 'Expocerzas' se realizó del 20 al 23 de octubre con 180 productos en descuento. El evento 'Black Friday party' ofreció descuentos en licores, huevos, carnes, pollo y pescado, algunos perecederos y colchones; El evento 'Mundial de Fútbol' ofreció 25% en diferentes marcas y quesos. Para Navidad, Carulla realizó descuentos especiales; el evento 'Tu sueño hecho Navidad' realizado del 15 de noviembre al 31 de diciembre ofreció precios rebajados en pavo, carnes y licores; el evento 'Día Diamante' se realizó durante el último viernes de cada mes, con descuentos de hasta 30% en licores, abarrotes, charcutería y productos de limpieza; y en el evento 'Viernes de Celebración', la enseña ofreció un 40% de descuento con pagos realizados con Carulla MasterCard y otorgó un 25% de descuento con otros pagos.
- **Bajo costo: Surtimax:** Gangazo', se realizó del 30 de enero al 6 de febrero con descuentos en productos de consumo masivo y perecederos con enfoque en marca propia y local; 'Regreso a clases' y 'Conoce nuestras marcas propias', para promocionar productos de marca propia; 'Vida saludable' con ofertas especiales en productos saludables; evento 'Gangazo Colombiano' se realizó el 24 de julio, con las mejores ofertas en productos nacionales. La enseña participó en el 'Festival de las Flores' en Medellín y otorgó descuentos en carnes, licores y bebidas no alcohólicas; 'Feria de Nuestras Marcas', se realizó el 28 de septiembre y otorgó las mejores ofertas en productos de abarrotes y limpieza de marcas propias; evento 'Black Days' se realizó del 25 al 27 de noviembre, con descuentos especiales. La enseña también celebró el Mundial con el álbum Panini 2022 de la Copa Mundial de la FIFA y la actividad 'Marca el gol ganador' entre el 26 de octubre y el 14 de noviembre. Los 'Jueves de COP 1.000' y los 'Viernes de Fiesta' fueron actividades regulares con diferentes descuentos durante el año y el

evento 'Gangazo Navidad' se realizó durante diciembre con descuentos especiales en productos alimenticios.

Súper Inter: 'Súper Ofertazo', del 3 al 6 de enero con descuentos en productos de alimentación; 'Desplome de precios', del 24 de febrero al 16 de marzo con ofertas especiales en productos de alimentación; 'Ofertazo digital', durante la segunda quincena de marzo; 'Madrugón ahorrador' con descuentos especiales; 'Festival del aseo' celebrado del 13 al 30 de abril con precios rebajados en productos de limpieza y aseo personal y un súper premio de \$300.000 de bono otorgado a los 10 clientes con más compras; 'Miércoles de vida saludable' con hasta 15% de descuento en referencias seleccionadas de productos saludables; 'Mi Descuento', del 13 de mayo al 1 de junio, con cupones de descuento descargados a través de la app o en línea; 'Viernes de Fiesta' otorgó hasta 30% de descuento en referencias seleccionadas para disfrutar de la temporada de vacaciones; 'Jueves de COP 1.000', 'Escalera de Precios', y otras actividades se realizaron para celebrar el Mundial de Fútbol; 'La más barata' y otros eventos comerciales navideños, también otorgaron descuentos en un portafolio de productos de bajo costo.

- Otros eventos comerciales clave celebrados durante el año en Colombia fueron:
 - El primer Día sin IVA del año, celebrado el 11 de marzo, creció las ventas un 23% si se compara con el mejor día sin IVA anterior en ventas de 2021 e impulsó las ventas no alimentarias.
 - 'Mi descuento', con ahorros digitales en los almacenes Éxito, Carulla y Super Inter con cupones redimibles en todas las categorías.
 - 'Día de la madre y el padre'
 - El 2o día sin IVA del año registró máximos históricos en crecimiento de ventas (+33% frente al evento celebrado en el 1T22) impulsado por la categoría electro y la omnicanalidad.

Uruguay

- Los eventos comerciales celebrados durante el año incluyeron:
 - 'Quincena azul', evento comercial recurrente en las tiendas Devoto durante el mes de febrero.
 - Ofertas de temporada para el verano y la vuelta al cole en todas las enseñas.
 - 'Leader Price', una actividad de precios en Disco, Devoto y Geant durante los meses de mayo, junio, agosto y septiembre.
 - "Semana de la sonrisa" y "Aniversario" en Devoto durante mayo y junio, respectivamente.
 - "Aniversario" en Disco y "Ofertones" en Devoto en septiembre.
 - 'Día del niño' se celebró durante julio y agosto.
 - 'Coleccionables', actividad en Disco, Geant y Devoto durante octubre, noviembre y diciembre.
 - 'Promociones mundialistas' en todas las banderas durante octubre y noviembre.
 - 'Juguetes y regalos', en todas las enseñas durante diciembre.
 - 'Promociones de carne', en Disco, durante enero, octubre, noviembre y diciembre.
 - 'Precios imbatibles' se celebró en Devoto durante octubre, noviembre y diciembre.

- o 'Todo a 25 pesos', en Disco, Devoto y Geant.
- o En todos los locales se otorgó un 20% de descuento con tarjeta Hipermás Santander en productos seleccionados.
- o 'Días de la madre y el padre' en Disco, Geant y Devoto.

•

Argentina

- Las actividades promocionales se limitaron para proteger los márgenes debido a las restricciones de control de precios impuestas por el gobierno. Las principales actividades comerciales del año fueron
 - 'Ofertas Arrasadoras', durante enero y marzo.
 - Ofertas estacionales de verano y vuelta al cole en todas las enseñas.
 - Eventos "Hiperahorro" y "Todo X", centrados en las categorías de alimentación.
 - 'Hipermartes' con descuentos del 25% para pagos con tarjetas de débito y del 15% utilizando la tarjeta de crédito del Banco Hipotecario.
 - Eventos 'Ahora 12 y Ahora 18' con hasta 18 cuotas sin intereses con tarjetas de crédito Visa, Mastercard, Cabal y American Express.
 - Eventos 'Hot Sale' y 'Hot Week' con descuentos y financiación exclusiva para el rubro no alimenticio.
 - Descuentos especiales de ecommerce enfocados a categorías no alimentarias.
 - Promociones "Copa del Mundo", "Regalos de Navidad" y "Folleto fresco".

IV. Desempeño financiero y operacional por país

Colombia

El entorno macroeconómico en Colombia fue sólido durante el primer semestre de 2022 y mostró signos de desaceleración a lo largo del segundo semestre. El crecimiento reportado del PIB en 2022 fue un 7,5% inferior al dinámico 10,6% registrado en 2021. La inflación de los últimos doce meses a diciembre alcanzó el 13,1%, la más alta de los últimos 23 años (frente al 5,6% registrado en 2021), siendo el componente de alimentos el que más contribuyó, ya que alcanzó el 27,8% (frente al 17,2% en 2021). El Banco de la República elevó el tipo repo al 12% a finales del cuarto trimestre (frente al 3,0% del 4T21 y el 10% del 3T22), con el fin de reducir las presiones inflacionarias y moderar el crecimiento económico a un ritmo sostenible a medio plazo. La tasa de desempleo se situó en el 11,2%, frente al 13,7% registrado en 2021. Sin embargo, la tendencia del consumo se desaceleró durante el 4T22 y el índice de confianza de los consumidores disminuyó un 22,3 de un año a otro debido a la incertidumbre económica y política.

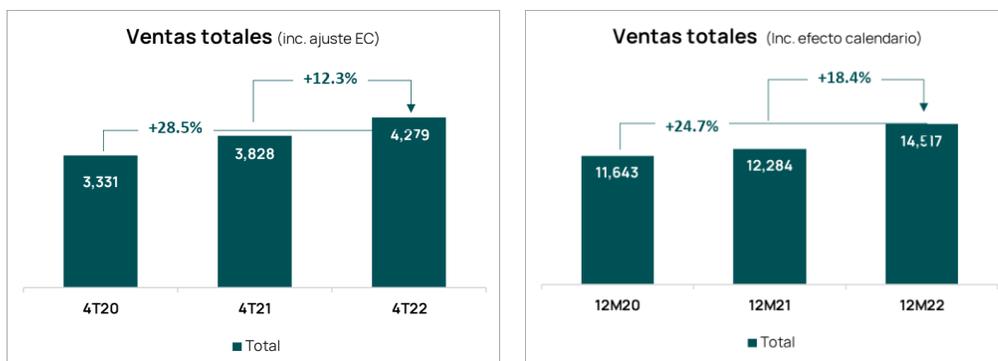
Ventas Netas y VMM en Colombia

	4T22				12M22			
				Bajo costo y Otros (2)				Bajo costo y Otros (2)
Variaciones								
VMM ex EC⁽¹⁾	10.5%	8.0%	22.3%	11.8%	17.7%	17.5%	19.4%	16.9%
Total ex EC⁽¹⁾	12.3%	9.8%	22.0%	15.3%	18.4%	18.4%	18.9%	17.8%
Total MCOP	4,279,221	2,992,824	641,806	644,591	14,517,395	10,120,848	2,133,700	2,262,847

Nota: (1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.5% en 4T22 y de -0.2% en 2022. (2) Segmento incluye ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario (inventario, \$28.8 mil M en 1T22 vs \$56.8k M en 2T21).

- La operación en Colombia representó el 72% y 73% de las **Ventas Netas** consolidadas, en el 4T22 y durante 2022, respectivamente. Las Ventas Netas en Colombia totalizaron \$4,3 billones, un crecimiento de 12.3% en el 4T22 y crecieron 18.4% y totalizaron \$14,5 billones durante 2022, frente a los mismos periodos del año anterior. Las ventas mismos metros (VMM¹) en el país crecieron 10.5% en el 4T22 y 17.7% durante 2022, a pesar de tener 1 día adicional sin IVA en la base, así como el efecto positivo del levantamiento de restricciones comerciales por pandemia. El desempeño de las ventas netas en Colombia se benefició de: (i) un sólido dinamismo comercial principalmente durante los tres primeros trimestres del año beneficiado por los menores niveles de inflación interna de alimentos ofrecidos por el Grupo Éxito (7,7 p.p. por debajo del índice nacional de alimentos IPC), (ii) el sólido desempeño de la omnicanalidad (+18,2% de crecimiento, 12% de participación) impulsado por las ventas de alimentos (+25%), (iii) la mayor

contribución de los formatos innovadores (41.0% de participación, +23 pbs vs 2021), (iv) mayores niveles de volumen (+3.0%), y (v,) las ventas de las 78 tiendas incluidas en la base 12M por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones, a pesar de una mayor base beneficiada por un día adicional sin IVA y de \$ 28,000 millones de venta de proyectos de desarrollo inmobiliario.



Nota: (1) Incluye el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.5% en 4T22 y de -0.2% en 2022. (2) Segmento incluye ventas de las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, aliados, vendedores institucionales y terceros, y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario (inventario, \$28.8 mil M en 1T22 vs \$56.8k M en 2T21).

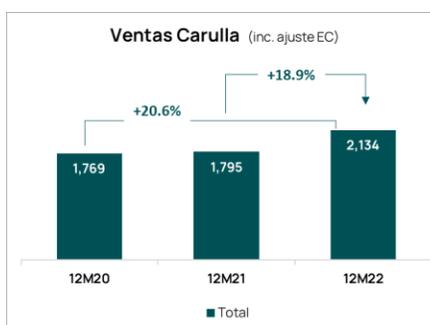
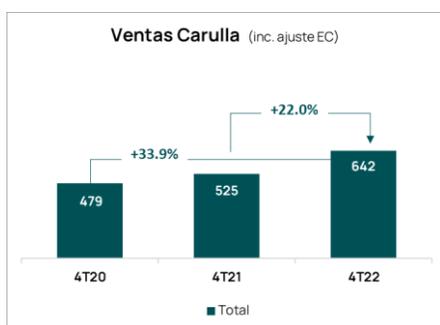
Ventas netas y VMM Colombia – Por segmento

- El segmento Éxito** representó aproximadamente el 70% de la mezcla de ventas en Colombia en el 4T22 y durante 2022. El segmento tuvo un crecimiento de **ventas netas** de 9.8% y 8.0% en términos comparables (VMM) de 18.4% y 17.5%, respectivamente, durante 2022, al incluir el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.6% en el 4T22 y -0.3% en 2022. La evolución de las ventas netas trimestrales se benefició del sólido resultado de eventos comerciales clave como los "Días de Precios Especiales", la "Temporada de Halloween", el "Black Friday" y la "Temporada de Navidad". Se destaca el desempeño anual de crecimiento de ventas doble dígito en todas las regiones del país y el sólido desempeño de las categorías de frescos (+22,2%) y hogar y vestuario (+21,1%). La expansión relacionada con 12 tiendas Éxito (procedentes de aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones), de las cuales 1 Supermercado Éxito y 11 Éxito Wow (5 tiendas procedentes de la adquisición de La 14 y 6 de conversiones). En cuanto al modelo Wow, un total de 30 tiendas operaron durante 2022 (5 tiendas abiertas por la adquisición de La 14 y 6 procedentes de conversiones en 2022); las ventas del modelo innovador representaron el 34,2% (+49 pbs vs 2021) sobre las ventas del segmento.



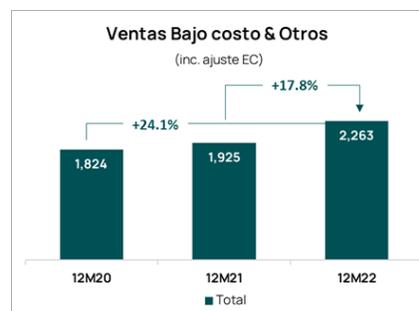
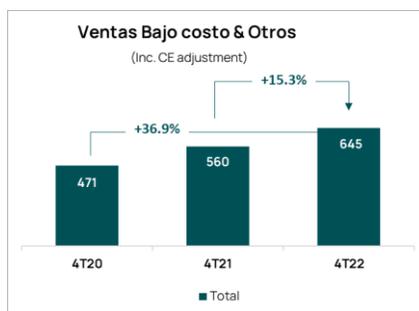
Nota: incluyendo el efecto de las conversiones y el ajuste de efecto calendario del -0.6% en el 4T22 y del -0.3% en 2022.

- El **segmento Carulla** representó aproximadamente el 15% de la mezcla de ventas en Colombia en el 4T22 y durante 2022 y creció en ventas netas y VMM, un 22% y 22,3% en el 4T22 y un 18,9% y 19,4%, respectivamente, durante 2022, al incluir el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario. La participación en el segmento de ventas procedentes de omni-canal alcanzó el 19,4%, impulsada por el crecimiento de Rappi (aumento del +113% del servicio Turbo-Fresh para entregas inferiores a 10 minutos). Se destaca el crecimiento anual de las ventas de la marca del 32,6% en Medellín y de doble dígito en Bogotá y la Costa Atlántica, el sólido comportamiento de las categorías de no alimentos (+24,8%) y alimentación (+18,7%). Los eventos comerciales trimestrales realizados fueron 'Black Friday party', 'Mete el gol ganador' y 'Expocervezas'. Expansión relacionada con 15 tiendas Carulla, de las cuales 7 tiendas fueron conversiones a Carulla Express y 8 a Carulla Fresh Market. El modelo Carulla Fresh Market abrió 8 tiendas A/A y alcanzó 30 tiendas en 2022, lo que representó una participación de 59,6% en las ventas del segmento (+136 pbs vs 2021).



Nota: incluyendo el efecto de las conversiones y el ajuste de efecto calendario del 0,1% tanto en el 4T22 como en el 2022.

- El **segmento de bajo costo y otros** relacionado con las marcas Super Inter, Surtimax, Surtimayorista, aliados, institucionales, terceros vendedores y la venta de proyectos de desarrollo inmobiliario (inventario) y otros, representó aproximadamente el 15% de la mezcla de ventas en Colombia en el 4T22 y el 16% durante 2022. Las Ventas Netas crecieron 15.3% y VMM 11.8% durante el 4T22 y 17.8% y 16.9%, respectivamente, durante 2022, al incluir el efecto de conversiones y el ajuste por efecto calendario de -0.2% durante el 4T22 y 2022. Las ventas netas del segmento de bajo costo y otros se vieron impulsadas por: (i) el sólido desempeño de las 46 tiendas Surtimayorista (+4 tiendas en el 4T22, +10 a/a) que crecieron las ventas netas en todas las regiones en 32,7% (5,2% de participación en las ventas de Colombia) y 26,8% en VMM, (ii) el 9,8% y 9.9% de crecimiento en ventas netas y VMM de las 60 tiendas Super Inter (incluyendo 35 Vecino) durante 2022, principalmente en el Eje Cafetero e impulsadas por la categoría PGC, (iii) las 70 tiendas Surtimax (37 ya remodeladas, +4 tiendas durante 4T22, +31 durante 2022) que crecieron en ventas netas un 12.9% y VMM en 15.6% durante 2022, impulsado por un sólido desempeño en Medellín adicional al de la categoría de frescos, y (iv) la contribución por venta de activos inmobiliarios cercana a \$28,800 M durante 2022 (que se compara con los \$56,800 M reportados en 2021).



Nota: incluido el efecto de las conversiones y el ajuste de efecto calendario del -0,2% en el 4T22 y en 2022.

Desempeño operacional en Colombia

in COP M	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Net Sales	4,279,221	3,827,521	11.8%	14,517,395	12,284,397	18.2%
Other Revenue	216,468	219,648	(1.4%)	762,273	748,426	1.9%
Net Revenue	4,495,689	4,047,169	11.1%	15,279,668	13,032,823	17.2%
Gross profit	975,975	979,964	(0.4%)	3,385,817	3,099,453	9.2%
<i>Gross Margin</i>	<i>21.7%</i>	<i>24.2%</i>	<i>(250) bps</i>	<i>22.2%</i>	<i>23.8%</i>	<i>(162) bps</i>
Total Expense	(712,669)	(645,486)	10.4%	(2,661,672)	(2,344,855)	13.5%
<i>Expense/Net Rev</i>	<i>15.9%</i>	<i>15.9%</i>	<i>(10) bps</i>	<i>17.4%</i>	<i>18.0%</i>	<i>(57) bps</i>
Recurring Operating Income (ROI)	263,306	334,478	(21.3%)	724,145	754,598	(4.0%)
<i>ROI Margin</i>	<i>5.9%</i>	<i>8.3%</i>	<i>(241) bps</i>	<i>4.7%</i>	<i>5.8%</i>	<i>(105) bps</i>
Recurring EBITDA	394,693	454,228	(13.1%)	1,230,861	1,221,557	0.8%
<i>Recurring EBITDA Margin</i>	<i>8.8%</i>	<i>11.2%</i>	<i>(244) bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.4%</i>	<i>(132) bps</i>

Nota: El perímetro incluye Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en Colombia. (1) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de activos (nota 30 de los estados financieros consolidados). (1) Retail se refiere a las variaciones del retail, los servicios bancarios en tienda, las comisiones, el negocio de envíos de dinero, entre otros; los negocios complementarios se refieren a las variaciones del negocio inmobiliario, el financiero (regalías TUYA), el móvil y el de viajes, y los servicios logísticos. (2) Ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de proyectos inmobiliarios en desarrollo (inventario) (3) Al ajustar los ingresos no recurrentes de RE en ambos periodos (nota 28 de los estados financieros consolidados).

- Los **ingresos operacionales** en Colombia crecieron 11,1% en el 4T22 y 17,2% durante 2022, impulsados principalmente por un mejor desempeño y dinamismo comercial que permitió que las ventas netas crecieran por encima de la inflación doce meses (13,12%) y reflejaron la consistente ejecución de la estrategia del Grupo. Los mejores resultados anuales del retail¹ se beneficiaron de: (i) la mayor contribución de los formatos innovadores (participación del 41%), (ii) el crecimiento del Omnicanal (+18,2%, participación del 12%), y (iii) el aumento anual del volumen (+3,0%). La tendencia de otros ingresos reflejó el mejor desempeño de los negocios complementarios y la mayor contribución inmobiliaria (+5,6%) parcialmente compensada por mayores regalías de Tuya (\$59.000 M) y mayores ingresos inmobiliarios no recurrentes (\$ 42.000 M de ingresos de desarrollo y venta de inmuebles) en la base.

- **Utilidad bruta** disminuyó 0,4% en el 4T22 y creció 9,2% en 2022, para un margen del 21,7% y 22,2%, respectivamente, como porcentaje de los ingresos operacionales.

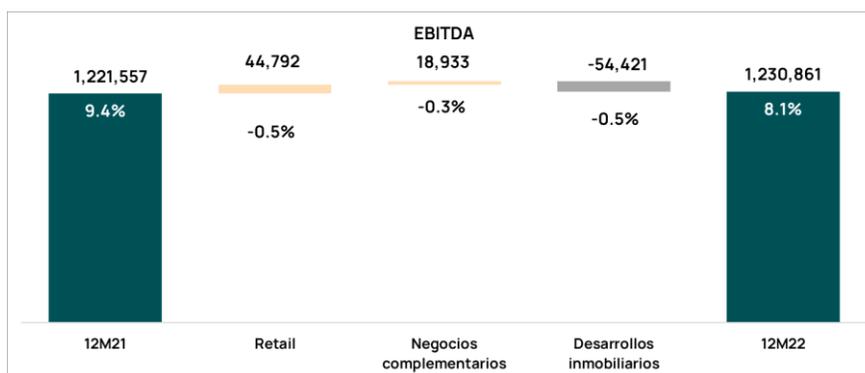


El desempeño de la utilidad bruta incluyó (i) la ausencia de regalías TUYA debido a mayores provisiones para cubrir una mayor cartera de préstamos (+25. 6%), (ii) una base más alta por cerca de \$54,000 millones de ingresos inmobiliarios no recurrentes y el efecto mezcla, considerando la alta contribución a los márgenes, (iii) inversiones en precios para asegurar la competitividad, capturar ganancias adicionales de volumen y enfrentar la tendencia inflacionaria en toda la región, (iv) el efecto inflacionario en la estructura general de costos, y (v) un reconocimiento anual de costos reales después de la reubicación de la industria de \$64.059 M, totalmente acumulado en el costo de venta del 4T22.

La industria es donde el Grupo Éxito procesa productos de marca propia principalmente cárnicos, bebidas, panadería y productos listos para el consumo. La instalación fue reubicada a las afueras de Bogotá, en Siberia, desde su ubicación en el centro de la ciudad en la zona de Montevideo. Con la venta de este proyecto de desarrollo inmobiliario en 2019, la Compañía se benefició de la valorización de la propiedad y recibió \$164.000 M de ingresos adicionales desde entonces. El reconocimiento anual de costos reales después de la reubicación de las instalaciones de la industria se refiere a la acumulación de \$ 64.059 M en costos de producción, contabilizados en su totalidad durante diciembre (reconocidos como inventario a lo largo de 2022) de los cuales \$21,901 M fueron costos reales en 2021, que no afectaron la razonabilidad de las cifras de costo de ventas de 2022. El efecto en márgenes brutos en Colombia fue de 142 pbs en 4T22 y de 42 pbs durante 2022.

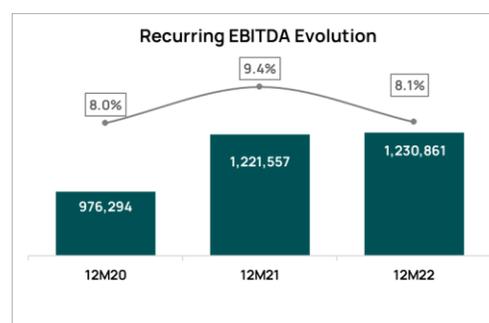
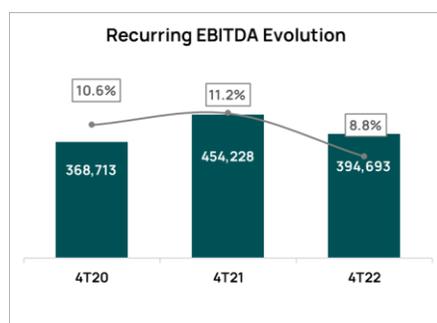


- Los **gastos de administración y ventas** se mantuvieron bajo control y crecieron por debajo de las ventas, se diluyeron en 10 puntos básicos en el 4T22 y en 57 pb en 2022, beneficiados por una estrategia enfocada en eficiencias internas apoyada en el programa de excelencia operacional y a pesar del efecto de presiones inflacionarias principalmente en salarios, servicios públicos y costos de ocupación.
- El **EBITDA** recurrente disminuyó 13.1% mientras que aumentó 0.8% para un margen del 8.8% y 8.1%, respectivamente, en el 4T22 y durante 2022. Los resultados anuales reflejaron un sólido desempeño del retail y complementarios y de las eficiencias operacionales (a pesar de las presiones inflacionarias sobre la estructura de costos y gastos y de las partidas extraordinarias en la base de las regalías de TUYA y los ingresos inmobiliarios no recurrentes¹⁾).



(1) Ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de proyectos inmobiliarios en desarrollo (inventario)

El margen anual del 8,1% fue superior al registrado durante la pandemia y se normalizó frente al nivel publicado tras la pandemia.



Uruguay

En Uruguay, el PIB creció un 3,7% en el 3T22 (impulsado por la construcción y el comercio), frente al 4,4% registrado en 2021. La inflación de los últimos 12 meses a diciembre fue del 8,3%, inferior al 9,95% registrado en el 3T22 pero aún por encima del 7,96% interanual. El componente alimentario siguió siendo el principal divergente y creció un 11,2% (frente al 13,31% del 3T22 y el 6,50% interanual). El Banco Central aumentó los tipos de interés hasta el 11,5% (+125 pb vs septiembre 2022) a partir de diciembre de 2022, para controlar las presiones inflacionarias.

Ventas Netas y VMM en Uruguay

4Q22			12M22		
Ventas Netas	%Var	%Var	Ventas Netas	%Var	%Var
MCOP	Total ⁽¹⁾	VMM ⁽¹⁾	MCOP	VMM	Total ⁽¹⁾
1,148,313	15.5%	15.2%	3,553,925	11.2%	11.4%

(1) Incluye el ajuste por efecto calendario de -0.4% en 4T22 y 0% en 2022.

- Uruguay contribuyó con cerca del 19% de las ventas netas consolidadas durante el 4T22 y 18% durante 2022. Las **Ventas Netas** y las **VMM** crecieron 15,5% y 15,2% en el 4T22, y 11,4% y 11,2% durante 2022, respectivamente, frente a los mismos periodos del año anterior. La evolución fue muy superior a la inflación (8,3%) y la tendencia reflejó (i) un impulso del consumo frente al observado en el trimestre anterior, (ii) el sólido crecimiento de las 29 tiendas Fresh Market (+17,2%, +9,9 p.p. por encima de las tiendas regulares) y una mayor participación en las ventas (52,9% vs. 45,2% en 2021), (iii) la contribución de las 5 tiendas Devoto abiertas durante 2022 (2 Devoto supermercado y 3 Devoto express), y (iv) la participación de la omnicanalidad en las ventas (2,8%).

Desempeño operacional en Uruguay

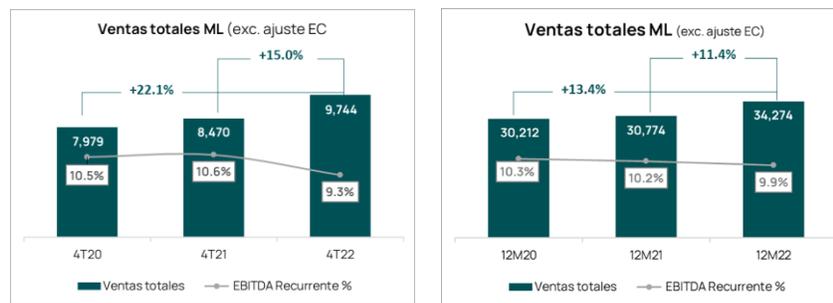
en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	%Var	FY22	FY21	%Var
Ventas Netas	1,148,313	744,900	54.2%	3,553,925	2,643,858	34.4%
Otros Ingresos Operacionales	14,014	10,153	38.0%	36,598	28,535	28.3%
Total Ingresos Operacionales	1,162,327	755,053	53.9%	3,590,523	2,672,393	34.4%
Utilidad Bruta	409,992	262,185	56.4%	1,249,056	921,140	35.6%
<i>Margen Bruto</i>	<i>35.3%</i>	<i>34.7%</i>	<i>55 bps</i>	<i>34.8%</i>	<i>34.5%</i>	<i>32 bps</i>
Total Gastos	(323,916)	(196,725)	64.7%	(965,710)	(704,635)	37.1%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>27.9%</i>	<i>26.1%</i>	<i>181 bps</i>	<i>26.9%</i>	<i>26.4%</i>	<i>53 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	86,076	65,460	31.5%	283,346	216,505	30.9%
<i>Margen ROI</i>	<i>7.4%</i>	<i>8.7%</i>	<i>(126) bps</i>	<i>7.9%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(21) bps</i>
EBITDA Recurrente	107,544	80,227	34.0%	355,531	272,057	30.7%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>9.3%</i>	<i>10.6%</i>	<i>(137) bps</i>	<i>9.9%</i>	<i>10.2%</i>	<i>(28) bps</i>

Nota: Cifras en pesos incluye un 34% y 20.7% de efecto TC en 4T22 y 2022, respectivamente

- Los **ingresos operacionales** crecieron 14,9% en el 4T22 y 11,3% en 2022, en moneda local y por encima de los niveles del IPC (8,3%). Las ventas se vieron impulsadas por una temporada turística positiva, el aumento del consumo tras el incremento de los salarios durante el segundo semestre, el sólido desempeño de las tiendas Fresh Market y el omnicanal, y la respuesta positiva de los clientes a los eventos comerciales.
- La **Utilidad bruta** aumentó 56,4% para un margen del 35,3% (+55 pb) en el 4T22 y + 35,6% para un margen del 34,8% (+32 pb) en 2022, como porcentaje de los ingresos operacionales. Las ganancias de margen

estuvieron en línea con la tendencia del trimestre anterior, principalmente por las eficiencias de costos del retail.

- Los **gastos de administración y ventas** en el 4T22 crecieron fuertemente debido principalmente a cerca de COP\$16.200 M relacionados con la creación de un reconocimiento del plan de pensiones (valoración actuarial), las presiones inflacionarias sobre los salarios y los servicios públicos y mayores gastos variables para financiar el crecimiento de las ventas, los eventos del mundial de fútbol y otras actividades comerciales. Los gastos anuales crecieron por encima de las ventas y se deterioraron 53 pb, presionados por los efectos inflacionarios sobre la estructura.
- El **EBITDA recurrente** creció un 34% para un margen del 9,3% en el 4T22 y creció un 30,7% para un margen del 9,9% durante 2022, como porcentaje de los Ingresos operacionales, impulsado por el control de costos y la dilución de gastos en las ventas. El **margen EBITDA recurrente** anual creció un 10,4% al excluir el efecto no recurrente del reconocimiento del plan de pensiones. La operación en Uruguay continuó como la unidad de negocio más rentable del grupo.



Nota: Cifras en pesos incluye un 34% y 20.7% de efecto TC en 4T22 y 2022, respectivamente

Argentina

El PIB de Argentina creció 4,7% en el 3T22, y la tasa repo se mantuvo en el 75%, el mismo nivel desde septiembre. El desempleo se mantuvo estable en el 7,1%, mientras que el IPC alcanzó el 95,7% en diciembre (frente al 83,1% de septiembre), según Ecolatina (consultora argentina). El índice de ventas retail comunicado por CAME reveló un aumento del 1,4% durante 2022 y el índice de confianza del consumidor creció 38,52 a diciembre.

Ventas netas y VMM en Argentina

4Q22			12M22		
Net sales	%Var	%Var	Net sales	%Var	%Var
MCOP	Total ⁽¹⁾	SSS ⁽¹⁾	MCOP	SSS	Total ⁽¹⁾
520,646	119.0%	102.7%	1,683,717	96.4%	103.7%

(1) En moneda local. En moneda local (2) Incluye el ajuste por efecto calendario de 1,1% y 0,3% en 4T22 y 2022, respectivamente

Desempeño operacional en Argentina

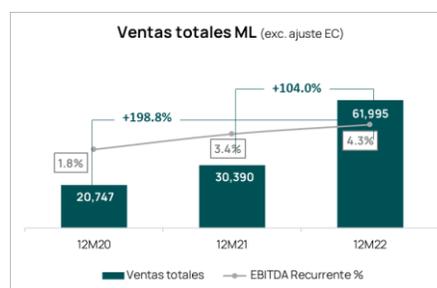
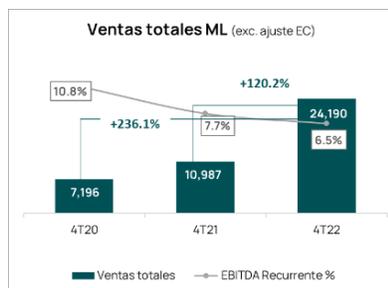
en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Ventas Netas	520,647	424,655	22.6%	1,683,717	1,178,166	42.9%
Otros Ingresos Operacionales	18,531	16,257	14.0%	66,998	40,303	66.2%
Total Ingresos Operacionales	539,178	440,912	22.3%	1,750,715	1,218,469	43.7%
Utilidad Bruta	188,389	153,178	23.0%	604,403	412,465	46.5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>34.9%</i>	<i>34.7%</i>	<i>20 bps</i>	<i>34.5%</i>	<i>33.9%</i>	<i>67 bps</i>
Total Gastos	(162,208)	(127,297)	27.4%	(553,127)	(396,022)	39.7%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>30.1%</i>	<i>28.9%</i>	<i>121 bps</i>	<i>31.6%</i>	<i>32.5%</i>	<i>(91) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	26,181	25,881	1.2%	51,276	16,443	211.8%
<i>Margen ROI</i>	<i>4.9%</i>	<i>5.9%</i>	<i>(101) bps</i>	<i>2.9%</i>	<i>1.3%</i>	<i>158 bps</i>
EBITDA Recurrente	34,910	33,825	3.2%	75,702	41,316	83.2%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>6.5%</i>	<i>7.7%</i>	<i>(120) bps</i>	<i>4.3%</i>	<i>3.4%</i>	<i>93 bps</i>

Los datos incluyen el efecto TC de -44,3% y -29,9% en 4T22 y 2022 respectivamente, calculado con el tipo de cambio de cierre.

- Los **Ingresos operacionales** crecieron 119,6% y 105,1% en 4T22 y 2022, en moneda local, impulsados por el dinamismo del comercio minorista, el aumento del tráfico, el desempeño omnicanal, y una mayor contribución del negocio inmobiliario (aumento del tráfico, las tasas de ocupación en centros comerciales alcanzaron 92,6% durante 2022, y +93,7% en comisiones variables).
- La **Utilidad bruta** aumentó 23% y 46,5% en el 4T22 y 2022, para un margen del 34,9% (+20 pb) y 34,5% (+67 pb) respectivamente, como porcentaje de los ingresos operacionales, beneficiados por (i) la mayor contribución del negocio inmobiliario (+93,7% de crecimiento) y (ii) menores inversiones en precios en un contexto de control de precios.

Los GA&V aumentaron en el 4T22 por las presiones inflacionarias sobre la estructura; sin embargo, los niveles anuales de gasto crecieron por debajo de la inflación en moneda local gracias al control de los costos variables y se redujeron 91 pb ayudados por la dilución de las ventas.

- El **EBITDA recurrente** creció 3,2% y 83,2% para un margen del 6,5% y 4,3% en el 4T y en 2022, como porcentaje de los ingresos operacionales. La ganancia del margen anual (+93 pb) reflejó la dilución de gastos y el control de costos/gastos a pesar de la alta inflación y el efecto de los aumentos salariales. Libertad continuó con una posición de caja estable.



En millones de pesos colombianos	12M22	12M21	% Var	12M22	12M21	% Var
Ventas Netas	19,754,076	16,105,756	22.7%	19,725,311	16,048,967	22.9%
Otros ingresos	865,597	816,629	6.0%	832,649	741,691	12.3%
Otros ingresos operacionales	20,619,673	16,922,385	21.8%	20,557,960	16,790,658	22.4%
Utilidad bruta	5,239,583	4,433,529	18.2%	5,196,073	4,335,598	19.8%
<i>Margen bruto</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.2%</i>	<i>(79) bps</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.8%</i>	<i>(55) bps</i>
EBITDA recurrente	1,662,401	1,535,403	8.3%	1,618,891	1,437,472	12.6%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.1%</i>	<i>(101) bps</i>	<i>7.9%</i>	<i>8.6%</i>	<i>(69) bps</i>

activos), que incluyen los 568.000 m2 de GLA (18 activos) operados por Viva Malls, a través de la alianza con el Fondo Inmobiliario Colombia (FIC). La segunda mayor operación inmobiliaria es Argentina, donde la Compañía opera 174.000 m2 de GLA en centros comerciales bajo la marca Paseo Libertad. Uruguay tiene una pequeña operación de 5.000 m2 de GLA. Así, el Grupo Éxito opera un negocio inmobiliario compuesto por 937.000 m2 de GLA distribuidos en 3 países, 34 centros comerciales en Colombia y 15 en Argentina.

Durante 2022, la materialidad del negocio inmobiliario ratificó al Grupo Éxito como el mayor operador de centros comerciales en Colombia (34 activos, 758.000 m2 de GLA). El negocio se benefició de su estrategia omnicanal que incluye la plataforma de marketplace Viva Online y el servicio click & collect, que actualmente opera en 12 centros comerciales.

El desempeño del negocio inmobiliario en Colombia mostró claras mejoras durante 2022: mayores niveles de tráfico (+17%) que beneficiaron los índices de ocupación (96,5% vs 96,4% en 2021) y favorecieron un mayor índice de recaudo (100,8% en 2022). Desde el punto de vista operativo, se produjo una clara tendencia de recuperación en términos de ventas a arrendatarios (+26,7%) con un componente omnicanal que alcanzó más de \$25.000 M en ventas y cerca de 56.000 pedidos, frente a los \$12.000 M en ventas y cerca de 47.000 pedidos de 2021.

Los ingresos totales del negocio inmobiliario en Colombia crecieron 1,0% en 2022 frente al mismo periodo del año anterior, beneficiados por un mayor tráfico a los centros comerciales y una mejor dinámica comercial que llevó a mayores ingresos por arriendo (+29%) y tasas de ocupación(96,5%), pero afectados por una mayor base de ingresos no recurrentes (\$42,000 M de ingresos por desarrollo y \$28,000 en venta de activos inmobiliarios); en el perímetro de Colombia, el EBITDA Recurrente creció de 0,8% a 5,7% (+491 pb en margen), al excluir los efectos no recurrentes en ambos períodos.

En millones de pesos colombianos	12M22	12M21	% Var	12M22	12M21	% Var
Ventas Netas	14,517,395	12,284,397	18.2%	14,488,630	12,227,608	18.5%
Otros ingresos	762,273	748,426	1.9%	729,325	673,488	8.3%
Otros ingresos operacionales	15,279,668	13,032,823	17.2%	15,217,955	12,901,096	18.0%
Utilidad bruta	3,385,817	3,099,453	9.2%	3,342,307	3,001,522	11.4%
<i>Margen bruto</i>	<i>22.16%</i>	<i>23.78%</i>	<i>(162) bps</i>	<i>22.0%</i>	<i>23.3%</i>	<i>(130) bps</i>
EBITDA recurrente	1,230,861	1,221,557	0.8%	1,187,351	1,123,626	5.7%
<i>Margen EBITDA recurrente</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.4%</i>	<i>(132) bps</i>	<i>7.8%</i>	<i>8.7%</i>	<i>(91) bps</i>

Asimismo, el efecto a nivel consolidado se presenta en el siguiente cuadro:

in COP M	12M22	12M21	% Var	12M22	12M21	% Var
Net Sales	19,754,076	16,105,756	22.7%	19,725,311	16,048,967	22.9%
Other Revenue	865,597	816,629	6.0%	832,649	741,691	12.3%
Net Revenue	20,619,673	16,922,385	21.8%	20,557,960	16,790,658	22.4%
Gross Profit	5,239,583	4,433,529	18.2%	5,196,073	4,335,598	19.8%
<i>Gross Margin</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.2%</i>	<i>(79) bps</i>	<i>25.3%</i>	<i>25.8%</i>	<i>(55) bps</i>
Recurring EBITDA	1,662,401	1,535,403	8.3%	1,618,891	1,437,472	12.6%
<i>Recurring EBITDA Margin</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.1%</i>	<i>(101) bps</i>	<i>7.9%</i>	<i>8.6%</i>	<i>(69) bps</i>

(1) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de proyectos de promoción inmobiliaria (inventario) ajustados en ambos periodos (nota 28 de los estados financieros consolidados).

Los ingresos totales del negocio inmobiliario a nivel consolidado crecieron 8,5% en 2022 frente al mismo periodo del año anterior, beneficiados por mayores ingresos por arrendamiento (+35,3%) y tasas de ocupación superiores al 96% tanto en Colombia como en Argentina. El resultado se vio afectado por la misma mayor base de ingresos no recurrentes explicada anteriormente, por lo que el EBITDA Recurrente consolidado anual creció del 8,3% al 12,6%¹, al excluir los efectos no recurrentes en ambos periodos.

VIVA Malls

La contribución de Viva Malls, nuestro vehículo de inversión en alianza con FIC conformado por 18 activos y 568.000 m² de GLA, también registró un sólido desempeño.

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

Durante 2022, los ingresos de Viva Malls crecieron 19,4% frente al resultado de 2021 y representaron el 45% de Otros Ingresos en Colombia y el 40% de los resultados consolidados. En términos de EBITDA Recurrente, el resultado creció 20,4% frente al mismo periodo del año anterior para un margen de 63,9% (+54 pb) como porcentaje de los ingresos operacionales. El EBITDA recurrente de Viva Malls representó una participación del 18% en los resultados de Colombia y del 13,3% a nivel consolidado.

El margen EBITDA recurrente de Viva Malls de 63,3% en 2021 y 63,9% en 2022 incluyó el ajuste de costos y gastos de acuerdo con la NIIF 15 que se compara con márgenes más altos de los jugadores inmobiliarios puros (un nivel de margen de 78,4% cuando se ajusta).

Los proyectos reactivados tras la pandemia, incluyen los siguientes para los próximos 3 años (+115.000 m² de área bruta arrendable):

- **IKEA:** Una tienda de bricolaje y muebles de cerca de 17.000 m² se integrará en el actual centro comercial VIVA Envigado. Su construcción comenzó en enero de 2022, la entrega en septiembre de 2023 y la apertura prevista es noviembre de 2024. Con este desarrollo, se espera agregar 700 celdas de parqueadero y cerca de 3.000 m² de nuevas áreas brutas arrendables al centro comercial existente para complementar su operación.
- **Puerta del Norte:** Este desarrollo se refiere a la renovación y ampliación del centro comercial existente situado en la ciudad de Bello (Antioquia) para crear 30.000 m² adicionales de GLA. El desarrollo incluirá la apertura de 100 nuevas tiendas, 410 nuevas celdas de parqueaderos, el lanzamiento de conceptos VIVA como Calle Bistró, VIVA Park y VIVA Motors, así como 7 nuevas y modernas salas de cine y la conversión del actual almacén Éxito a formato WOW.
- Otros proyectos pendientes se darán a conocer en función de las aprobaciones de las licencias.

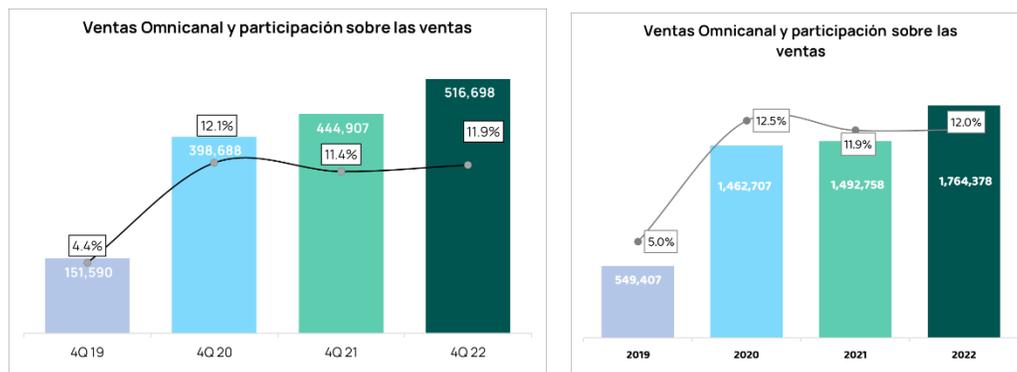
VI. Estrategias Omnicanal, de Innovación y Transformación digital en 2021

Colombia

Omnicanal¹

Las ventas omnicanal totalizaron cerca de \$1.8 billones durante 2022, un crecimiento de 18.2% frente a 2021. La participación sobre las ventas anuales alcanzó el 12%, que se compara con el 11,9% reportado en 2021, el cual incluyó el beneficio de un día adicional sin IVA. Los pedidos ascendieron a 13,3 millones (+69,6% frente a 2021).

Se destaca la participación sobre las ventas de doble dígito, a pesar de un día adicional sin IVA en la base, así como el sólido crecimiento de las ventas de alimentos (+25%) y la participación sobre ventas del 10,5% (las ventas de no alimentos crecieron un 10% y representaron el 15% de las ventas).



(1) Incluye: .com, marketplace, domicilios, Shop&Go, Compra y recoge, catálogos digitales y B2B virtual. (2) GMV: Gross Merchandise Value – Valor bruto de la mercancía..

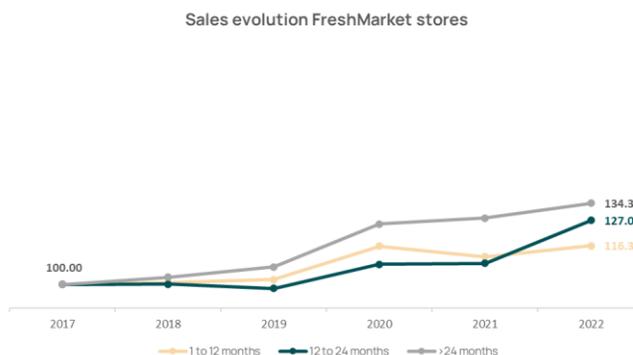
- **Ecommerce:** éxito.com y carulla.com alcanzaron ventas por \$447.000 millones durante 2022, 172 millones de visitas (+11%) y registraron más de 903.000 pedidos.
- **Marketplace:** Representó una participación del 22% en GMV² Omnicanal de no alimentos (+38% unidades vendidas a través de 1.400 vendedores).
- **Última milla y domicilios:** El servicio estuvo disponible para los clientes de Carulla, Éxito, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista. Durante 2022 se entregaron 13,3 M de pedidos (+69,6% frente a 2021). El servicio Turbo representó el 41,3% de las ventas de Rappi (el cual registró un crecimiento de las entregas del +113%).
- **Catálogos digitales:** 155 dispositivos (kioskos) disponibles en las tiendas de Colombia. Las ventas a través de catálogos digitales crecieron un 52% y los pedidos alcanzaron más de 140.000 en 2022, beneficiados por un mayor tráfico y volúmenes en las tiendas.
- in 2022. The service was available at 279 stores and 12 VIVA shopping malls, through landline.

Innovación

- Éxito WOW:** 30 tiendas (+11 a/a) bajo el modelo representaron el 34,2% de las ventas del Éxito durante 2022 (+49 pb vs 2021). Las tiendas WOW crecieron 27 p.p. en ventas tras 24 meses de apertura por encima de las tiendas regulares.



- Carulla Fresh Market:** 30 tiendas bajo el modelo (+8 a/a) representaron el 59,6% de las ventas totales de la marca durante 2022 (+136 pb vs 2021). Las tiendas Fresh Market crecieron 9,3 p.p. en ventas tras 24 meses de apertura, por encima de las tiendas regulares.



- Bajo costo:** Surtimayorista creció en ventas 32,7% y VMM 26,8% durante 2022 y alcanzó una participación del 5,2% sobre las ventas de Colombia; la marca abrió 10 tiendas durante el año para un total de 46. La innovación continuó en 35 tiendas 'Super Inter Vecino' (+10 YoY), que alcanzaron una participación del 71% en las ventas de Super Inter (60 tiendas). Surtimax abrió 31 nuevas tiendas (70 en total) para ofrecer nuevos surtidos, secciones y descuentos especiales.

Transformación digital

Apps: Tanto la app Éxito como Carulla alcanzaron más de 1,6 M de descargas (+22,6%) en 2022, impulsadas por las alianzas con TUYA y Puntos Colombia. 'Mi Descuento' alcanzó más de 3,2 M de cupones redimidos con un incremento del 22% en las transacciones. La app 'Misurtii' registró ventas superiores a \$57.500 millones en 2022 (+164% de crecimiento, 24% de participación en las ventas de la marca) y contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente en tiendas de barrio.

- De acuerdo con la estrategia 2022 - 2024 establecida, la Compañía continuó implementando desarrollos en frictionless, servicio al cliente, data analytics, logística y cadena de abastecimiento y gestión de RRHH. Otros proyectos piloto se refieren a la realidad virtual o ampliada para la categoría de hogar y el servicio de entrega mediante drones. Proyectos adicionales:
 - **Clickam**, el modelo de mercadeo relacional que permite a las personas generar ingresos recomendando productos/servicios a través del ecosistema de la Compañía. Más de 82.000 usuarios registrados, y las ventas crecieron un 4% en 2022.
 - **VIVA Online**, la 1era plataforma colombiana inmobiliaria, ayudó a impulsar las ventas de nuestros aliados en los Centros Comerciales VIVA al ofrecer a los clientes una plataforma de compras de comercio electrónico.

Monetización de activos/tráfico y buenas prácticas

- **Coalición de lealtad:** Puntos Colombia totalizó 6,2 millones de clientes activos con habeas data (+14% vs 2021), con 161 marcas aliadas (+27 vs 2021). Los clientes redimieron 35,6 M de puntos de los cuales Éxito representó una participación del 70%. La Compañía centró sus esfuerzos en continuar la consolidación de su Marketplace, integrado con el ecosistema del Grupo Éxito (Apps, locatarios de VIVA, financieras, viajes, seguros, móvil etc).
- **Negocios complementarios:**
 - **TUYA:** el negocio financiero alcanzó cerca de 577.000 nuevas tarjetas emitidas para un stock total de 2,1 millones de tarjetas durante 2022. TUYA alcanzó una cartera de crédito de \$4,5 billones (+25,6% vs 2021) y TUYA Pay llegó a más de 1 millón de usuarios (+31%). Banca como servicio realizado en alianzas con Alkosto, Transmilenio y Claropay.
 - **Telefonía móvil:** la unidad de negocio reportó más de 541.000 líneas activas (+6,7% vs 2021) y continuó su crecimiento apalancado en los canales on-line y en la integración con el ecosistema de la Compañía, principalmente a través de la nueva funcionalidad de pago como Tuya Pay 'Dinero y Puntos' con Puntos Colombia.
 - **Viajes:** a unidad de negocio se benefició de la estrategia de enfoque digital con el sitio TUYA; las ventas crecieron un 43% en 2022 frente a 2021.

Uruguay

Omnicanal

La participación omnicanal en las ventas alcanzará el 2,8% en 2022.

- **Domicilios:** El servicio de última milla 'Devoto Ya' se ofrece a través de las tiendas Devoto, con entrega prometida en menos de 1 hora en pedidos de hasta 20 productos.
- **Click and Collect:** El servicio estuvo disponible en 45 tiendas durante 2022; se despacharon más de 50.000 pedidos (+36,2% frente a 2021).

Innovación

- **Fresh Market:** Las 29 tiendas de este formato aumentaron sus ventas un 17,2%, representaron el 52,9% de las ventas totales en 2022 y crecieron 9,9 puntos porcentuales por encima de las tiendas normales.

Transformación Digital

- **Apps:** pedidos a través de las apps crecieron 46.4% con más de 41,000 pedidos en 2022.
- **Start-ups:** La compañía siguió asesorando a 7 start-ups y trabajó en iniciativas centradas en la sostenibilidad, la última milla, la logística y la innovación.

Argentina

- Las ventas omnicanal en Argentina alcanzaron una participación del 3,9% sobre las ventas totales en 2022 (+140 pb vs 2021).

Omni-canal

- **Comercio electrónico:** Las ventas on-line alcanzaron ARS \$1.853 M durante 2022 y aumentaron 2,8x vs 2021.
- **Click and Collect / Click and Car:** el servicio estuvo disponible en 15 tiendas y en 1 tienda oscura.
- **Última milla y domicilios:** en asociación con 'Rappi' y 'Pedidos Ya', el servicio de última milla está disponible en 24 tiendas. Las ventas crecieron un 46% respecto a 2021, impulsadas por acciones comerciales exclusivas para este canal.

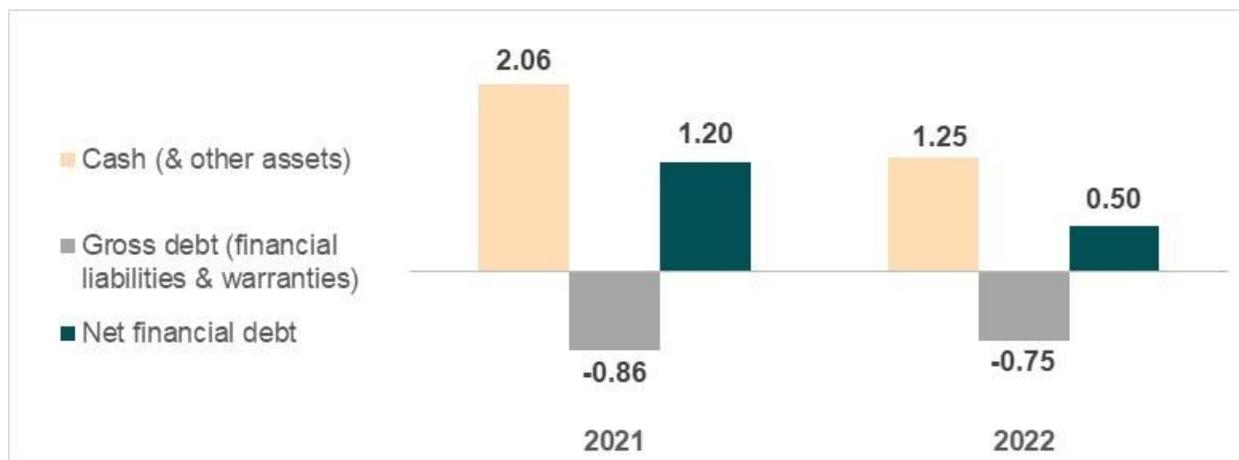
Innovación

- **Fresh Market:** las 4 tiendas Fresh Market aumentaron las ventas un 62% frente a 2021 y registraron una contribución del 28,9% de cuota en las ventas del hipermercado.
- **Cash and Carry:** Libertad lanzó el formato con la apertura de 9 locales en el país bajo la enseña 'Mini Mayorista' durante 2022.

Transformación Digital

- **Apps:** La compañía continuó fortaleciendo la App a través de iniciativas de marketing.
- La compañía continuó realizando tutorías 7 start-ups y trabajó en iniciativas enfocadas en la sostenibilidad, la última milla, logística e innovación.

VII. Caja y deuda a nivel holding ¹



Data in billion COP

Nota: Mil millones de pesos representan 1.000.000.000.000. Aumento del tipo repo del Banco Central en Colombia al 12% (frente al 3,0% a partir de 2021) para controlar la inflación (1) Holding Holding: Almacenes Éxito S.A resultados sin Colombia ni filiales internacionales

Caja y deuda a nivel holding

- La deuda financiera neta disminuyó en \$151.000 millones versus 2021, excluyendo los dividendos pagados a los accionistas y el pago de la recompra de acciones (\$554.000 millones de pesos).
- La sólida posición de caja permitió financiar dividendos, recompra de acciones y otros requerimientos de inversión, mientras que la deuda bruta disminuyó 12,4% (\$107.000 M)
- Capital de trabajo reflejó cambios en la estacionalidad esperada de las ventas (cancelación de un día sin IVA) que llevó a mayores niveles de inventario, créditos fiscales en impuestos operacionales y efectos temporales por la implementación de requerimientos regulatorios en cuentas por pagar
- Mayores gastos financieros relacionados con el aumento de los tipos de interés (+827 pb vs 4T21), presionados por la mayor tasa repo (12%, +900 pb vs 2021) derivados de la política monetaria contractiva establecida por el Banco Central para controlar la inflación.

VIII. Conclusiones

Consolidado

- **Ventas netas anuales** (+22,7%) impulsadas por la **innovación** (participación del 40%), el **crecimiento omnicanal** (18,9%) y la fuerte **evolución de la inmobiliaria**¹ (+8,5%)
- **EBITDA recurrente** creció un 12,6%^{1,2} en 2022, al ajustar los ingresos de desarrollo inmobiliario y venta de inmuebles, gracias a un sólido crecimiento de las ventas y a la menor participación de los GA&V en la línea superior desde 2015.
- La **Utilidad Neta** reflejó el sólido desempeño operacional parcialmente compensado por el aumento de tasas (repo +900 pb a/a y mayor impuesto diferido), el ajuste inflacionario en Argentina y mayores provisiones de TUYA (por mayor dinámica comercial).
- **Propuesta de dividendo de \$ 167,50** por acción (4,9%), considerando desempeño operacional y necesidades de generación de caja.

Colombia

- **Las ventas anuales**³ y VMM crecieron doble dígito impulsados por la **innovación** (parti 41%, +23 pb A/A) y **mayores volúmenes** (3,0%).
- Sólido crecimiento omnicanal (18,2%, 12% part) impulsado por las ventas de alimentos **(+25%, cuota 10,5%)**.
- **Se destaca** la evolución anual de Surtimayorista (ventas +32,7%, VMM +26,8%, +10 tiendas a/a).
- El EBITDA recurrente creció 5,7%^{1,2} en 2022, al ajustar los gastos de desarrollo inmobiliario y venta de inmuebles, impulsado por sólidas ventas impulsadas por el retail y el negocio inmobiliario¹.

Uruguay

- **El fuerte crecimiento anual de los ingresos** (+11,3%³) y la eficiencia operativa mantuvieron elevados márgenes de EBITDA (9,9%).

Argentina

- **Los ingresos crecieron 2,1 veces** (las ventas crecieron 800 pb por encima de la inflación en ML). Sólido aumento del margen EBITDA recurrente (+93 pb interanuales) por los mayores ingresos de la inmobiliaria¹ y las eficiencias operativas. La operación mantuvo una posición de tesorería estable.

Nota: Consolidado: Colombia, Uruguay, Argentina y eliminaciones. (1) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, gestión y comercialización de proyectos inmobiliarios y venta de proyectos de promoción inmobiliaria (existencias). (2) Ingresos inmobiliarios ajustados en ambos periodos (nota 28 de los estados financieros consolidados). (3) Incluido el efecto de las conversiones y el ajuste por efecto calendario. (4) Liquidación de recompra de acciones a COP \$21.900 el 9 de junio, desmaterialización de acciones el 15 de noviembre y desdoblamiento de acciones (relación 1:3) el 18 de noviembre de 2022.

IX. 2022 Perspectivas vs resultados

T Objetivos previstos comunicados al mercado, plenamente alcanzados en 2022, a pesar de los retos globales macroeconómicos y políticos. Los logros fueron:

	Guía 2022	Resultado 2021	
Colombia	Crecimiento de los ingresos por el dinamismo de la innovación, omnicanalidad y negocios complementarios.	Objetivo logrado: Los ingresos crecieron 17.2% impulsados por la innovación (41% de participación) y el omnicanal (18.2%). Ventas retail +18.2% y otros ingresos +1.9%.	●
	Expansión en Colombia de 60 a 70 tiendas principalmente de formatos innovadores, con área adicional cercana a 35.000 m2 (incluyendo el acuerdo de adquisición de muebles y derechos sobre 5 espacios comerciales en 2021 y 1 en 2022).	Objetivo logrado: 78 tiendas: +12 Éxito (+11 Wow), +15 Carulla (+8 FreshMarket), +31 Surtimax, +10 Super Inter vecino, +10 Surtimayorista ~31.000 m2 bruto de áreas adicionales en formatos innovadores y otros ~50.000 m2 intervenidos de otras marcas	●
	Esfuerzos de ASG focalizados en nutrición infantil y en la mejora de sostenibilidad de la cadena de abastecimiento	Objetivo logrado: 60.046 niños beneficiados en nutrición y programas complementarios/200.403 paquetes alimentarios entregados a niños y sus familias. 88% de frutas y vegetales compradas localmente/82 proveedores ~80 mil hectáreas monitoreadas en Ganadería sostenible/certificación Gold Sustainable Fashion otorgada por CO2 ZERO/ 130 M unidades de la marca Paissana vendidas provenientes de zonas afectadas por el conflicto armado	●
Latam	Mantener los niveles de EBITDA recurrente a nivel consolidado considerando las presiones inflacionarias sobre los gastos	Objetivo logrado: Margen EBITDA recurrente creció 8.3% impulsado por una sólida tendencia del retail (+22.7%), la evolución del negocio inmobiliario (+13.1%) y la más baja participación de los GA&V como porcentaje de los Ingresos Operacionales desde 2015, a pesar de las presiones inflacionarias en toda la región.	●
	Omnicanal alcanzará un dígito alto de participación en las ventas consolidadas	Objetivo logrado: Participación omnicanal sobre ventas consolidadas alcanzó el 9.6%	●
	Generación sostenible de flujo de caja para los accionistas	Flujo de caja sólido de la Compañía soportado en la generación para los accionistas, el cual permitió financiar el pago de dividendos más la operación de recompra de acciones (\$554.000 M) así como los requerimientos de inversión.	●

* Expansión por aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones

Las perspectivas 2023 están restringidas debido al actual proceso de listado; se informará al mercado tan pronto como la Compañía pueda informarlas.

X. Anexos

Notas:

- Cifras expresadas en escala larga, billones de COP representan 1.000.000.000.000.
- Crecimiento y variaciones expresadas versus el mismo período del año anterior, excepto cuando se indique de otra forma.
- Sumas y porcentajes podría reflejar discrepancias debido al redondeo de las cifras.
- Todos los márgenes están calculados como porcentaje de los Ingresos Operacionales.

Glosario

- **Resultados de Colombia:** Incluye la consolidación de Almacenes Éxito y sus subsidiarias en el país.
- **Resultados consolidados:** Incluye los resultados de Almacenes Éxito y las subsidiarias colombianas e internacionales.
- **EBIT:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado por los otros ingresos/gastos no recurrentes.
- **EBITDA recurrente:** Medida de la rentabilidad que incluye el ROI ajustado por las D&A.
- **EBITDA:** Medida de la rentabilidad que incluye el EBIT ajustado por D&A.
- **Utilidad por Acción:** Calculada sobre una base diluida
- **Ingresos Operacionales:** Ingresos totales relacionados con el total de ventas y otros ingresos.
- **Otros Ingresos:** Ingresos provenientes de los negocios complementarios (inmobiliario, seguros, servicios financieros, compañía de transportes, etc.) y otros ingresos.
- **Resultado Financiero:** Incluye los efectos por intereses, derivados, valoraciones de activos/pasivos financieros, cambios en la tasa de cambio y otros relacionados a caja, deuda y otros activos/pasivos financieros.
- **GLA:** Área bruta arrendable.
- **GMV:** Valor bruto de mercancía.
- **Resultados Holding:** Incluye Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas o internacionales.
- **Resultados Colombia:** Incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus subsidiarias en el país.
- **Utilidad Operacional Recurrente (ROI):** Incluye la utilidad bruta ajustada por los gastos de administración y ventas y las depreciaciones y amortizaciones
- **Ventas Netas:** Ventas relacionadas con el negocio retail.
- **VMM:** Ventas mismos metros incluyendo el efecto de tiendas convertidas.

1. Estado de Resultados Consolidado

en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Ventas Netas	5,947,643	4,996,844	19.0%	19,754,076	16,105,756	22.7%
Otros Ingresos Operacionales	249,003	245,825	1.3%	865,597	816,629	6.0%
Total Ingresos Operacionales	6,196,646	5,242,669	18.2%	20,619,673	16,922,385	21.8%
Costo de Ventas	(4,596,721)	(3,824,641)	20.2%	(15,281,831)	(12,406,545)	23.2%
Costo Depreciación y Amortización	(25,393)	(22,345)	13.6%	(98,259)	(82,311)	19.4%
Utilidad Bruta	1,574,532	1,395,683	12.8%	5,239,583	4,433,529	18.2%
<i>Margen Bruto</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.6%</i>	<i>(121) bps</i>	<i>25.4%</i>	<i>26.2%</i>	<i>(79) bps</i>
Gastos O&AV	(1,062,602)	(849,390)	25.1%	(3,675,441)	(2,980,437)	23.3%
Gasto Depreciación y Amortización	(136,191)	(120,116)	13.4%	(505,068)	(465,073)	8.6%
Total Gastos	(1,198,793)	(969,506)	23.6%	(4,180,509)	(3,445,510)	21.3%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>19.3%</i>	<i>18.5%</i>	<i>85 bps</i>	<i>20.3%</i>	<i>20.4%</i>	<i>(9) bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	375,739	426,177	(11.8%)	1,059,074	988,019	7.2%
<i>Margen ROI</i>	<i>6.1%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(207) bps</i>	<i>5.1%</i>	<i>5.8%</i>	<i>(70) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(70,378)	(28,021)	151.2%	(68,940)	(68,611)	0.5%
Utilidad Operacional (EBIT)	305,361	398,156	(23.3%)	990,134	919,408	7.7%
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.9%</i>	<i>7.6%</i>	<i>(267) bps</i>	<i>4.8%</i>	<i>5.4%</i>	<i>(63) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(134,255)	(60,890)	120.5%	(380,474)	(195,755)	94.4%
Resultado de Asociadas y Negocios Conjunto	(6,712)	(8,338)	(19.5%)	(34,720)	7,234	(580.0%)
Utilidad antes de Impuestos (EBT)	164,394	328,928	(50.0%)	574,940	730,887	(21.3%)
Impuesto Renta	(194,996)	(74,652)	161.2%	(325,702)	(137,670)	136.6%
Resultado Neto Operaciones Continuas	(30,602)	254,276	(112.0%)	249,238	593,217	(58.0%)
Participación de no Controlantes	(47,066)	(41,611)	13.1%	(150,166)	(118,256)	27.0%
Resultado Neto Operaciones Discontinuas	-	-	0.0%	-	(280)	100.0%
Resultado Neto Grupo Éxito	(77,668)	212,665	(136.5%)	99,072	474,681	(79.1%)
<i>Margen Neto</i>	<i>(1.3%)</i>	<i>4.1%</i>	<i>(531) bps</i>	<i>0.5%</i>	<i>2.8%</i>	<i>(232) bps</i>
EBITDA Recurrente	537,323	568,638	(5.5%)	1,662,401	1,535,403	8.3%
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.7%</i>	<i>10.8%</i>	<i>(218) bps</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.1%</i>	<i>(101) bps</i>
Acciones	1,297.864	1,297.864	0.0%	1,297.864	1,297.864	0.0%
Utilidad por Acción	(59.8)	163.9	N/A	76.3	365.7	(79.1%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (1,2% en ventas y 2,2% en EBITDA recurrente en 4T22 y 1,1% y 2,9% en 2022, respectivamente. UPA considerando el número promedio de acciones en circulación (NIIF 33), correspondiente a 1.297.864.359 acciones (incluida la operación de recompra concluida el 30 de junio de 2022 y el desdoblamiento de acciones del 18 de noviembre de 2022).

1. Estado de Resultados e Inversiones por país

Estado de Resultados	Colombia	Uruguay	Argentina	Consol
en millones de pesos colombianos	FY22	FY22	FY22	FY22
Ventas netas	14,517,395	3,553,925	1,683,717	19,754,076
Otros Ingresos Operacionales	762,273	36,598	66,998	865,597
Total Ingresos Operacionales	15,279,668	3,590,523	1,750,715	20,619,673
Costo de Ventas	(11,802,670)	(2,334,992)	(1,145,709)	(15,281,831)
Costo Depreciación y Amortización	(91,181)	(6,475)	(603)	(98,259)
Utilidad Bruta	3,385,817	1,249,056	604,403	5,239,583
<i>Margen Bruto</i>	<i>22.2%</i>	<i>34.8%</i>	<i>34.5%</i>	<i>25.4%</i>
Gastos O&AV	(2,246,137)	(900,000)	(529,304)	(3,675,441)
Gasto Depreciación y Amortización	(415,535)	(65,710)	(23,823)	(505,068)
Total Gastos	(2,661,672)	(965,710)	(553,127)	(4,180,509)
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>17.4%</i>	<i>26.9%</i>	<i>31.6%</i>	<i>20.3%</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	724,145	283,346	51,276	1,059,074
<i>Margen ROI</i>	<i>4.7%</i>	<i>7.9%</i>	<i>2.9%</i>	<i>5.1%</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(60,161)	(26,206)	17,427	(68,940)
Utilidad Operacional (EBIT)	663,984	257,140	68,703	990,134
<i>Margen EBIT</i>	<i>4.3%</i>	<i>7.2%</i>	<i>3.9%</i>	<i>4.8%</i>
Resultado Financiero Neto	(263,785)	(19,368)	(97,014)	(380,474)
EBITDA Recurrente	1,230,861	355,531	75,702	1,662,401
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>8.1%</i>	<i>9.9%</i>	<i>4.3%</i>	<i>8.1%</i>
CAPEX				
<i>en millones de pesos colombianos</i>	396,369	75,903	24,902	497,174
<i>en moneda local</i>	396,369	732	917	

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (1,2% en ventas y 2,2% en EBITDA recurrente en 4T22 y 1,1% y 2,9% en 2022, respectivamente). El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país.

2. Balance General Consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Dec 2022	Var %
ACTIVOS	16,901,179	18,183,289	7.6%
Activo corriente	5,833,360	5,947,863	2.0%
Caja y equivalentes de caja	2,541,579	1,733,673	(31.8%)
Inventarios	2,104,303	2,770,443	31.7%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	625,931	779,355	24.5%
Activos por impuestos	429,625	509,884	18.7%
Activos no Corrientes Disponibles para la Venta	24,601	21,800	(11.4%)
Otros	107,321	132,708	23.7%
Activos No Corrientes	11,067,819	12,235,426	10.5%
Plusvalía	3,024,983	3,484,303	15.2%
Otros activos intangibles	363,987	424,680	16.7%
Propiedades, planta y equipo	4,024,697	4,474,280	11.2%
Propiedades de Inversión	1,656,245	1,841,228	11.2%
Derechos de uso	1,370,512	1,443,469	5.3%
Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	289,391	300,021	3.7%
Activo por impuesto diferido	205,161	142,589	(30.5%)
Activos por impuestos	-	-	0.0%
Otros	132,843	124,856	(6.0%)
PASIVOS	8,872,702	9,748,843	9.9%
Pasivo corriente	6,518,400	7,415,394	13.8%
Cuentas por pagar	5,136,626	5,651,303	10.0%
Pasivos por arrendamiento	234,178	263,175	12.4%
Obligaciones financieras	674,927	915,604	35.7%
Otros pasivos financieros	81,544	136,223	67.1%
Pasivos no Corrientes Disponibles para la Venta	-	-	0.0%
Pasivos por impuestos	81,519	109,726	34.6%
Otros	309,606	339,363	9.6%
Pasivos no corrientes	2,354,302	2,333,449	(0.9%)
Cuentas por pagar	49,929	70,472	41.1%
Pasivos por arrendamiento	1,360,465	1,392,780	2.4%
Obligaciones financieras	742,084	539,980	(27.2%)
Otras provisiones	11,086	15,254	37.6%
Pasivo por impuesto diferido	166,751	277,713	66.5%
Pasivos por impuestos	3,924	2,749	(29.9%)
Otros	20,063	34,501	72.0%
PATRIMONIO	8,028,477	8,434,446	5.1%

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina

3. Flujo de caja consolidado

en millones de pesos colombianos	Dec 2022	Dec 2021	Var %
Ganancia	249,238	592,937	(58.0%)
Resultado operacional antes de cambios en el capital de trabajo	1,470,019	1,417,065	3.7%
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de operación	901,429	1,343,626	(32.9%)
Flujos de efectivo neto (utilizados en) actividades de inversión	(529,929)	(480,185)	10.4%
Flujos de efectivo neto procedentes de actividades de financiación	(1,235,821)	(753,074)	64.1%
Variación neta del efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de las tasas de cambio	(864,321)	110,367	(883.1%)
Efectos de la variación de la tasa de cambio sobre efectivo y equivalentes al efectivo	56,415	21,821	158.5%
(Disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	(807,906)	132,188	(711.2%)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	2,541,579	2,409,391	5.5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo de la operación discontinuada			
Efectivo y equivalentes al efectivo al final de periodo	1,733,673	2,541,579	(31.8%)

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina

4. Indicadores financieros

	Indicators at Consolidated Level		Indicators at Holding Level	
	December 2022	December 2021	December 2022	December 2021
Assets / Liabilities	1.87	1.90	1.95	1.91
Liquidity (Current Assets / Current Liabilities)	0.80	0.89	0.81	0.91

5. Estado de Resultados Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Ventas Netas	4,281,967	3,828,277	11.9%	14,529,617	12,290,994	18.2%
Otros Ingresos Operacionales	121,703	138,383	(12.1%)	426,110	478,388	(10.9%)
Total Ingresos Operacionales	4,403,670	3,966,660	11.0%	14,955,727	12,769,382	17.1%
Costo de Ventas	(3,489,579)	(3,040,326)	14.8%	(11,783,050)	(9,844,165)	19.7%
Costo Depreciación y Amortización	(21,992)	(19,253)	14.2%	(85,011)	(69,659)	22.0%
Utilidad Bruta	892,099	907,081	(1.7%)	3,087,666	2,855,558	8.1%
<i>Margen Bruto</i>	<i>20.3%</i>	<i>22.9%</i>	<i>(261) bps</i>	<i>20.6%</i>	<i>22.4%</i>	<i>(172) bps</i>
Gastos O&AV	(595,024)	(540,758)	10.0%	(2,176,115)	(1,891,438)	15.1%
Gasto Depreciación y Amortización	(103,357)	(93,949)	10.0%	(397,609)	(370,151)	7.4%
Total Gastos	(698,381)	(634,707)	10.0%	(2,573,724)	(2,261,589)	13.8%
<i>Gastos/Ing Op</i>	<i>(15.9%)</i>	<i>(16.0%)</i>	<i>14 bps</i>	<i>(17.2%)</i>	<i>(17.7%)</i>	<i>50 bps</i>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	193,718	272,374	(28.9%)	513,942	593,969	(13.5%)
<i>Margen ROI</i>	<i>4.4%</i>	<i>6.9%</i>	<i>(247) bps</i>	<i>3.4%</i>	<i>4.7%</i>	<i>(122) bps</i>
Gastos/Ingresos No-Recurrentes	(45,414)	(14,563)	211.8%	(58,828)	(51,990)	13.2%
Utilidad Operacional (EBIT)	148,304	257,811	(42.5%)	455,114	541,979	(16.0%)
<i>Margen EBIT</i>	<i>3.4%</i>	<i>6.5%</i>	<i>(313) bps</i>	<i>3.0%</i>	<i>4.2%</i>	<i>(120) bps</i>
Resultado Financiero Neto	(103,205)	(54,312)	90.0%	(297,204)	(193,368)	53.7%
Resultado Neto Grupo Éxito	(77,668)	212,665	(136.5%)	99,072	474,681	(79.1%)
<i>Margen Neto</i>	<i>(1.8%)</i>	<i>5.4%</i>	<i>(713) bps</i>	<i>0.7%</i>	<i>3.7%</i>	<i>(305) bps</i>
EBITDA Recurrente	319,067	385,576	(17.2%)	996,562	1,033,779	(3.6%)
<i>Margen EBITDA Recurrente</i>	<i>7.2%</i>	<i>9.7%</i>	<i>(247) bps</i>	<i>6.7%</i>	<i>8.1%</i>	<i>(143) bps</i>

(1) Holding Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas

6. Balance General Almacenes Éxito ⁽¹⁾

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Dec 2022	Var %
ACTIVOS	14,422,470	14,848,638	3.0%
Activo corriente	4,686,474	4,432,647	(5.4%)
Caja y equivalentes de caja	2,063,528	1,250,398	(39.4%)
Inventarios	1,680,108	2,105,200	25.3%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	434,945	477,912	9.9%
Activos por impuestos	386,997	478,476	23.6%
Otros	120,896	120,661	(0.2%)
Activos No Corrientes	9,735,996	10,415,991	7.0%
Plusvalía	1,453,077	1,453,077	0.0%
Otros activos intangibles	191,559	191,204	(0.2%)
Propiedades, planta y equipo	1,984,771	2,059,079	3.7%
Propiedades de Inversión	78,586	83,420	6.2%
Derechos de uso	1,609,599	1,587,943	(1.3%)
Inversiones en subsidiarias, asociadas y negocios conjuntos	4,085,625	4,875,319	19.3%
Otros	332,779	165,949	(50.1%)
PASIVOS	7,541,065	7,622,557	1.1%
Pasivo corriente	5,137,135	5,455,563	6.2%
Cuentas por pagar	4,249,804	4,319,342	1.6%
Pasivos por arrendamiento	239,831	261,824	9.2%
Obligaciones financieras	136,184	251,118	84.4%
Otros pasivos financieros	66,817	123,446	84.8%
Pasivos por impuestos	76,238	92,846	21.8%
Otros	368,261	406,987	10.5%
Pasivos no corrientes	2,403,930	2,166,994	(9.9%)
Pasivos por arrendamiento	1,580,954	1,525,272	(3.5%)
Obligaciones financieras	742,084	539,980	(27.2%)
Otras provisiones	10,991	14,311	30.2%
Pasivo por impuesto diferido	-	-	0.0%
Otros	69,901	87,431	25.1%
PATRIMONIO	6,881,405	7,226,081	5.0%

7. Deuda por país, moneda y vencimiento

Deuda neta por país

31 Dic de 2022 (millones de pesos)	Holding (2)	Colombia	Uruguay	Argentina	Consolidado
Deuda de corto plazo	374,564	383,780	668,047	-	1,051,827
Deuda de largo plazo	539,980	539,980	-	-	539,980
Total deuda bruta (1)	914,544	923,760	668,047	-	1,591,807
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,250,398	1,376,666	277,878	79,129	1,733,673
Deuda Neta	335,854	452,906	(390,169)	79,129	141,866

Deuda bruta a nivel Holding por vencimiento

31 Dic de 2022 (millones de pesos)	Valor nominal	Naturaleza del interés	Fecha vencimiento	31-dic-22
Crédito rotativo - Bilateral	100,000	Variable	Enero 2024	
Mediano Plazo - Bilateral	135,000	Variable	Abril 2024	135,000
Crédito rotativo - Bilateral	400,000	Variable	Febrero 2025	
Largo Plazo - Bilateral	200,000	Variable	Marzo 2025	200,000
Crédito rotativo - Bilateral	200,000	Variable	Abril 2025	
Largo Plazo - Bilateral	290,000	Variable	Marzo 2026	157,082
Largo Plazo - Bilateral	190,000	Variable	Marzo 2027	155,458
Largo Plazo - Bilateral	150,000	Variable	Marzo 2030	125,025
Total deuda bruta (3)	1,665,000			772,565

Nota: El perímetro de Colombia incluye la consolidación de Almacenes Éxito S.A. y sus filiales en el país. 1) Deuda sin garantías contingentes y cartas de crédito. (2) Deuda bruta emitida al 100% en pesos colombianos con un tipo de interés inferior al IBR3M + 2,0%, deuda al nominal. IBR 3M (Indicador Bancario de Referencia) - Tasa de referencia del mercado: 11,66%; otros cobros incluidos, y valoración de cobertura positiva no incluida. (3) Deuda nominal.

8. Tiendas y área de ventas

<u>Marca por país</u>	<u>Número de tiendas</u> <u>Área de ventas (m2)</u>	
	<u>4Q22</u>	
Colombia		
Exito	209	623,766
Carulla	107	89,133
Surtimax	70	29,675
Super Inter	60	57,008
Surtimayorista	46	43,161
Total Colombia	492	842,744
Uruguay		
Devoto	62	40,544
Disco	30	35,252
Geant	2	16,411
Total Uruguay	94	92,207
Argentina		
Libertad	14	92,437
Mini Libertad	10	1,796
Mayorista	9	11,164
Total Argentina	33	105,397
TOTAL	619	1,040,348

Nota: El total de tiendas no incluye 1.671 aliados en Colombia.

Declaración

Este documento contiene declaraciones sobre el futuro que no corresponden a datos históricos y no deben ser interpretadas como garantía de la ocurrencia futura de los hechos y datos aquí mencionados. Las declaraciones sobre el futuro están basadas en información, supuestos y estimaciones que Grupo Éxito considera razonables.

Grupo Éxito opera en un entorno competitivo que cambia rápidamente. Por lo tanto, la Compañía no puede predecir todos los riesgos, incertidumbres y otros factores que pueden afectar su negocio, un potencial impacto, o el grado en que la ocurrencia de un riesgo o de una combinación de riesgos, puedan ocasionar resultados significativamente diferentes a los señalados en cualquier declaración sobre el futuro. Las declaraciones sobre el futuro contenidas en este documento son establecidas únicamente a la fecha aquí señalada.

Salvo que sea requerido por las leyes, normas o reglamentos aplicables, Grupo Éxito renuncia expresamente a cualquier obligación o compromiso de publicar actualizaciones de cualquier declaración sobre el futuro contenida en este documento para reflejar cambios en sus expectativas o en los eventos, condiciones o circunstancias sobre las que se basan las declaraciones sobre el futuro aquí expresadas.

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



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

XI. Información adicional

Detalles de la Teleconferencia de resultados

Almacenes Éxito S.A. (BVC: ÉXITO)

Cordialmente lo invita a participar en su teleconferencia de resultados del cuarto trimestre y año 2022

Fecha: Martes, Febrero 28 de 2023

Hora: 10:00 a.m. ET / 10:00 a.m. Colombia

Presentan por Grupo Exito:

Carlos Mario Giraldo Moreno, Presidente

Ivonne Windmuller, VP Financiera

María Fernanda Moreno, Directora de Relación con Inversionistas

Para participar haga click aquí:

[Join Microsoft Teams Meeting](#)

Resultados 4T/2022 estarán acompañados por un presentación que estará disponible en el sitio web

www.grupoexito.com.co

bajo "Accionistas e Inversionistas " en el siguiente link:

<https://www.grupoexito.com.co/en/financial-information>

Proximas publicaciones

Publicacion deltrimestre de 2023– May 2 de 2023

IR contactos

María Fernanda Moreno R.

Directora de Relación con Inversionistas
+(57) 312 796 2298
mmorenor@grupo-exito.com
Éxito Calle 80, Cr 59 A No. 79 – 30, Bogotá, Colombia

Claudia Moreno B.
Directora de Comunicaciones y Relaciones Públicas
+(57) 604 96 96 ext. 305174
claudia.moreno@grupo-exito.com
Cr 48 No. 32B Sur – 139 – Envigado, Colombia

Descripción de la Compañía

Grupo Éxito es la plataforma líder en venta de alimentos en Colombia y en Uruguay y tiene una presencia relevante en el noreste de Argentina. La gran capacidad de innovación de la Compañía le ha permitido transformarse y adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias de consumo e incrementar sus ventajas competitivas apoyadas en la calidad de su talento humano.

Grupo Éxito es el líder inigualable de la omnicanalidad en la región y ha desarrollado un ecosistema integral enfocado en el omni-cliente, al que ofrece la fortaleza de sus marcas, múltiples formatos y una amplia gama de canales y servicios para facilitar su experiencia de compra.

La diversificación de sus ingresos retail a través de estrategias de tráfico y monetización de activos, ha permitido al Grupo Éxito ser pionero en ofrecer un portafolio rentable de negocios complementarios. Se destacan sus activos inmobiliarios con centros comerciales en Colombia y Argentina y servicios financieros como tarjeta de crédito, billetera virtual y red de pagos. La Compañía también ofrece otros negocios en Colombia, como viajes, seguros, telefonía móvil y transferencias de dinero.

En 2019, el Grupo Éxito lanzó públicamente su estrategia de Transformación Digital y ha consolidado una potente plataforma con sitios web muy reconocidos exito.com y carulla.com en Colombia, devoto.com y geant.com en Uruguay e hiperlibertad.com en Argentina. Además, la Compañía ofrece servicios de compra y recoge, catálogos digitales, entrega a domicilio y canales en crecimiento como Apps y Marketplace, a través de los cuales Grupo Éxito ha logrado una impresionante cobertura digital en los países donde opera.

En 2021, los Ingresos operacionales consolidados alcanzaron COP\$16,9 billones impulsados por la sólida ejecución del retail, la exitosa estrategia omnicanal en la región y la innovación en los modelos del retail. La Compañía operó 620 tiendas a través de multiformatos y multimarcas: hipermercados con las marcas Éxito, Geant y Libertad; supermercados premium con Carulla, Disco y Devoto; proximidad con Carulla y las marcas Éxito, Devoto y Libertad Express. En formatos de bajo costo, la Compañía opera en Colombia las marcas Surtimax, Super Inter y Surtimayorista.