

Grupo Éxito



Presentación Corporativa

Actualizada al 1T23





Nota Importante



El siguiente material es una Presentación de antecedentes generales sobre Almacenes Éxito (la “Compañía”). La información contenida en este documento es un resumen y no pretende ser la información completa de la Compañía. Esta Presentación ha sido preparada únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como una recomendación para los inversionistas. No ha sido aprobada por ninguna autoridad reguladora o supervisora y no constituye ni forma parte de ninguna oferta, solicitud o invitación de ninguna forma para la suscripción o adquisición de acciones o cualquier otro valor, y ni esta Presentación ni ninguna información o declaración aquí contenida busca constituir la base de cualquier contrato o compromiso, y no puede ser invocado en relación con ellos.

Esta presentación es solo para su información. Cierta información contenida en este documento se ha obtenido de varias fuentes de datos externas y dicha información no se ha verificado de forma independiente y está sujeta a cambios. La información incluida en esta Presentación está sujeta a actualización, finalización, revisión y enmienda y dicha información puede cambiar materialmente. Ninguna persona tiene la obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en la Presentación y cualquier opinión expresada en relación con la misma está sujeta a cambios sin previo aviso.

Las declaraciones contenidas en esta Presentación relacionadas con las perspectivas comerciales de la Compañía, las proyecciones de resultados operativos/financieros, las perspectivas de crecimiento de la Compañía y las estimaciones macroeconómicas y de mercado son meras previsiones y se basan en las creencias, planes y expectativas de la Administración en relación con el futuro de la Compañía. Estas expectativas dependen en gran medida de los cambios en el mercado, el desempeño económico general de Colombia, Uruguay y Argentina, la industria y los mercados internacionales y, por lo tanto, están sujetas a cambios.

Esta Presentación contiene declaraciones prospectivas. Las palabras “puede”, “hará”, “sería”, “debería”, “cree”, “anticipa”, “desea”, “espera”, “estima”, “pretende”, “prevé”, “planea”, “predice”, “proyectos”, “objetivos” y palabras y expresiones similares (o sus negativos) tienen por objeto identificar estas declaraciones prospectivas. Las declaraciones a futuro pueden contemplar predicciones futuras que son meras estimaciones y no garantías de desempeño futuro. Cualquier proyección, pronóstico, estimación u otra declaración a futuro en esta Presentación sólo ilustra un desempeño hipotético bajo suposiciones específicas de eventos o condiciones y no son indicadores confiables de resultados o desempeño futuros.

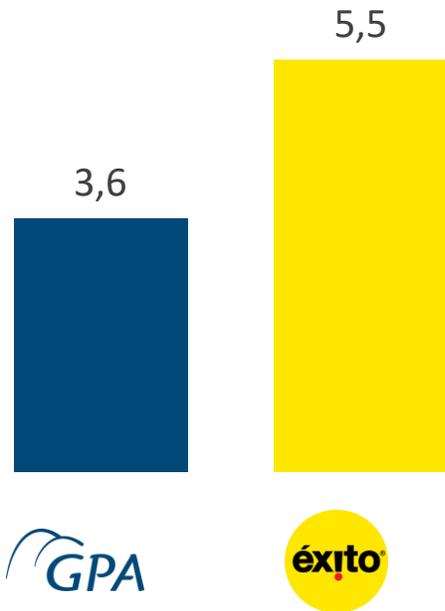


Proceso de listamiento

ADRs y BDRs

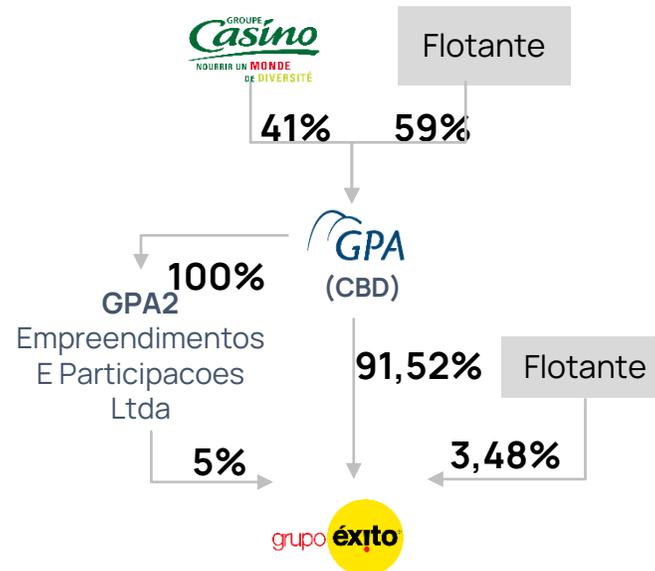
Potencial de desbloqueo de valor para Grupo Éxito y sus accionistas

GPA posee ~97% de Éxito
Capitalización bursátil (B COP) ¹

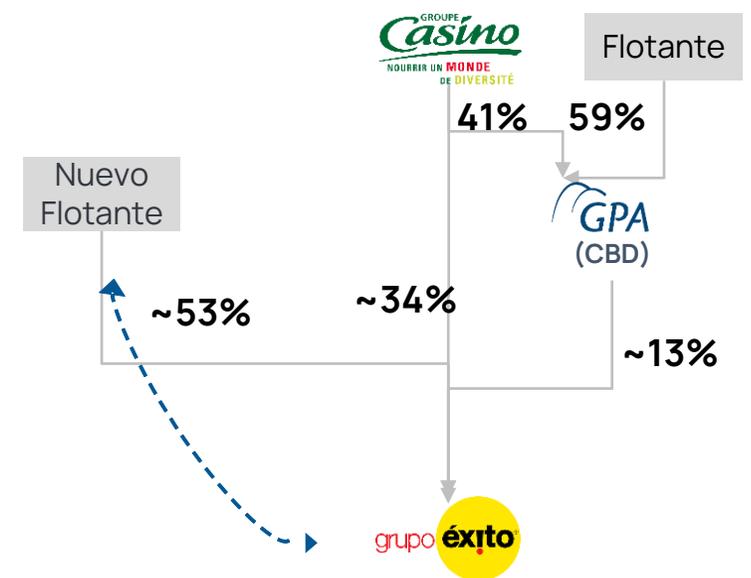


El valor de la acción de Éxito está afectado por su bajo flotante (~3,5%)

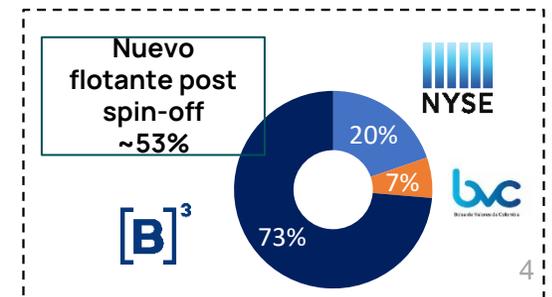
A Estructura accionaria actual



B Estructura accionaria resultante



- Distribución de ~86% de acciones de Éxito en poder de GPA (96,52%) a través de ADRs y BDRs (ambos nivel II)
- Incremento potencial en Éxito: flotante a ~53% y en la base de accionistas (base de accionistas actual de GPA de ~50.000)
- Desbloqueo de valor potencial de Éxito a partir de una mayor liquidez y visibilidad del mercado



BENEFICIOS ESPERADOS

Fuente (1): S&P Capital IQ, Marzo 31, 2022 (Precio por acción de Éxito: \$4.100 y de GPA: \$14,73 BRL (tasa de cambio COP a BRL: 914,2489)).

Cronograma ilustrativo del proceso de listamiento



1

Anuncio del análisis preliminar de la Junta Directiva

2

Aprobación del registro de BDR en al CVM y autorización de la B3

Abril 4, 2023

3

Aprobación de los acreedores de GPA

Abril 17, 2023

4

Aprobación de ADR (pendiente)

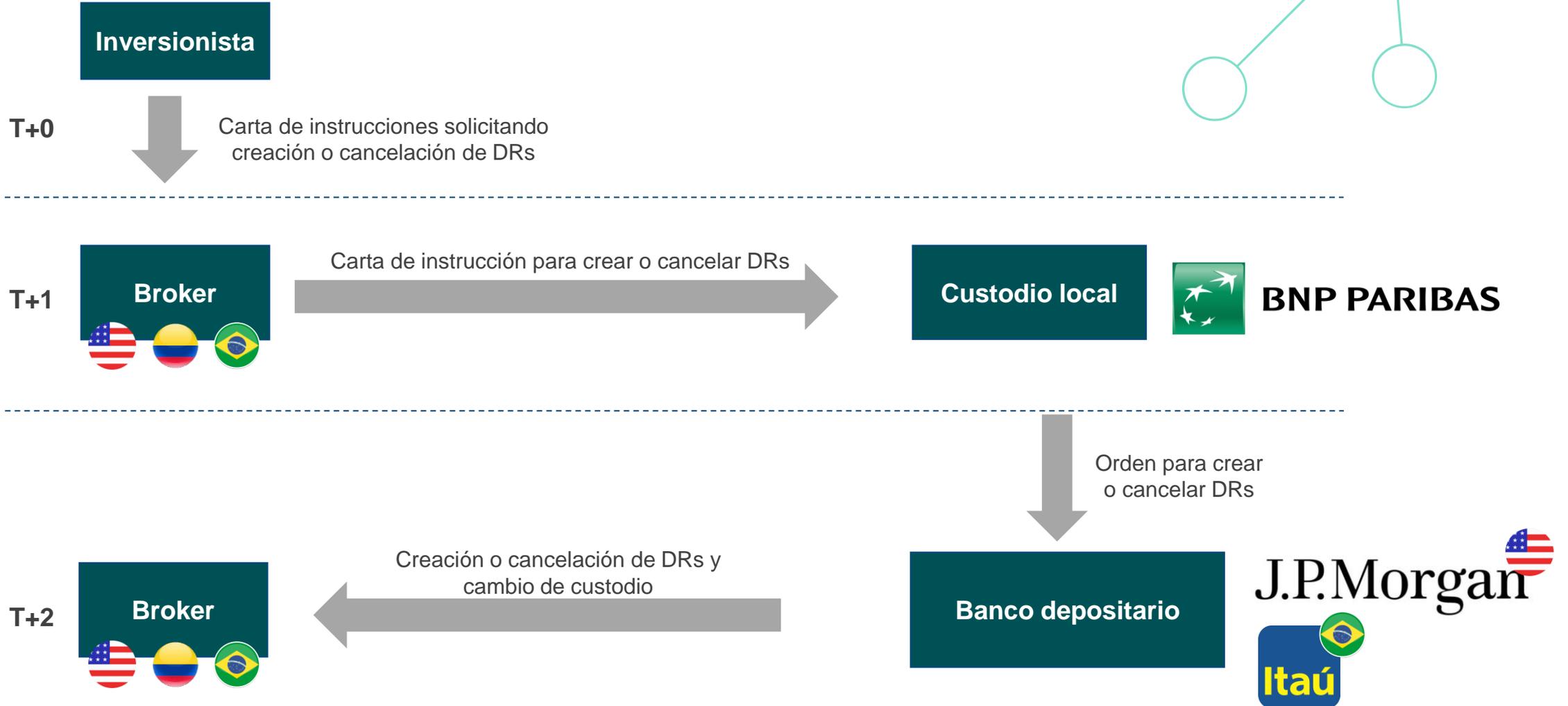
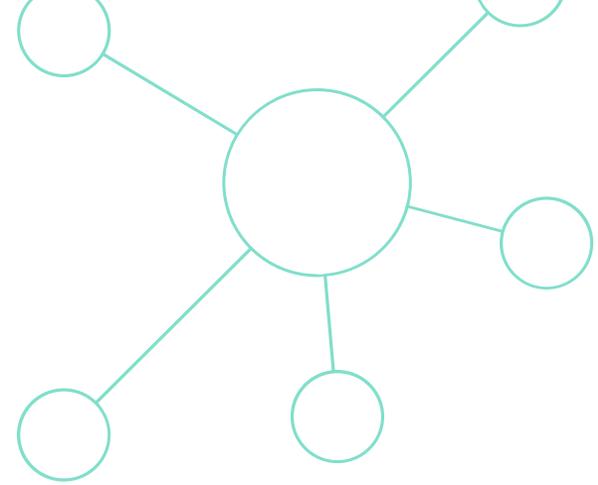
Segundo trimestre de 2023

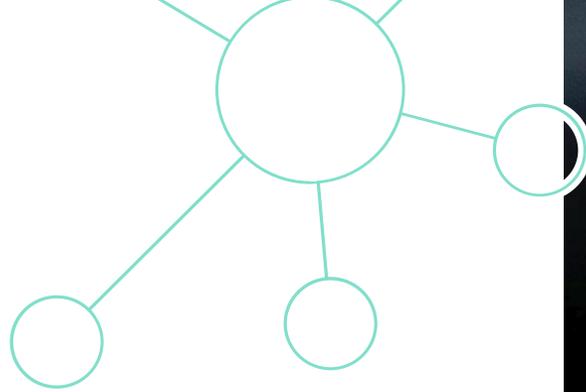
5

Finalización de la transacción

Segundo trimestre de 2023

Proceso de Conversión Certificados de depósito





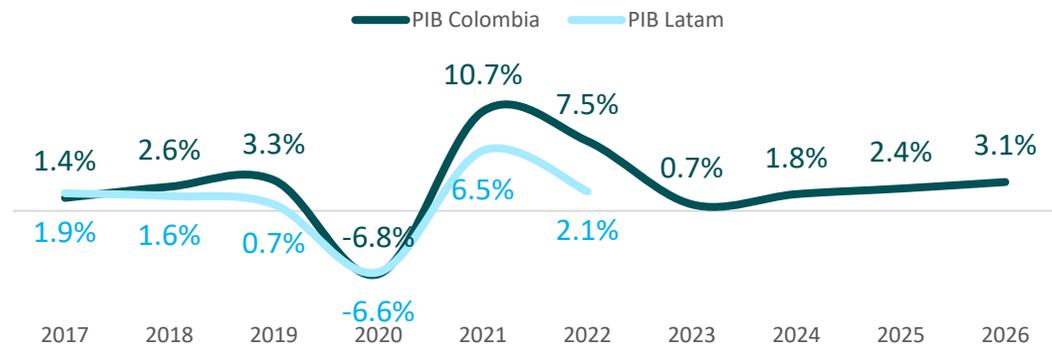
Ambientes macro y del retail en Colombia



Colombia: Indicadores macroeconómicos

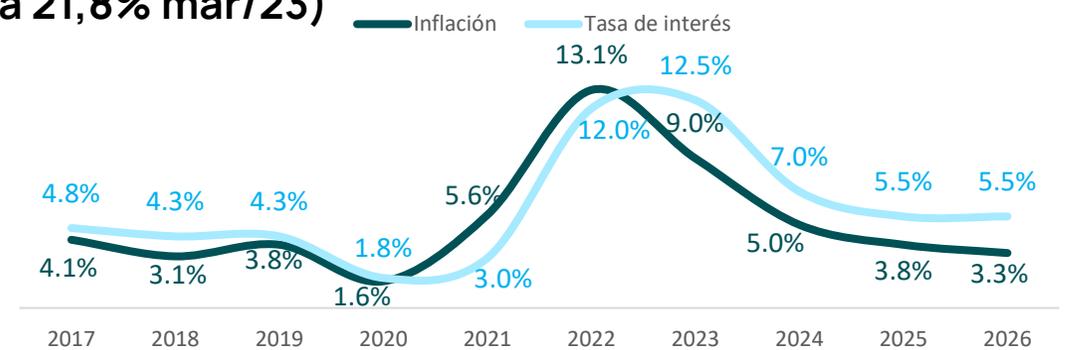
Retos: inflación y consumo privado

Crecimiento económico del país por encima de LatAm y el Caribe



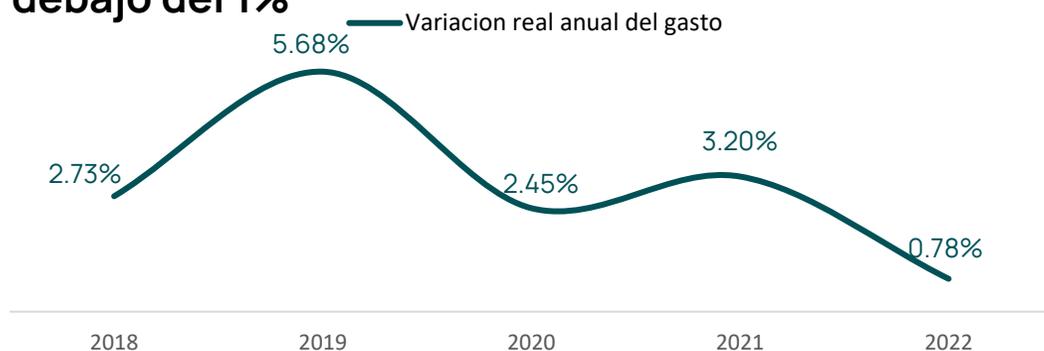
Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

Incremento de tasas de interés para contener inflación (presionada por tendencia alimentos 12M de 27,8% dic/22 a 21,8% mar/23)

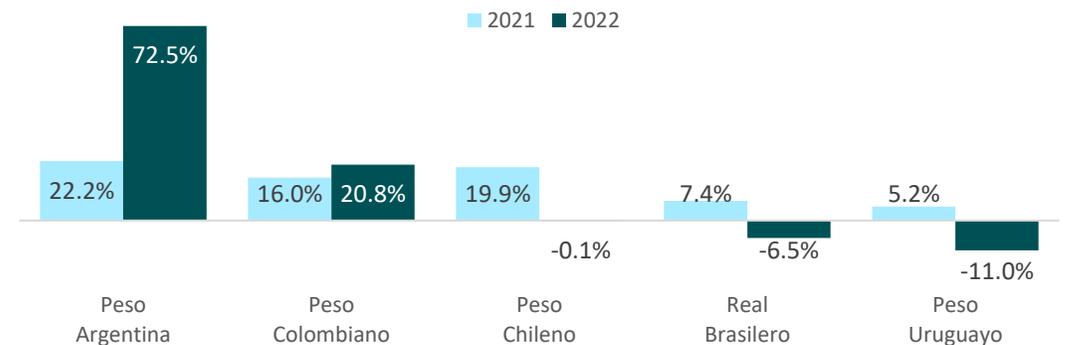


Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

El gasto de los hogares ha sido un motor importante de crecimiento, pero se espera que en 2023 esté por debajo del 1%



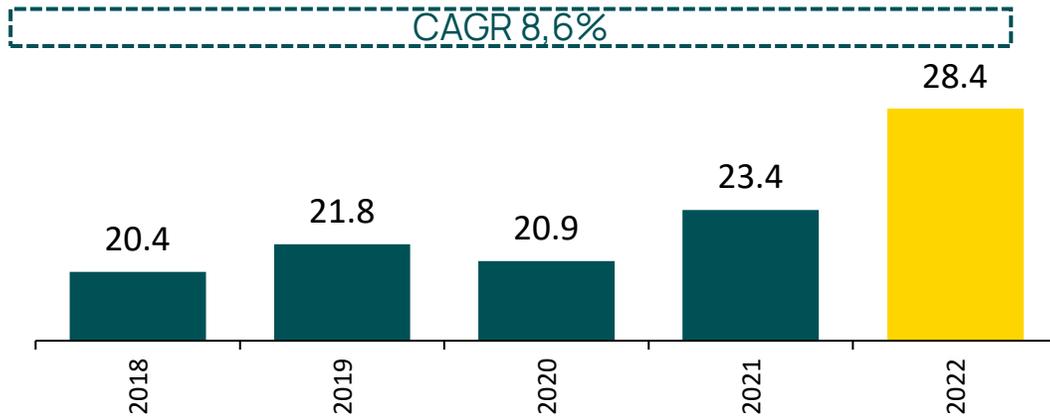
El peso colombiano fue la segunda moneda más devaluada de la región en 2022 (tasas de cierre)



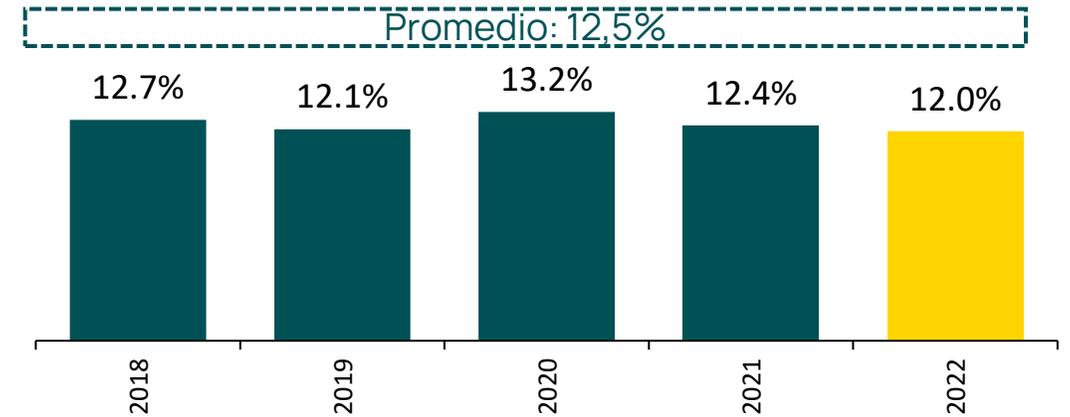
Colombia: Mercado retail

Evolución y niveles de formalización

Evolución de mercado retail (B USD)

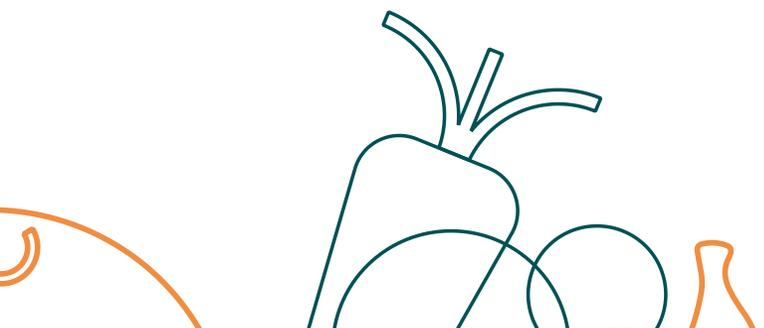
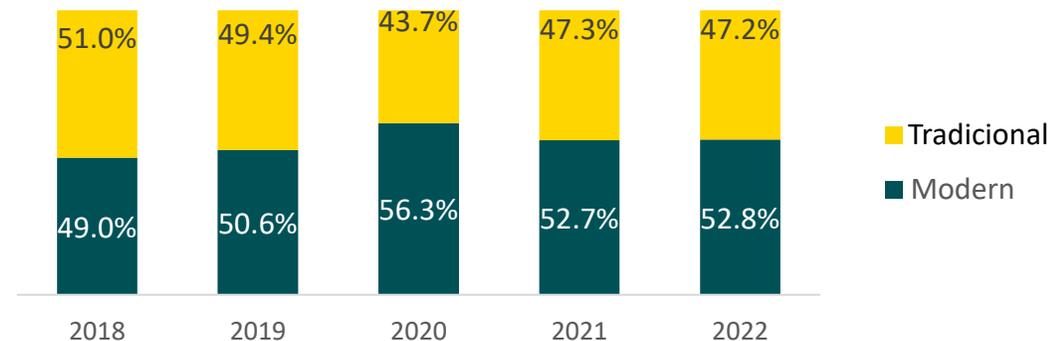


Participación de mercado¹ Grupo Éxito (Tradicional + Moderno)



Mercado Tradicional vs Moderno

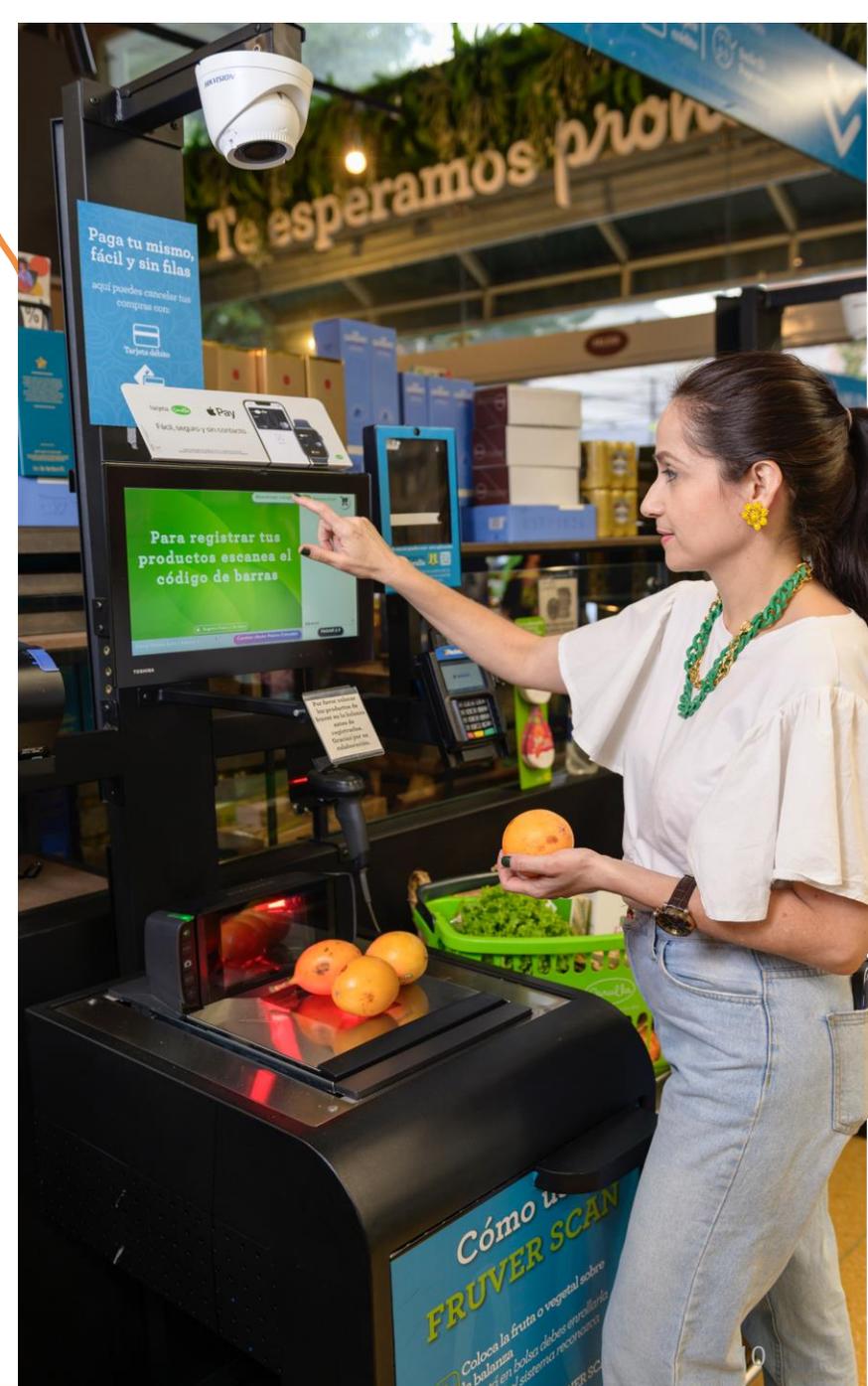
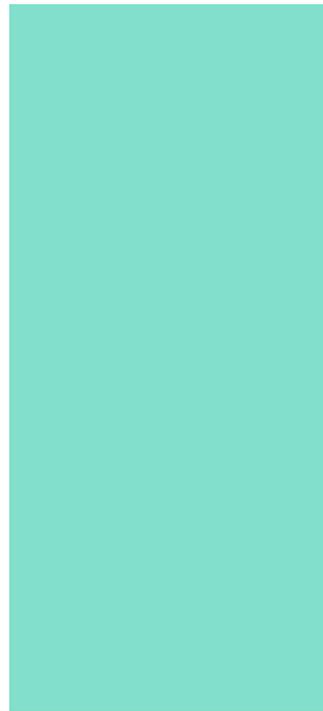
Retail moderno ganó 380 bps en los últimos 3 años



Nota: (1) Fuente: ACV Nielsen, incluye operadores del mercado moderno y excluye especialistas.



Grupo Éxito: Hechos relevantes



Equipo directivo



Carlos Mario Giraldo
Presidente
General



Jacky Yanovich
Presidente Operativo
Colombia



Ivonne Windmuller
Vicepresidenta
Financiera



Jorge Jaller
Vicepresidente
Retail



José Gabriel Loaiza
Vicepresidente de
Omnicanalidad e
Innovación



Juan Lucas Vega
Vicepresidente
Inmobiliario



Grupo Éxito: plataforma de retail líder en Colombia y Uruguay

Resultados consolidados¹

Ingresos
COP\$20,6 B

Participación omnicanal²
9,6%

EBITDA recurrente
COP\$1.662 M
8,1% *margen*



Colombia

Ingresos: COP\$15,3 B
Margen EBITDA: 8.1%
Part mdo³: 28%
Tiendas: 492

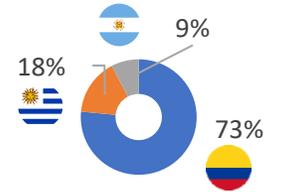
Uruguay

Ingresos: COP 3,6 B
Margen EBITDA: 9.9%
Part mdo³: 42%
Tiendas: 94

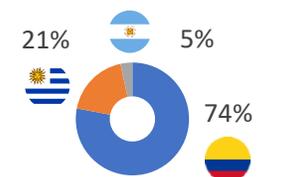
Argentina

Ingresos: COP\$1,7 B
Margen EBITDA: 4.3%
Part mdo³: 7%
Tiendas: 33

Part en ventas

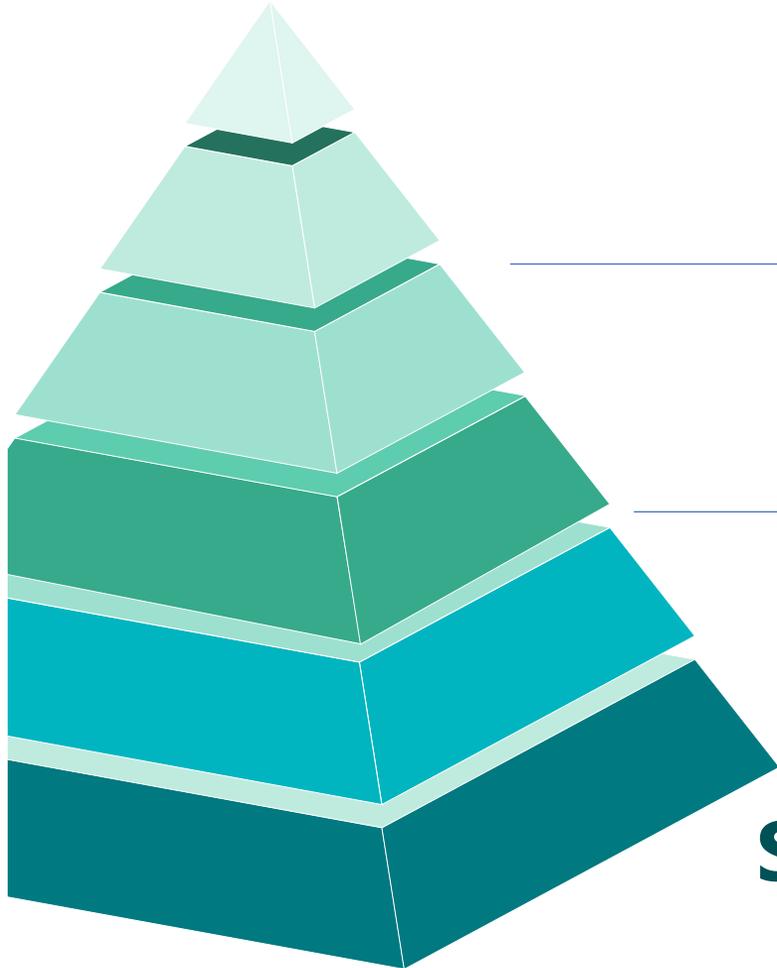


Part en EBITDA



Segmentación de marcas por país

Cobertura de la pirámide poblacional



Premium



Medio



Bajo



Segmento por país



Estrategia de negocio consistente

Centrada en el cliente



Plataforma de retail líder en Colombia y Uruguay

- Liderazgo y diversificación
- Marcas de alta recomendación
- Sólida generación de flujo de caja



Innovación en nuevos modelos de negocio y formatos

- Formatos: Éxito WOW, Carulla Fresh Market y Surtimayorista
- Marca propia: Alimentos y No Alimentos



Plataforma omnicanal líder en LatAm (9,6% de ppción¹)

- Plataforma sólida
- Alta penetración digital
- Gran potencial de generación de valor de iniciativas en desarrollo



Monetización de Activos y de Tráfico

- Viva | Negocio inmobiliario
- Puntos Colombia | Programa de lealtad
- TUYA | Servicios financieros

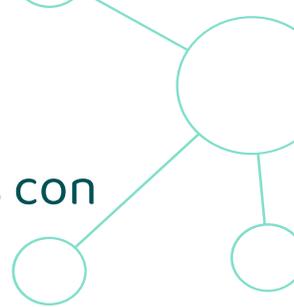
Ecosistema de Grupo Éxito

Liderando el retail a través de la innovación e integración de los negocios en un ecosistema global con grandes sinergias



Estrategia ASG

Seis pilares con propósitos claros, enfoque estratégico y contribución, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Trabajar por la erradicación de la desnutrición infantil crónica en Colombia al 2030

- Comunicar y sensibilizar
- Generar recursos y alianzas
- Influir en las políticas públicas
- Trabajar estrechamente con la Fundación Éxito
- **ODS #2** Hambre cero



Protección ambiental

- Acciones para gestionar el cambio climático
- Habilitar la economía circular para los envases y el plástico
- Iniciativas para la movilidad sostenible y el sector inmobiliario
- Protección de la biodiversidad
- **ODS #13** Acción por el clima



Promover prácticas de Comercio sostenible

- Promover cadenas de suministro sostenibles
- Desarrollar aliados y proveedores
- Mantener las compras locales y directas
- **ODS #8 / #12** Trabajo decente y crecimiento económico / Consumo y producción responsables



Construir confianza con grupos de interés

- Promover las mejores prácticas de gobierno
- Respetar los derechos humanos
- Establecer normas de ética y transparencia
- Facilitar entornos diversos e inclusivos
- Promover la comunicación
- **ODS #16** Paz, justicia e instituciones sólidas



Promoción de la diversidad e inclusión

- Promover el diálogo social
- Desarrollar a nuestra gente en el ser y el hacer
- Respaldar la igualdad de género
- **ODS #5 y #8** Igualdad de género, trabajo decente y crecimiento económico

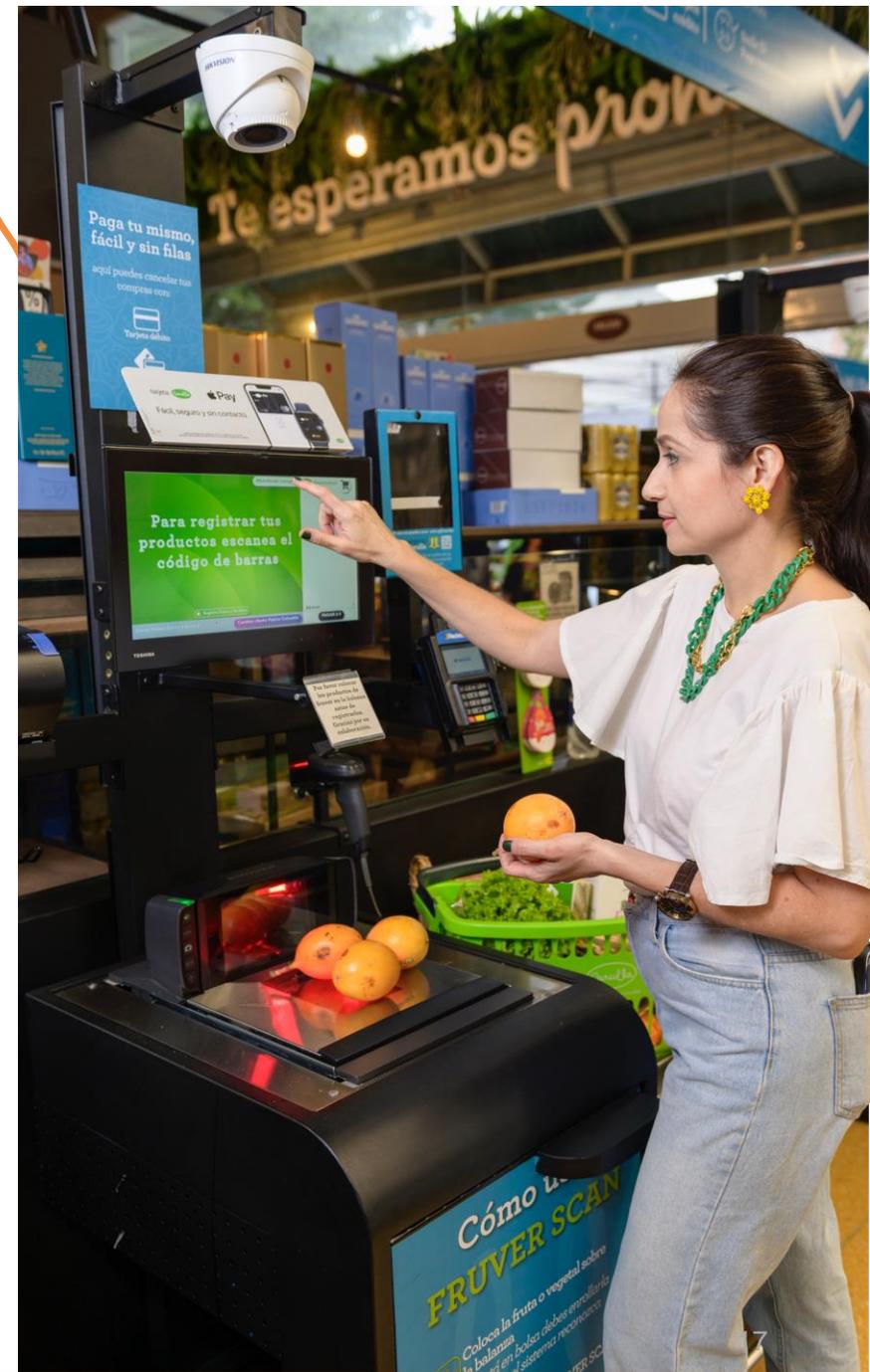


Fomentar estilos de vida más saludables y equilibrados

- Educar en hábitos y vida saludables
- Comercio de bienes y servicios que fomenten estilos de vida saludables
- **ODS #3** Buena salud y bienestar



Estrategia del retail, segmentos y marca propia



Ecosistema Grupo Éxito

Retail Colombia



Negocios Complementarios



Omnicliente



Segmentos retail Colombia

Éxito

Carulla

Bajo costo

Marcas



Formatos

Hipermercados,
Supermercados &
conveniencia

Supermercados &
conveniencia

Cash and Carry

Supermercados de
Proximidad

Propuesta de
Valor

Relación precio/calidad
Todo en un solo lugar
Servicio al cliente de alta
calidad

Experiencia superior
Lo mejores productos Frescos
Productos premium y
saludables

Foco en clientes
institucionales
Precios bajos

Alta participación de marca
propia
Diferenciación en frescos
Precios bajos

Estrategia

Nueva generación de
hipermercados:
Éxito WOW

Innovación bajo el modelo
Fresh Market

Vehículo de penetración
de nuevos territorios y
segmentos de consumidor

Super Inter: Concepto
"Vecino"
Surtimax: tiendas de 300m²

Participación
en ventas

70%

15%

15%

Tiendas

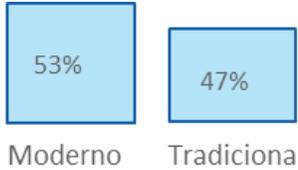


Palancas de penetración de mercado

Focos para crecer venta de Alimentos

Oportunidades en el mercado tradicional

Penetración de mercado



- ✓ \$11 B USD
- ✓ +260.000 puntos de venta como clientes potenciales

Aliados

ALIADO SURTIMAX +USD\$52 M Ventas

Aliado Super INTER +1.671 Aliados

Aplicación Mi Surtii

misurtii +USD \$14 M ingresos
+ 14.000 clientes activos

Expansión del modelo Cash and Carry



Portafolio actual

- 46 tiendas (~42 mil m²)
- Ventas: USD\$176 M
- 4,4% EBITDA
- 6,1% EBITDAR



Estrategia de precios

Portafolio de insuperables y Proyecto Acqua

Mejor precio en 213 subcategorías

Formatos Innovadores

éxito +27 p.p. en ventas
Precio y Calidad

Carulla +9,3 p.p. en ventas
Frescura y experiencia

Remodelaciones en curso de Super Inter y Surtimax



Última Milla

13,3 M de órdenes
(+69,6% vs 2021)

Alianza con Rappi



Ventas USD\$128 M
Contribución positiva al margen



"Turbo"

Entregas en 10-Minutos

41,3% participación de las ventas de Rappi

Marca Propia





Marca propia Alimentos

18,1% participación en la venta de alimentos



Marcas Emblema



~ 250 PLUs
4,4% ppación
+43% Ventas



~ 370 PLUs
0,9% ppación
+45% Ventas

Primer Precio

ekono

~ 130 PLUs
1,5% ppación
+68% Ventas

Multicategoría

Frescampo

~ 570 PLUs
5% ppación
+18% Ventas

Marcas Premium

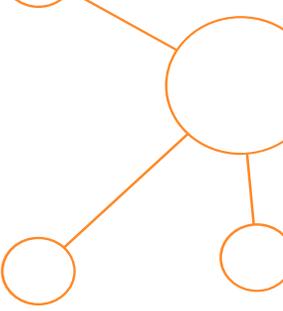
POMONA

~ 340 PLUs
1,5% ppación
+33% Ventas

Vida Saludable



~ 370 PLUs
1,3% ppación
+21% Ventas



- **Productos perceptores básicos y de valor**
- **Chequeo de precio 2 veces por semana**
- **La mejor posición de precio**



~ **590** PLU's



213 subcategorías



+35% en ventas

8,8% participación en ventas de alimentos

Una estrategia para cada marca

- **Éxito:** insuperables
- **Carulla:** mejor precio
- **Surtimax:** Max Baratos
- **Super Inter:** Más Baratos



Marca propia

Textil



43% de las ventas fueron de las marcas Arkitect, People y Bronzini

Nuestras Marcas

➔ **Salud y Bienestar**

BRONZINI

➔ **Moda con Sentido Social**

PEOPLE
CONCEPT

➔ **New Casual**

ARKITECT.



+48 M unidades

vendidas en 2022



~ 28,2 M en Marca Propia

12 Colecciones



+300 talleres de producción



9.600 empleos

A través de Didetexco



97% prendas marca propia son confeccionadas en Colombia



Sello Oro sostenible

Nota: Cifras a 2022.



Marca propia

Hogar

35% Participación de ventas en categoría hogar



Portafolio de productos indispensables y funcionales para espacios del hogar, como cocina, sala, comedor y habitación



24%

Participación de las ventas de **Finlandek**

Ventas +15,5%



Relación precio/calidad
Enfoque en funcionalidad y diseño



Valor, innovación y diseño
Alta calidad y durabilidad



Diseños de tendencia para nuevas generaciones

Colecciones con diseñadores(as) y artesanos(as) colombianos(as)



Marca propia Electro-Bazar

Ventas +23%



- **Ventas +90 mil M**
- **12,7%** participación en el Omnicanal
- **5%** participación en Ventas de Electrodigital
- **452** PLU's **8** Categorías

Portafolio: grandes y pequeños electrodomésticos, audio y video, ferretería, papelería y deportes



Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

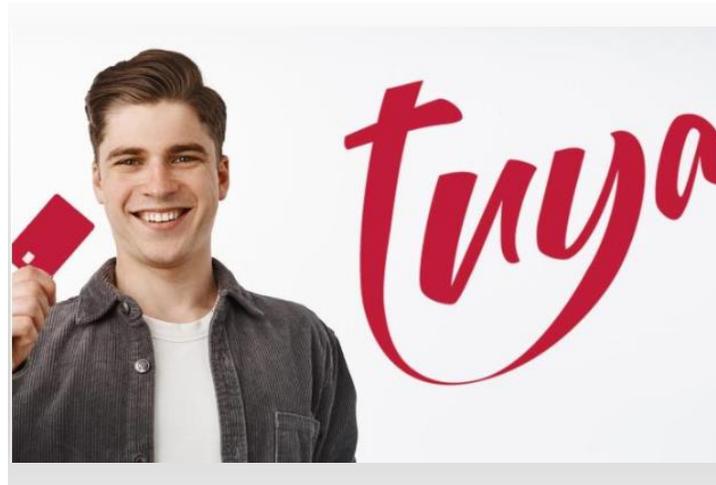
Puntos Colombia



El programa de puntos de grandes marcas en Colombia

La mayor plataforma de lealtad en el país

Tuya



Banking as a service

Negocio Inmobiliario



El vehículo especializado en desarrollo y operación de espacios inmobiliarios comerciales **más grande de Colombia**

Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

tuya

Retail Financiero¹

- Alianza 50/50 con Bancolombia
- 2,1 M de tarjetas emitidas
- Cartera total de COP\$4,5 B (+25,6% vs 2021)
- Valoración de Tuya mediante indicadores de mercado alcanza 2,5 veces su valor en libros
- Menor nivel de créditos NPL 30 (un dígito alto)



Programa de lealtad

- +161 marcas aliadas
- 6,2 M de clientes activos² (+14%)
- +35,6 M de puntos redimidos (30% en aliados)
- Ingresos en 2022 de ~ USD\$75 M
- Margen EBITDA de un dígito bajo



Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

Negocio Inmobiliario

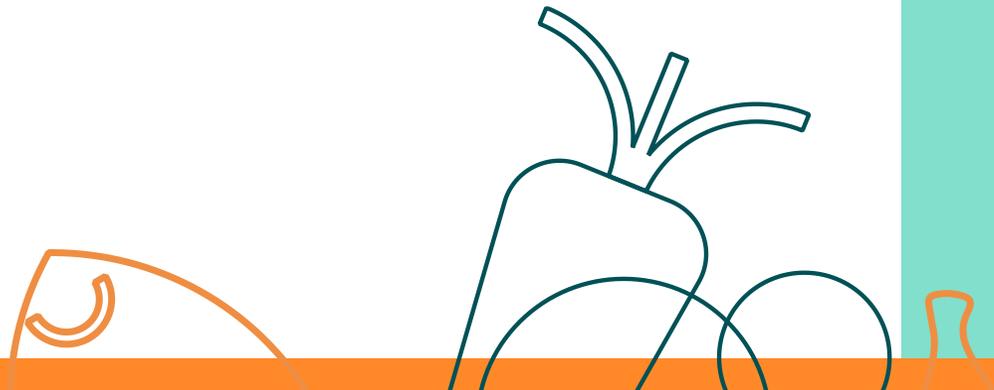


- #1 operador de centros comerciales en Colombia
- VIVA Malls: Negocio conjunto con FIC¹, 51% participación, 18 activos
- VIVA Malls representó 39,8% de otros ingresos y 13% del EBITDA recurrente consolidado
- Margen EBITDA recurrente² de 63,9%
- Valoración de Viva Malls COP\$2,9 B (~USD\$600 M), 1,4 veces el valor en libros (con cap rate de 7% a 8%)
- Tasa de ocupación 96,5%

***758.000 m² de área arrendable, 34^a activos
(568.000 m² a través del vehículo de inversión Viva Malls)***



Segmento Éxito y modelo Wow





Formatos del segmento Éxito

Foco y propuesta de valor

Super
(1.000 ~ 2.000 m²)



- Compra fácil, rápida y simple
- Productos de gran consumo
- Mezcla baja de no alimentos

Vecino
(2.000 ~ 3.000 m²)



- Cercanía y propuesta comercial completa adaptada a la zona de influencia
- Experiencia de compra mejorada y espacios más compactos

Hiper
(~ +3.000 m²)



- Todo en un solo lugar
- Oferta comercial completa en negocios y categorías

Hiper *wow!*
(+3.000 m²)



- Experiencia renovada e innovadora
- Hipermercado del futuro
- Referente mundial

Total colaboradores



~ 20.000





Ventas y mezcla

Éxito vs Wow

Ventas +COP\$10 Bn

56%
Alimentos

44%
No alimentos



209 tiendas en 2022,
incluyendo el
modelo Wow

Hiper, Super y Vecino
Relación **calidad/precio**
Servicio al cliente de alta calidad

Área total ventas

~ 620 mil m2

► *wow!*

34,2%

Crecimiento en ventas
vs tiendas no
reformadas
(+49 bps vs 2021)

30 tiendas Wow
en 2022
(+11 Y/Y)

ROI¹ 62,4%

Incremento en ventas
vs tiendas regulares

+27 p.p. después de 24
meses

Área de ventas

wow!

~ 176 mil m2



Estrategias de valor

Por categorías



PGC

Ser la mejor opción para
mercar completo
Surtido de primer precio,
marcas tradicionales y
marcas propias
**Experiencias
memorables de
categoría**



PLU ~ 18 mil



Frescos

Compra directa a
agricultores
**Producto más fresco y
con transparencia en su
procedencia**
La mejor opción en
comidas preparadas y en
panadería



PLU ~ 5 mil



Textiles

Democratización
omnicliente de la moda
consiente
Negocio diferenciador y
rentable apalancado en
marcas propias y
exclusivas
**Experiencia de compra
omnicliente**



PLU ~ 43 mil



Total PLU's Éxito

~ 76 mil



Estrategias de valor

Por categorías



Electrodigital

Impactar la cotidianidad de los colombianos a través de la tecnología

El mejor entretenimiento en productos y servicios



PLU ~ 3 mil



Bazar

Liderar en la venta de productos de temporada

Ofrecer todo en un solo lugar



PLU ~ 3 mil



Hogar

Surtido diferenciado, funcional y emocional

La mejor experiencia en el punto de venta y en la omnicanalidad



PLU ~ 4 mil



Éxito Wow



[Video:](https://streamable.com/4f9puv)
<https://streamable.com/4f9puv>

[Market research:](https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qqfoy7f2aarjkn2oy7tn5)
<https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qqfoy7f2aarjkn2oy7tn5>



Éxito Wow

Secciones de alimentos



Éxito Wow

Secciones de no alimentos

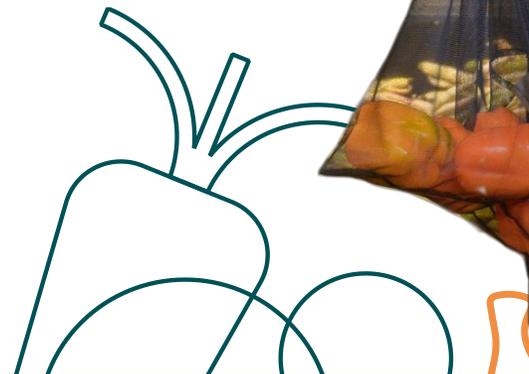




comercializamos en nuestras tie



Segmento Carulla y modelo Fresh Market





# Tiendas	107
Supermercados	81
Conveniencia	26
% Ventas digitales	17,4%
# Empleados	~ 4.600
Principales elementos de la propuesta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio/experiencia superior • Productos frescos y de alta calidad • Sostenibilidad
Área de ventas	~ 89.000 metros
Área de ventas prom	Super ~1.000 m2 Conveniencia ~200 m2

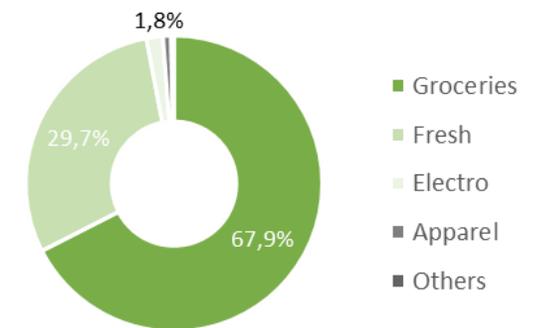


Flagship



Carulla Calle 140 (~2.100 sqm)

Mix comercial



Naturally sustainable

Store of the month: July 2022. Watch video

Our pick: Carulla FreshMarket, Colombia
Address: Calle 25a #1 A Sur 45

"Carulla FreshMarket is doing an inspirational job of reducing its impact on the planet and supporting a circular economy."

- Its local sourcing is commendable, with 90% of the fruit and veg sold in this store bought in Colombia
- To support Colombian farmers, it buys from them directly
- It is implementing a sustainable livestock model"

Ollie Butterworth, Senior Analyst

La vida más fresca y saludable



Nuestra propuesta de valor

Experiencia superior

Asesoría experta en categorías core y anfitrionas de servicio

Innovación

Comercial con productos exclusivos, de canales, y en experiencia

Sostenibilidad

Trabajo continuo con foco en la mitigación del impacto ambiental

Conocimiento del cliente y el negocio



Nuestras fortalezas

- **Formato premium (81 SM y 26 tiendas de conveniencia)**
- **Propuesta comercial diferenciada en frutas, verduras, carnes, panadería fresca, delicatessen, productos importados y licores**
- **Segmentación de fidelización ~ clientes top compran 10x que el promedio**
- **Marca fuerte en mercados como Bogotá, Medellín, y Cartagena**

Frutas y verduras:
86% se compra local
Top #2 en clientes

Panadería fresca:
1 de cada 2 clientes compran panadería fresca
Top #1 en clientes

Clientes

~ **2 millones**

+8,7% vs 2021

+500 mil nuevos clientes



10% clientes “phygital”



21% de usuarios



37% visita Carulla +11 veces en el año

Estrategia de lealtad en SuperCliente Carulla:

VERDES
28% de ventas
7 visitas

DIAMANTE
36% de ventas
48 visitas

BLACK
36% de ventas
76 visitas

> Escuela de cocina de Carulla

> Días especiales



Innovación comercial

Innovación en canales digitales

Marcas exclusivas

Diferenciación: Mundo de importados y marcas exclusivas

Ventas +11% vs 2021 jalonadas por licores

+2.400 PLUs exclusivos (+700 de la marca)

IMPORTADOS DEL MUNDO



- 95 mil **clientes activos/mes** en todas las funcionalidades
- **Mi Descuento:** Cupones personalizados con monetización de proveedores



Alianzas para desarrollo de la ultra conveniencia en ciudades principales:

- Portafolio de 1.500 PLUs
- +6 millones de pedidos
- 29% de los clientes son nuevos para la marca
- Alta concentración en bebidas alcohólicas y⁴¹ no alcohólicas

- Modelo de apoyo a emprendedores locales con productos innovadores
- Desarrollo en categorías relevantes para la marca (bebidas):
 - 42 emprendimientos activos
 - +34% en ventas vs 2021



La marca premium sostenible



Certificación Ganso:

Ganadería sostenible
13% de las ventas de carne de res



Carbono Neutro

En el año 2022, certificamos por tercer año consecutivo los **almacenes del formato FreshMarket.**

#1 retailer de alimentos en **carbono neutro** en LATAM
30 almacenes certificados

A través de:

- Una operación más limpia, con menores consumos de energía convencional
- Incorporación de energías renovables como paneles solares,
- Implementación de gases refrigerantes naturales como el CO₂ y el propano en nuestros sistemas de refrigeración.

¿Esto qué significa?

En el año 2022 compensamos un total de **13.532 toneladas de CO₂e** que significan el **40% de las emisiones de toda la marca Carulla** y el 6% del total de emisiones de Grupo Éxito.



Libre de bolsas plásticas

#1

Retail de alimentos de Colombia, libre de **bolsas plásticas** en puestos de pago

Invitamos a nuestros clientes(as) a llevar siempre sus **bolsas reutilizables** e incentivamos el re-uso entregando **Puntos Colombia** por cada una ⁴²



Primer retail

de alimentos carbono neutro en LatAm



Diferenciación y frescura



Green Market
(alimentación
saludable)



Cava
de licores



Food
Market



Ganadería
sostenible



En el top 5 de las mejores tiendas para visitar en 2023 según IGD¹

30 tiendas Fresh Market en 9 ciudades del país

59,6% de ventas de la marca

Ventas +9,3 p.p. vs tiendas regulares (+24 meses)

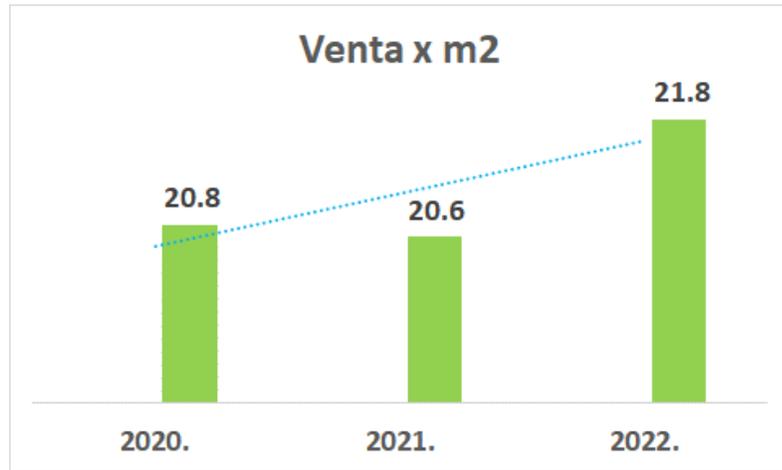
ROI² +19,4%

+1pp EBITDA vs tiendas no renovadas



Nota: Cifras a 2022 (1) (Instituto Británico de Distribución de Alimentos). (1) Retorno sobre la inversión calculado como EBITDAR/inversión en las 17 tiendas Fresh Market, 13 meses después de su remodelación en 2018 y 2019.

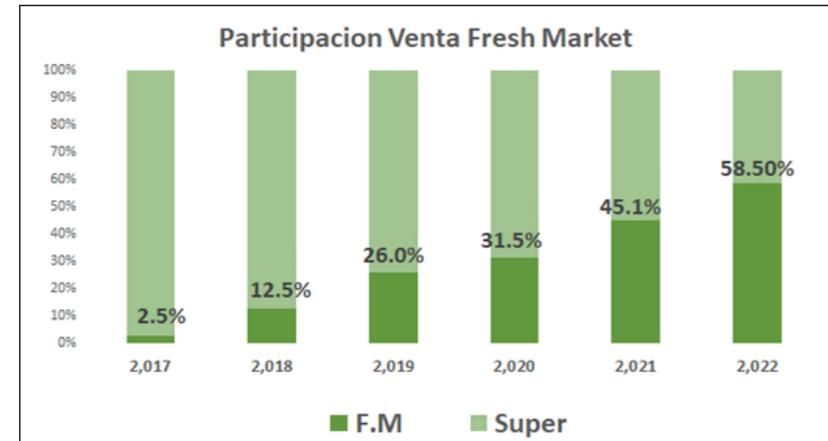
El segmento y modelo más rentables



- > La mayor venta/m2: 25% superior al promedio del Grupo
- > Margen retail superior
- > EBITDA más alto del Grupo +12%



<https://streamable.com/8k58fd>



- > Venta/m2 +25% vs promedio de la marca
- > EBITDA + 100 pb vs tiendas no reformadas



Nuestros retos:

- > Innovar de manera acelerada y continua para garantizar el liderazgo de la marca en el segmento premium del retail
- > Mantener niveles de EBITDA ante presiones inflacionarias en los gastos
- > Acelerar el crecimiento de los canales digitales, propios y en alianza, de manera rentable



Focos de crecimiento

Carulla

1. Optimizar CapEx e incrementar retornos
2. Acelerar la omnicanalidad | 19,4% de las ventas de la marca
3. Desarrollo rentable del negocio de frescos | Diferenciación
4. Monetización del tráfico | 17 pb vs ingresos de oportunidad
5. Garantizar la preferencia y fidelidad de nuestros clientes



Segmento bajo costo y Surtimayorista



Innovación en modelos y formatos

Surtimayorista, Super Inter y Surtimax



Cash and Carry de proximidad

Propuesta de valor de bajo costo, volúmenes, alto retornos, foco en cliente profesional

46 tiendas

~ **42.000** m2 de área de ventas

+10 tiendas en 2022

4 conversiones + 6 orgánicas



Supermercados de origen independiente

Propuesta de valor de bajo costo y ubicaciones de conveniencia

60 tiendas

~ **57.000** m2 de área de ventas

+10 tiendas en 2022

6 conversiones a Vecino +
4 conversiones a modelo Super Inter 3.0



Supermercados de proximidad

Propuesta de valor de bajo costo, alta calidad y variedad de productos

70 tiendas

~ **30.000** m2 de área de ventas

+31 tiendas en 2022

2 aperturas + 1 conversión + 28 remodelaciones



Surtimayorista Cash & Carry de proximidad



Precio competitivo

Bajo costo

Por unidad y al por mayor

Almacenamiento en estantería elevada



Cercanía / Proximidad

Puntos de venta y Omnicanalidad

46 tiendas en el país

Canales para facilitar compra a omnicientes

Vendedores mostrador



Chatbot y televenta



Compra y Recaja

Surtido inteligente

Mercado completo para clientes retail y profesionales

Carnes atendidas, frutas y verduras



Marcas retadoras ~ misma calidad a menor precio

Surtido de ~ 2.000 PLU garantizan abastecimiento productos esenciales

Fidelización

Cientes profesionales



Premiamos la lealtad de nuestros clientes

Atención Personalizada

Descuentos exclusivos

Premios

Descuento en datafonos

Tarjeta de Crédito

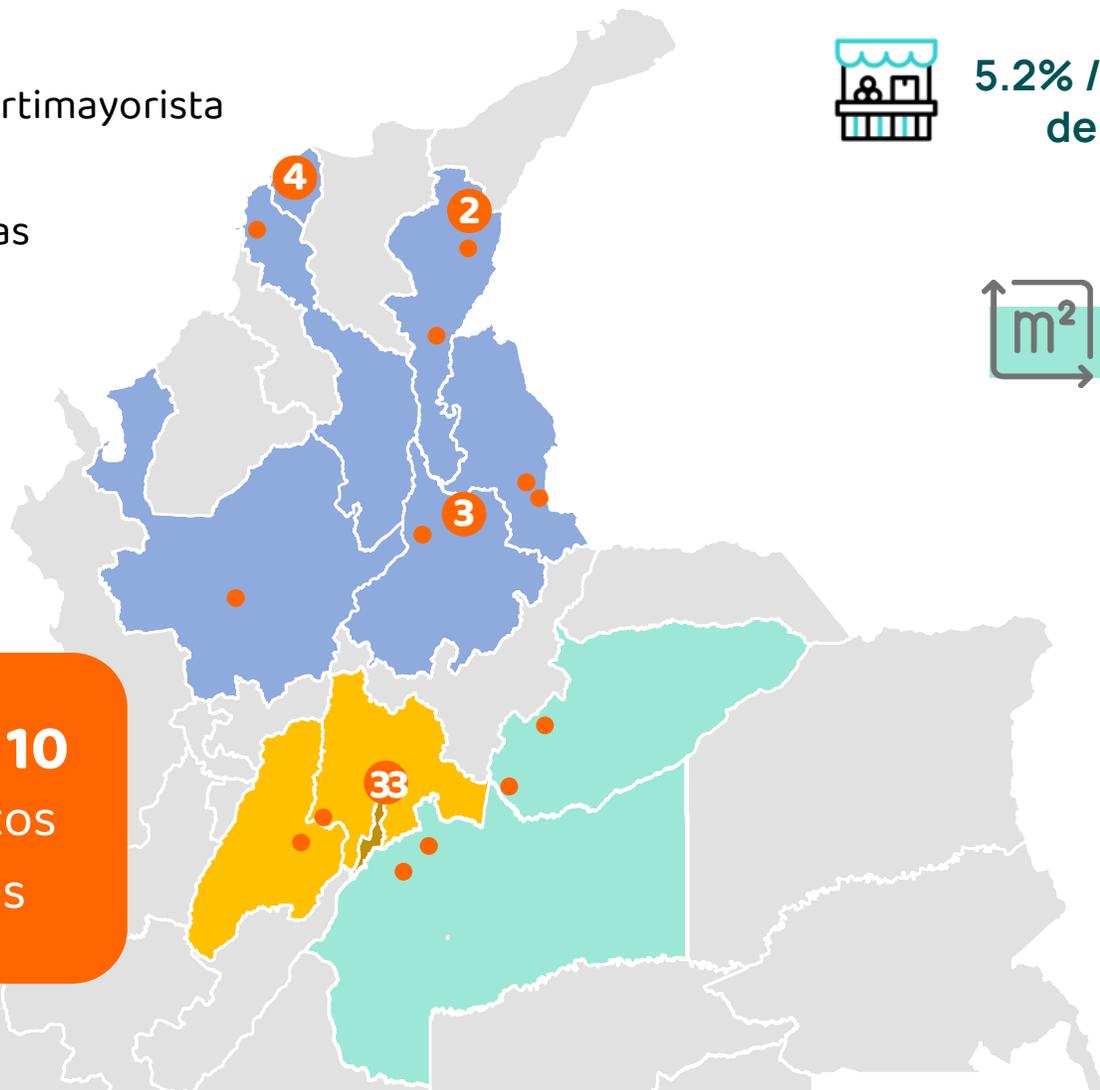
Bienestar



Surtimayorista

Dónde estamos?

43 Surtimayorista
3 Bodegas



Presencia en **10** departamentos y **26** ciudades



5.2% /ventas de Col



Ventas Frescos 15%



Crecimiento ventas 2022 32.7%



Evolución venta M/m²

2021

\$14

2022

\$17,5

Indicadores de Clientes

Transaccione

~ 9,2 M

Clientes

~ 1,1 M



Visita por cliente +4,5%



Clientes +21%



surti
MAYORISTA ✓

Video:
<https://streamable.com/tur4t2>



Distribuidora enfocada en canal tradicional
+ USD52 M en ventas

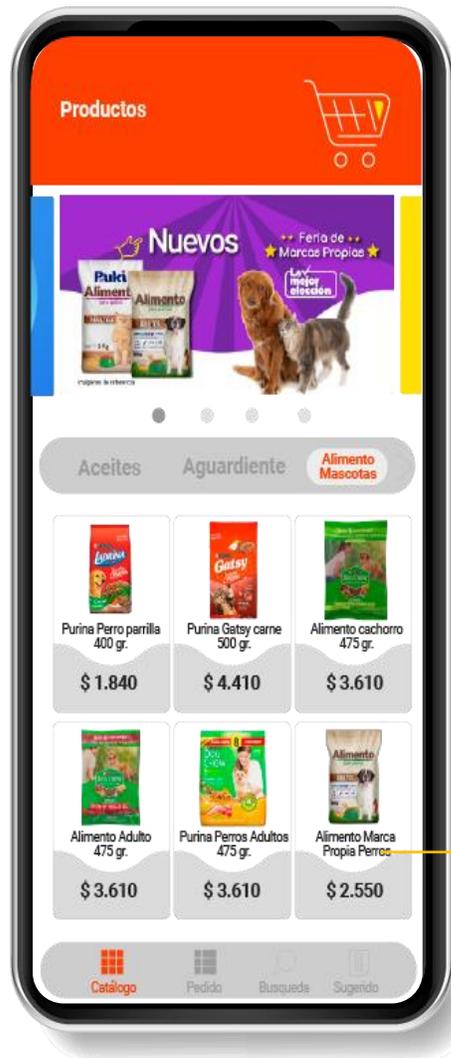
1,671 Aliados

Crecimiento 2022/21

Red Aliados 8%

Venta 21%

EBITDA 77%



Distribuidora digital enfocada en canal tradicional y tiendas de barrios

+14 M USD en ventas
+14,000 clientes activos

Crecimiento 2022 vs 2021

Tenderos 324%

Venta 172%

Pedidos 265%

Presencia en **6** departamentos del país



Super Inter



Transacciones
21,9 M

Clientes
1,2 M

4ta marca más amada en Retail en Colombia

Según Follow Brand, Invamer

Participación en todos los estratos socio-económicos

Indicadores de Clientes



Visitas por cliente
+6,4%



Clientes
+17,3%



Ventas omnicanal
8%



Ventas Frescos
40%



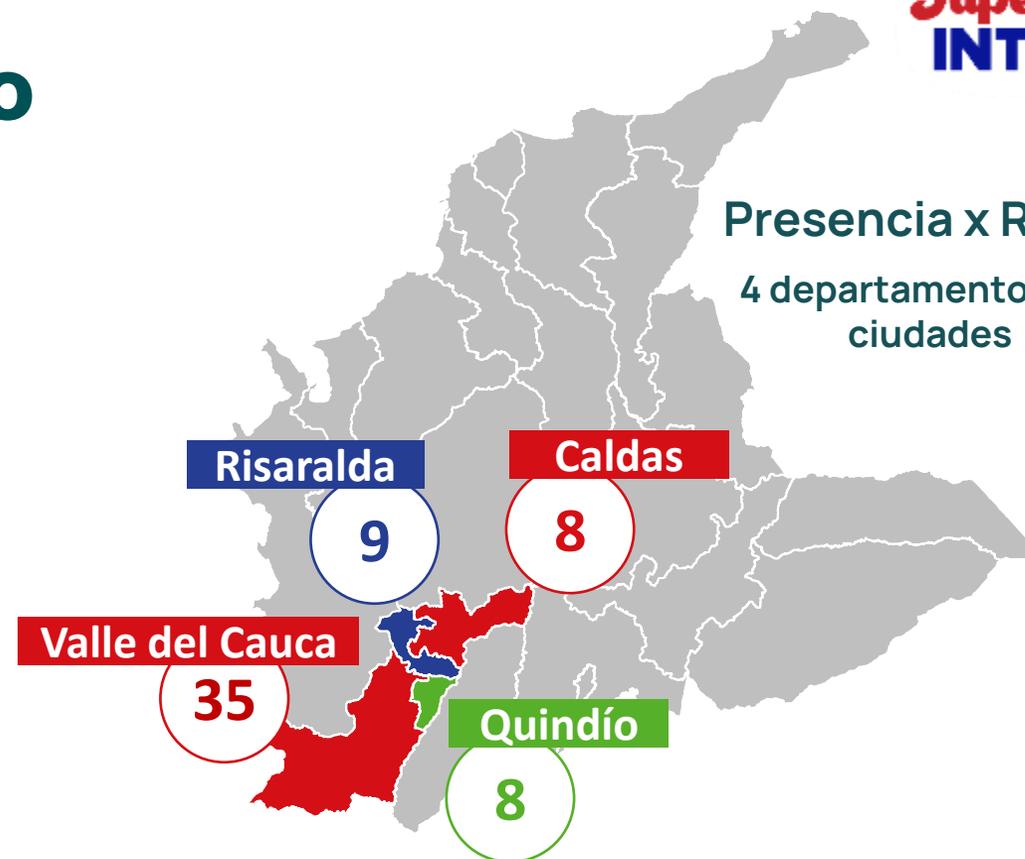
Crecimiento ventas
+9,6%

Consolidación del nuevo concepto Vecino:

- Incremento en Ventas ▲ 15%
- Enfocado en plaza de mercado: Fruver, cárnicos, granos y lácteos

Presencia x Región

4 departamentos y 17 ciudades



Reformas	2020	2021	2022
Tiendas	7	25	35
Participación en ventas de la marca	8,2%	47,7%	70,8%



Jueves desde Mil



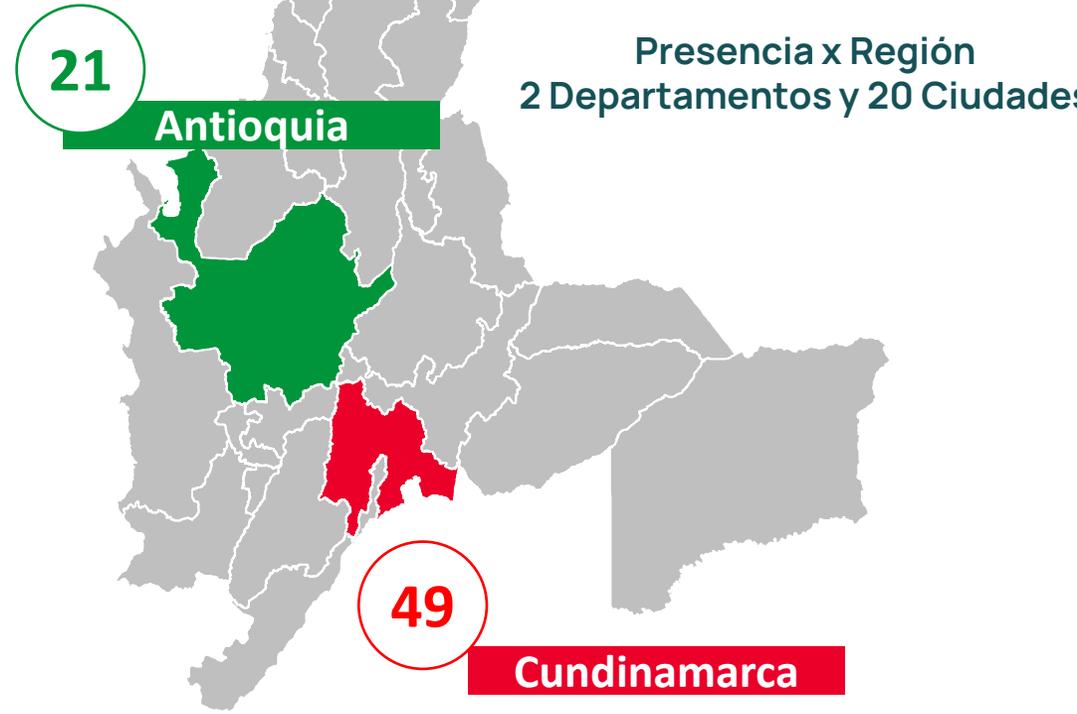
Marca Propia





Consolidación del nuevo formato de 15 Almacenes:

- Áreas promedio: 300 m²
- Incremento en Venta: ▲ 28%
- Participación de MP: **32%**, el más alto del Grupo
- Frescos principal palanca: Venta ▲ 29% ; 25% de participación en las ventas



Reformas	2020	2021	2022
Tiendas	2	9	28
Ppción en ventas de la marca	2,5%	13,3%	43%

Reformas, reconversiones y aperturas representaron 56% de la venta en 2022



Estrategia Omnicanal

Estrategia Omnicanal

Resultados 2022

GMV ^{1,2}

MCOP \$1,8 B
(+18,2% vs 2021)

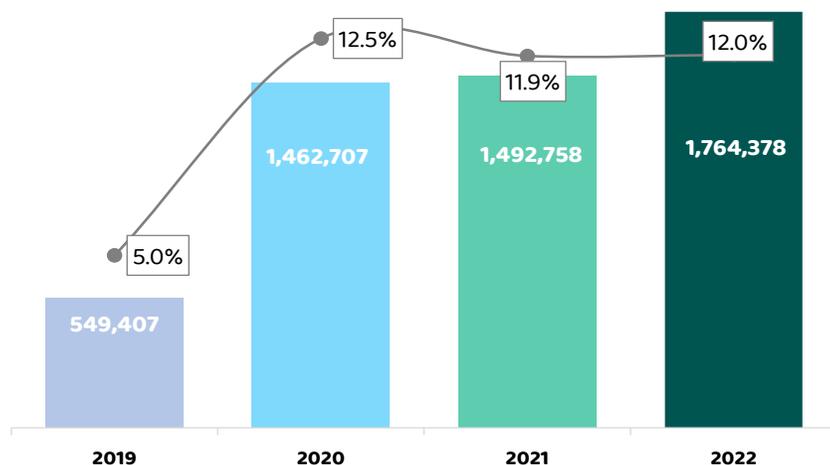
Participación en ventas²

12,0%
(vs 11,9% en 2021)

Ordenes

13,3 M
(+69,6% vs 2021)

Evolución GMV (\$) y Participación (%)



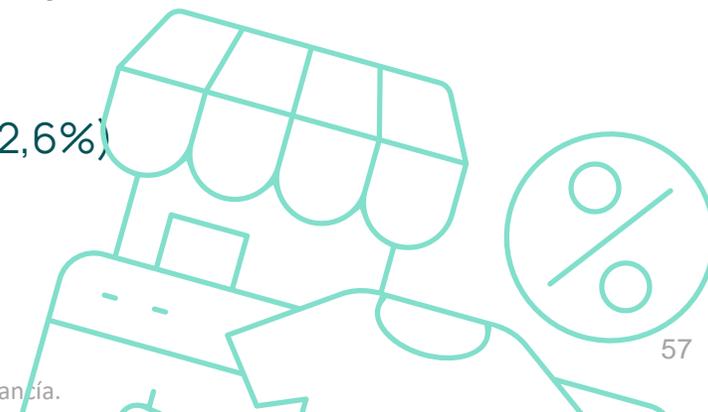
Alimentos:

- GMV +25%
- 10,5% participación

No Alimentos:

- GMV +10%
- 15% participación

- App de Misurtii: **+164% en ventas** ~ COP \$57.500 M
- Turbo: **41,3% de participación** sobre las ventas totales de Rappi (que crece **113%**)
- Click & Collect, WhatsApp, apps and websites: **+28,6%**
- Marketplace: **22% de participación** sobre el GMV⁽²⁾ de no alimentos
- Apps: **1,6 M** de descargas (+22,6%)





Menor tiempo de entrega por red más amplia de tiendas

No Alimentos:



Estrategia Omnicanal

Innovación constante en nuestras APP



<https://streamable.com/ji2rd3>



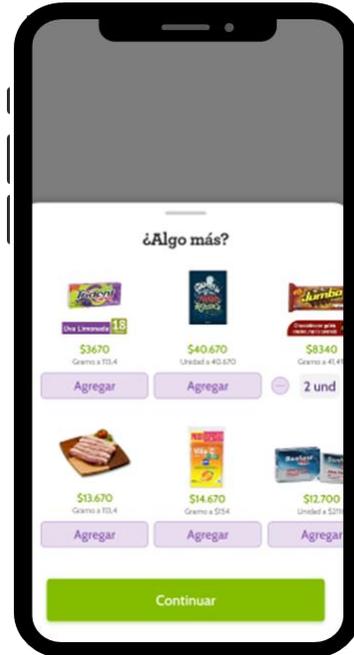
70 mil
Usuarios
activos día



12 mil
Usuarios
activos día




Personalización
Seguimiento de
pedidos desde
lobby del App




Personalización
Último antojo,
productos que
usualmente el
cliente compra



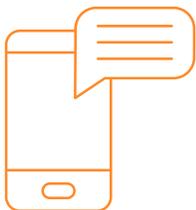

Próximamente
Check & Go: Una
nueva manera de
comprar en las
tiendas Carulla,
mediante una
compra fácil y rápida

Foco en servicios de alta calidad, nutriendo de oportunidades a las pymes colombianas



NPS

45 a 2022 (+8 YoY)



~1.600 vendedores
activos (+22%) aportando
209 mil ofertas



Migración tecnológica
para una solución
Europea (go Live S2/23)



Próximamente Servicio
de fulfillment e
internalización de
operación con LTSA⁶⁰

Estrategia Omnicanal

Éxito Atendido

Integrador de omnicanalidad digitalizando más de 170 tiendas

 **atendido**



Ventas +53% vs 2021



NPS 93

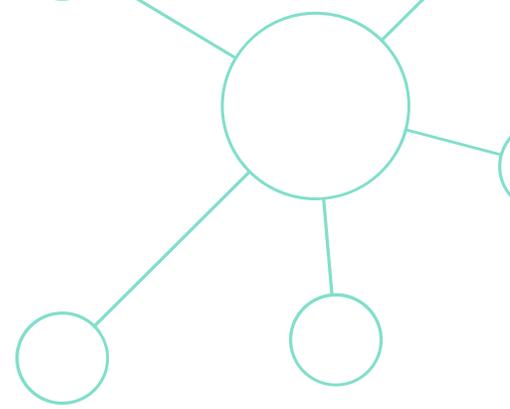
(mejor NPS entre los canales)



Presencia en más de 172 almacenes +400 asesores a nivel nacional



79% de los clientes del canal se convirtieron en omni-clientes

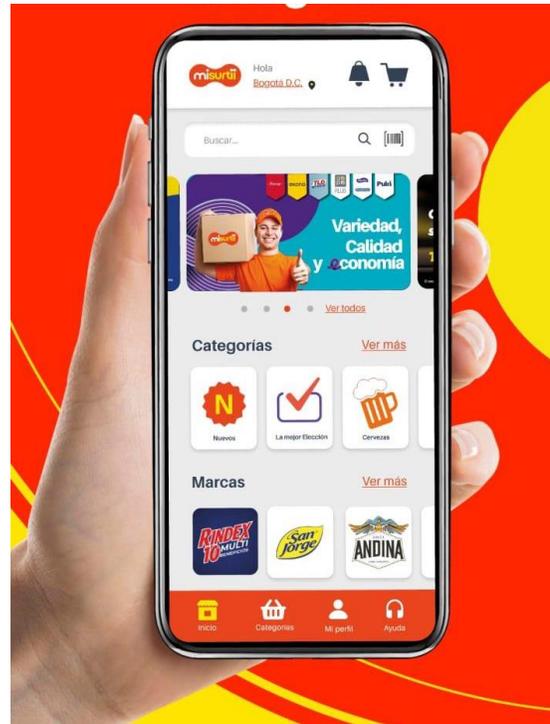


Rappi Turbo



- Ventas ~COP\$225.000 M (15x vs 2021)
- ~ +6 M de pedidos
- ~ 40% de participación sobre las ventas de Rappi
- 80% de los pedidos se entregan en 10 minutos, el 90% en menos de 15

App Misurtii



Vive una nueva experiencia a la hora de surtir tu negocio

- ~ 14.000 clientes
- Ventas +164% ~COP\$57.500 M
- Participación del 27% en las ventas del canal aliados
- Ticket promedio de 1,8 M



Negocio Inmobiliario / VIVA malls



Negocio Inmobiliario Grupo Éxito

Diseñamos, desarrollamos y operamos activos

Modelo de gestión:

- ✓ **Crear valor para el activo**
- ✓ **Maximizar la rentabilidad en toda la cadena de valor del inmueble.**



- Estructuración de proyectos
- Desarrollo y redesarrollo de activos
- Gestión de proyectos

- Comercialización de locales y optimización de la mezcla comercial
- Monetización de zonas comunes (Casual Leasing y Branding)
- Gestión de contratos, facturación y cuentas por cobrar

- Plan de mercadeo y relacionamiento con socios comerciales.
- Operación de activos: mantenimiento, seguridad, aseo

- Estrategias para maximizar la rentabilidad de los activos
- Control y seguimiento del presupuesto y KPI's
- Seguimiento del tráfico y las ventas.

Equipo de soporte experimentado, apalancado en tecnología y procesos

Nuestro portafolio

Un valor oculto en la valoración de Éxito

Negocio Inmobiliario¹



El negocio complementario de mayor relevancia y contribución a los márgenes de la Compañía

758 mil m2 de área bruta arrendable

568 mil m2 Viva Malls

Tasa de ocupación
96,5% en 2022

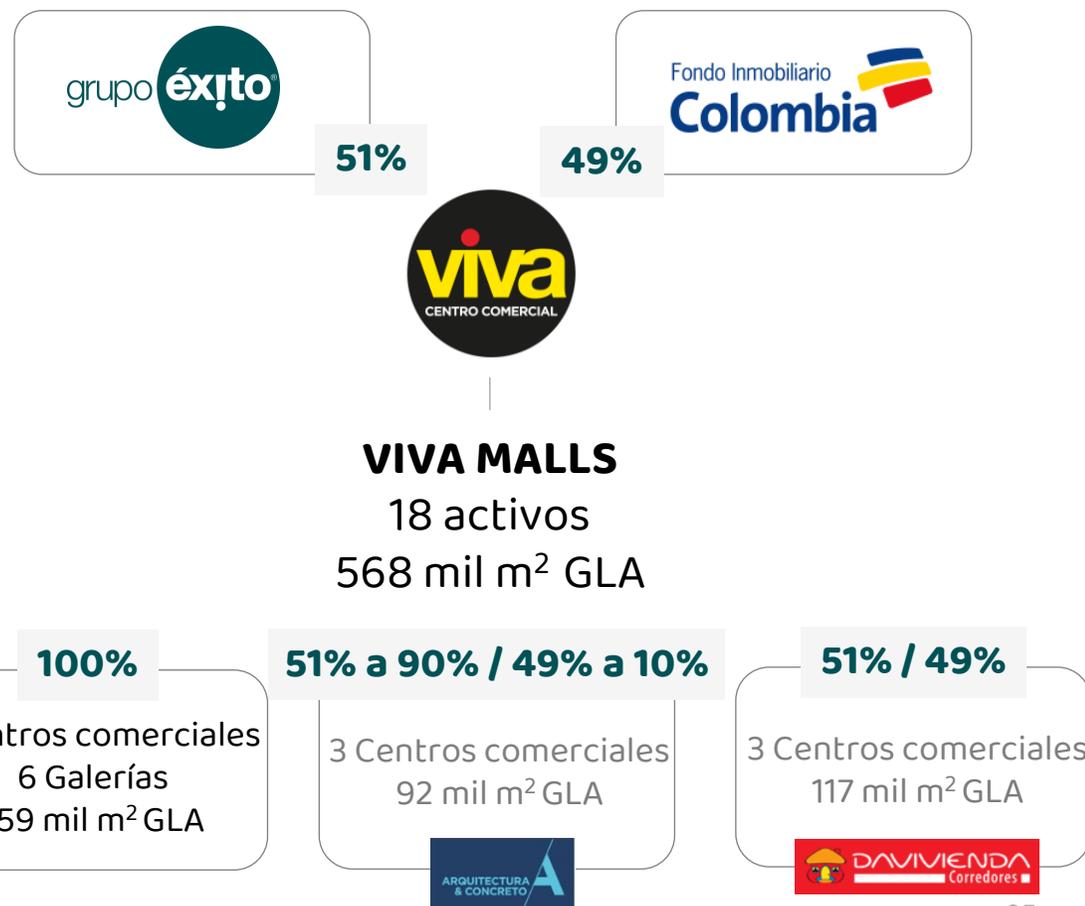
(vs. 96,4% en 2021)

Ingresos por rentas & cargos administrativos

+29% en 2022

Viva Malls

Una sólida estructura asociativa formada por grandes bancos y empresas constructoras



(1) Incluye el negocio inmobiliario operado directamente por Grupo Éxito y Viva Malls

18 activos y 568 mil m2 de área arrendable



Servicios digitales disponibles para locatarios y clientes



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

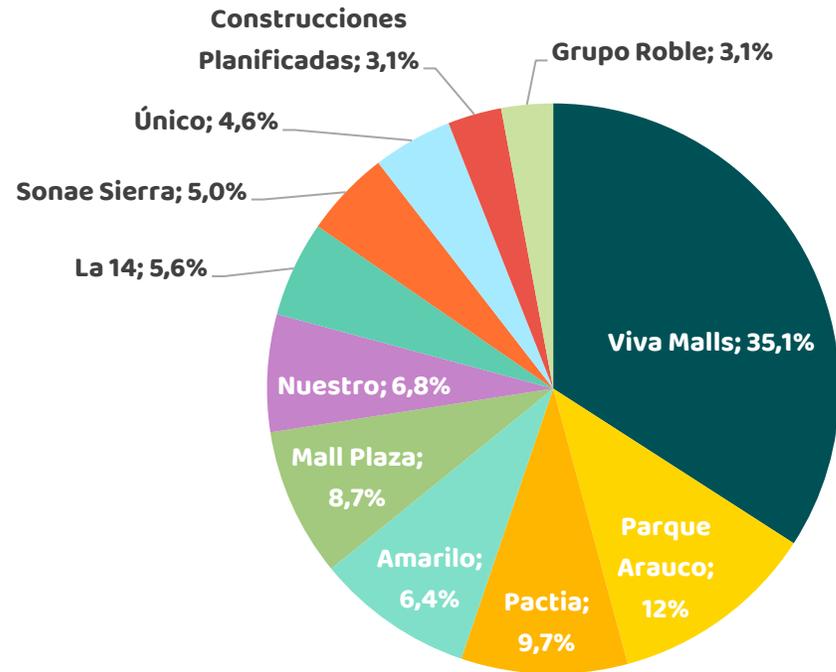
Contratos de arrendamiento con flujos de caja estables y protegidos contra la inflación protegen parte del EBITDA de la compañía

Viva Malls ~ 18% del EBITDA Colombia

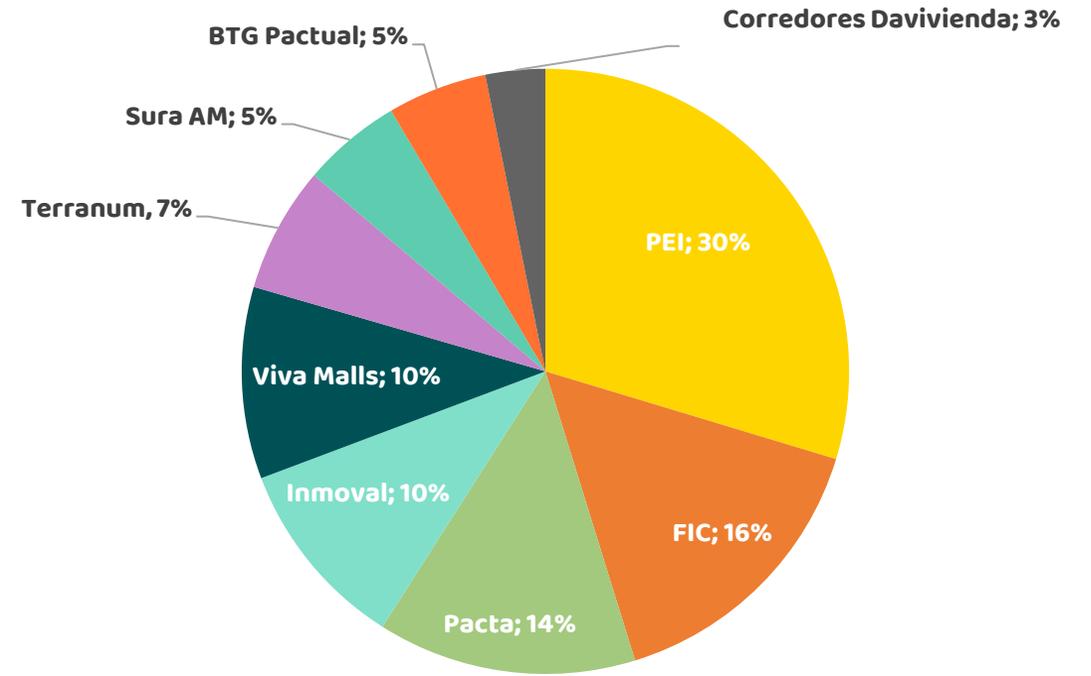
\$345 mil M en ingresos en 2022
 ~ **45%** de los otros ingresos de Colombia
\$220.000 M del EBITDA recurrente

Viva Malls: el fondo inmobiliario retail, líder en Colombia

Participación de mercado – 2,2 M m² GLA



Participación de mercado en AUM – 28,3 Bn COP



- **Viva Malls lidera** la participación de mercado (~35%)
- PEI lidera en AUM, seguido de FIC, Pactia e Inmoval
- **Viva Malls ocupa el quinto lugar en Colombia**

Arrendatarios de categoría mundial

Flujos asegurados con contratos a largo plazo

Principales socios comerciales



+1.230 Socios comerciales



Conceptos Viva



CALLE **BISTR**
Gastronomía



vivapark
Entretención

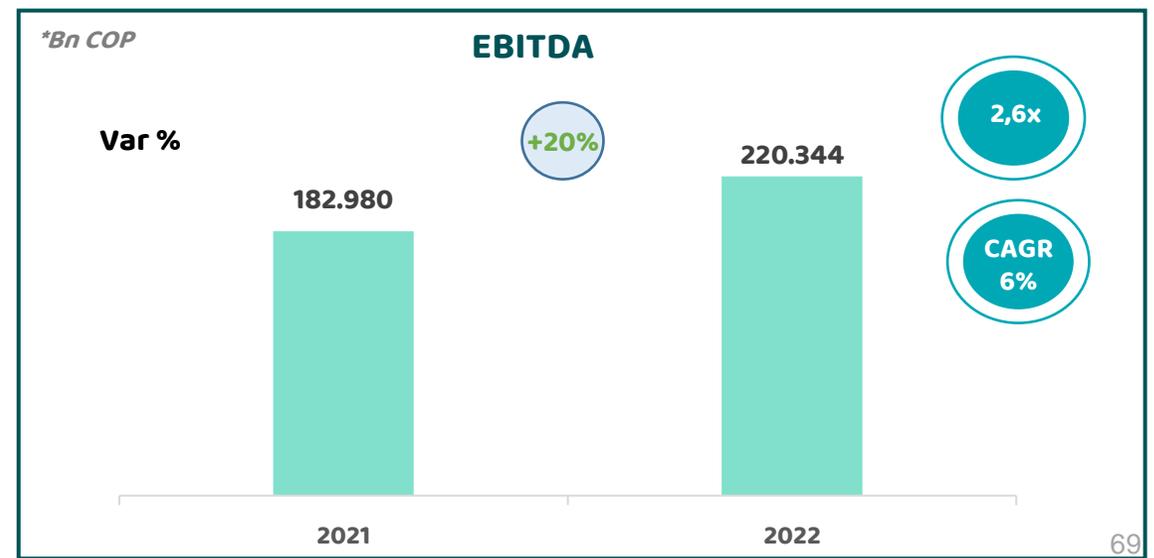
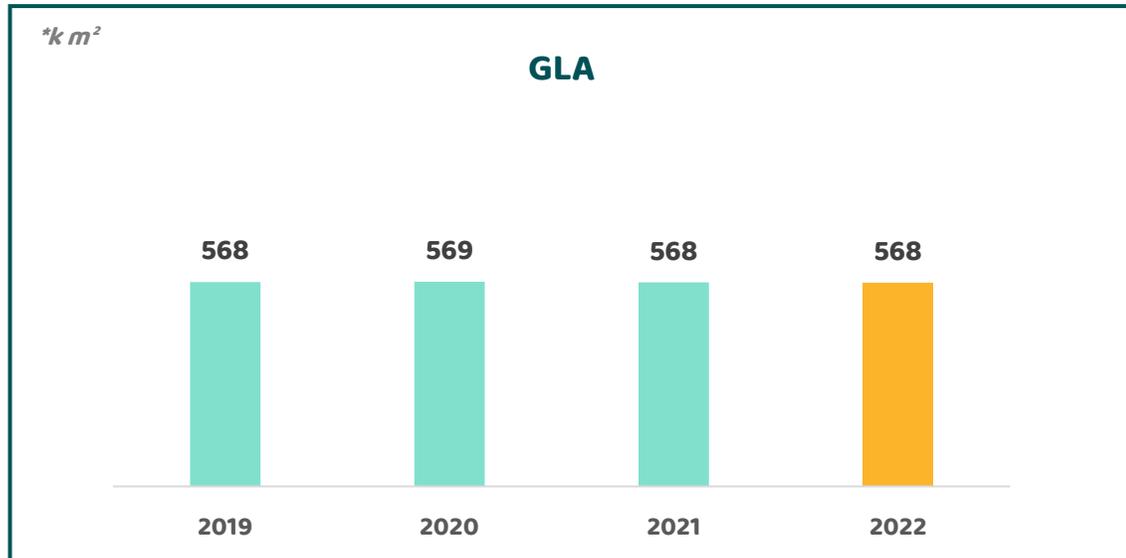
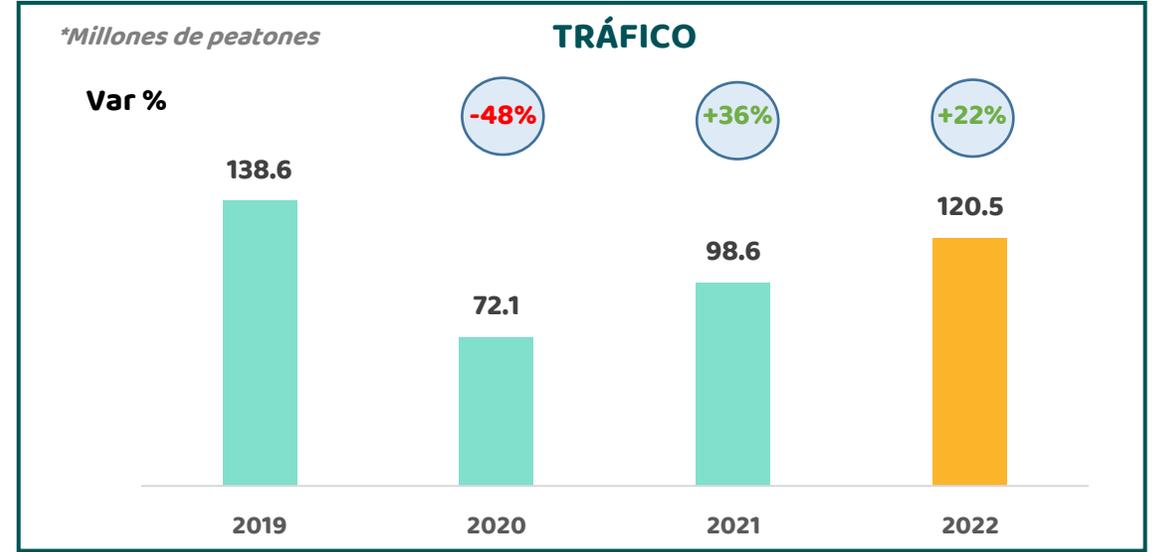
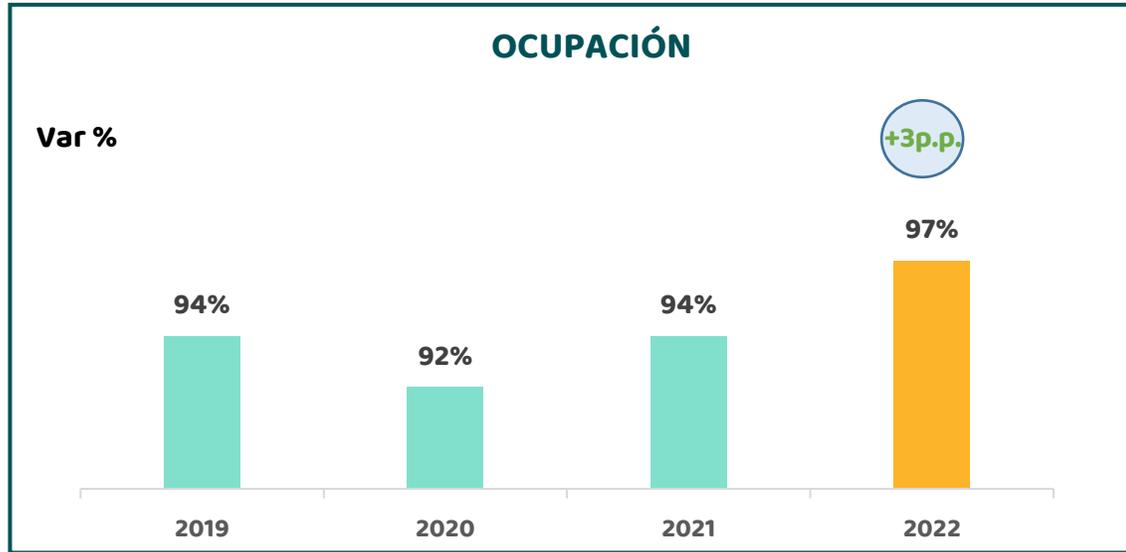


vivasports
Deportes



vivamotors
Movilidad

Principales indicadores Viva Malls





En construcción

En estructuración

IKEA
(Medellín AM)
~ 17.000 m2 GLA

PUERTA DEL NORTE
(Medellín AM)
~ 30.000 m2 GLA



Estrategias de Sostenibilidad



Carbono neutro

Primera marca de centros comerciales en Colombia certificada como Carbono Neutro



837 toneladas recicladas

Destinadas a la Fundación Éxito: nutrición de ~ 2 mil niños
Viva espera alcanzar la categoría ORO (80%) en 2024



4 centros comerciales con certificación LEED



1.143 celdas de bicicleta

Viva fomenta la movilidad sostenible con 36 estaciones de recarga de vehículos y 16 de motocicletas, bicicletas y scooters



+15.000 paneles solares

Los CC Viva generan energía renovable que cubre el 21% de su consumo



Válvulas de ahorro de agua

Sistema probado en Viva Envigado (-10% del consumo en 2022)
Portafolio en 2023 debería reducir consumo en hasta el 15%



~ -1.2 CO₂ Toneladas emitidas

Uso de energías renovables, luces LED, automatización del sistema de luminosidad y sistemas de refrigeración eficientes



Prueba de Energía Eólica

La primera prueba generó 360 kWh/mes, que abastecieron a 2 estaciones de coworking

Proyectos de sostenibilidad



Proyecto de **agricultura hidropónica** (Terrazas Verdes)



Bolsas **biodegradables**



Celdas de estacionamiento preferencial para vehículos **eléctricos e híbridos**



Agua mediante **impulsión hidráulica**



Lámparas solares para los parqueaderos y perímetros



Punto de reciclaje (Ecopunto)

Coalición de Lealtad Puntos Colombia



PUNTOS[®]
COLOMBIA



Mariana Botero
Gerente General

Puntos Colombia: el mayor programa de fidelidad de Colombia

Oferta a empresas

- Alianza en programa de lealtad: acceso a +6,2 M usuarios, 12 mil empresas
- **Visibilidad** de marca
- **Conocimiento** profundo del cliente
- **Marketplace**: canal de venta de productos
- Venta de **pauta y audiencias**
- Productos **complementarios**



Plataforma de lealtad PCO

Oferta a usuarios

- Programa de lealtad: acumulación y redención en **+160 aliados** en todas las compras
- Compras en **Marketplace centralizado** de PCO
- **Transferencia** de Puntos entre cuentas
- Pagos de facturas y servicios a través de la billetera **Puntos Pay**



1 en poder de marca según Kantar

Modelo económico de una coalición de lealtad

Modelo de monetización del programa de fidelización de PCO



3 fuentes de valor

- 1. Spread del punto:** X pesos de ingresos – Y pesos de costos
- 2. Valor del dinero en el tiempo:** facturación por venta de puntos en la acumulación vs costo asociado en momento de redención
- 3. Vencimiento de los puntos:** ingresos sin costos asociados para puntos vencidos

5 factores claves posicionan a PCO como una oferta única con un modelo de negocio sólido



1. Escala en usuarios con alto nivel de engagement

+6,2 M de usuarios, 12 mil empresas

+2 M descargas de la APP

Presentes en **1** de cada **3** hogares

+70 NPS



2. Propuesta de valor comprobada y cuantificada para aliados

+4.000 puntos de venta físicos

3,6x facturación anual de fidelizados de Grupo Éxito

2,5x facturación anual del resto de ecosistema de Grupo Éxito

5 factores claves posicionan a PCO como una oferta única con un modelo de negocio sólido



3. Modelo financiero sólido y autosostenible



4. Data única en calidad y cantidad



5. Talento y cultura

Ingresos ~ **COP \$320.000 M**

Utilidad neta positiva
desde 2020 (2 años de lanzado)

+ 50 variables declaradas y enriquecidas

100% monitoreo de data de tarjeta de crédito Bancolombia a nivel comercio

+80% de monitoreo de data de consumo en el retail

89,4 NPS del colaborador

52% de talento mujeres

Lanzamiento de 3 actividades disruptivas que apalancarán el crecimiento de Puntos Colombia

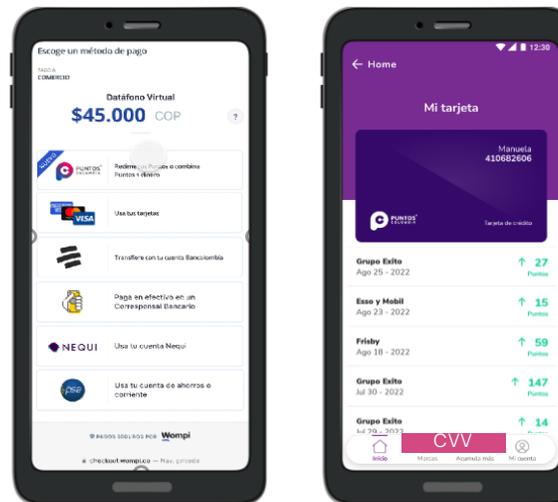
1. Lealtad como servicio



Programa de lealtad para PyMEs enfocado en fidelizar clientes y aumentar ventas:

- Programa de puntos
- Marketplace

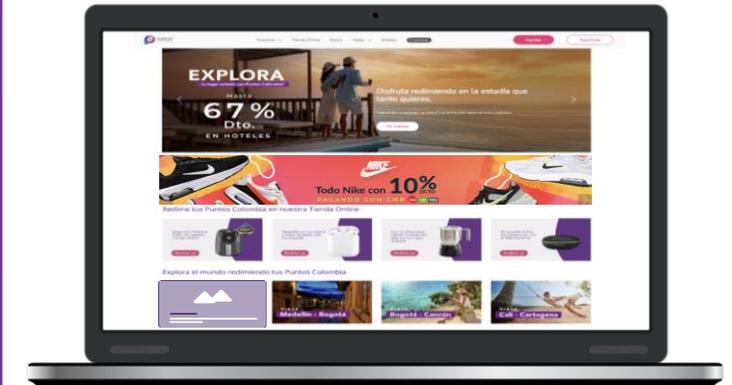
2. Pagos y servicios financieros



Productos y servicios financieros para empresas y para clientes naturales:

- Botón de pagos **Wompi**
- Billetera
- Tarjeta de crédito

3. Media Services y Monetización de datos



Servicio de medios digitales apalancando la data del ecosistema en:

- On-site (Marketplace, home PCo)
- Directos (email, SMS, push)
- Off-site

1. Botón PCO permite acumulación / redención en comercios con canales digitales

Propuesta de valor:



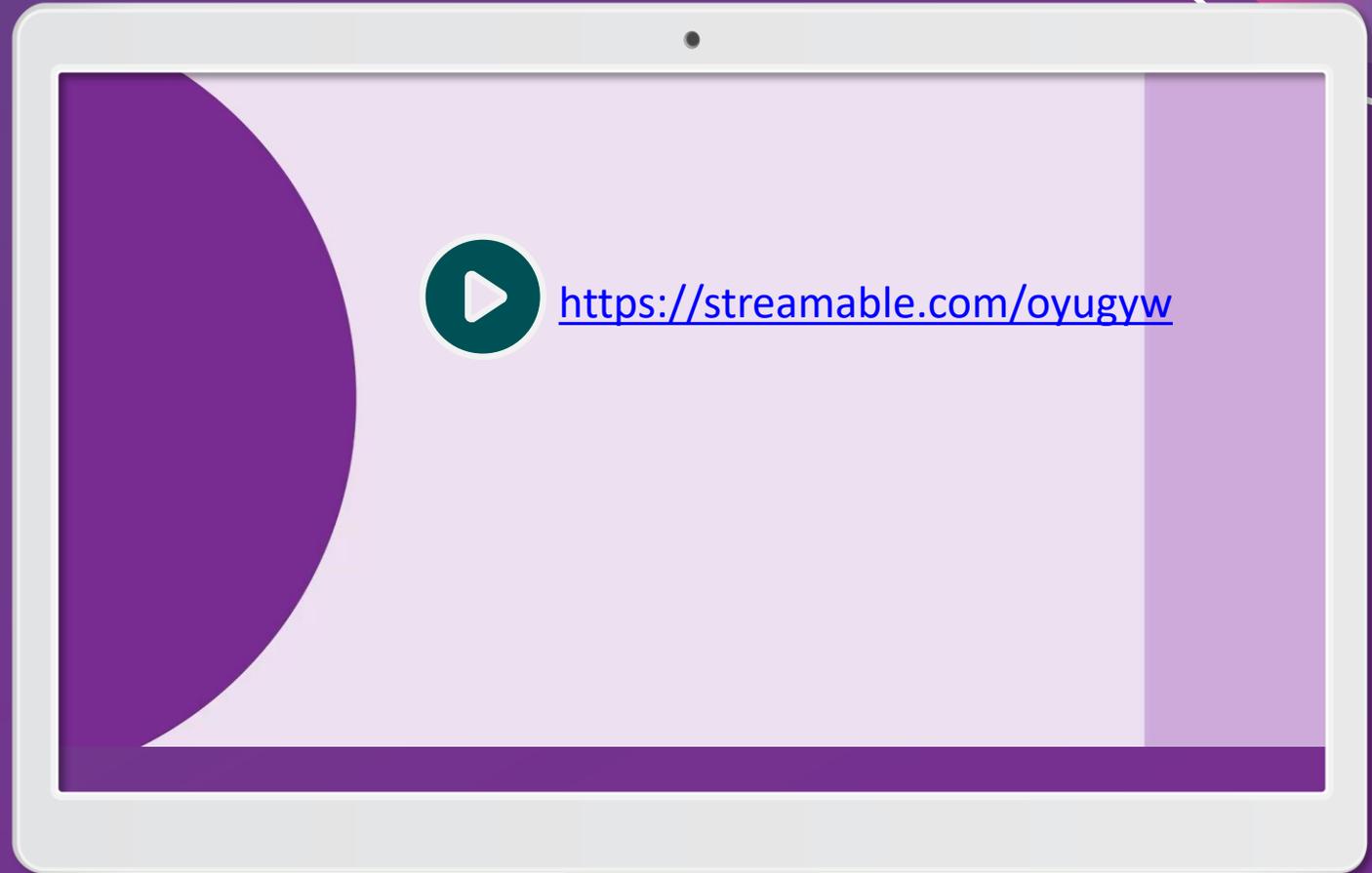
Simplicidad y rapidez en todo el proceso



Seguridad soportada a través de funcionalidades técnicas



Liquidez y universalidad al masificar la acumulación y redención de puntos



2. Media Services ofrece acceso a data y canales para potencializar marcas



Data única



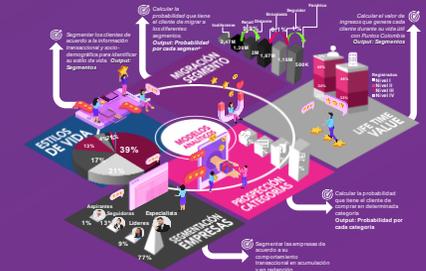
Capacidades Analíticas Avanzadas



Activación omni-canal

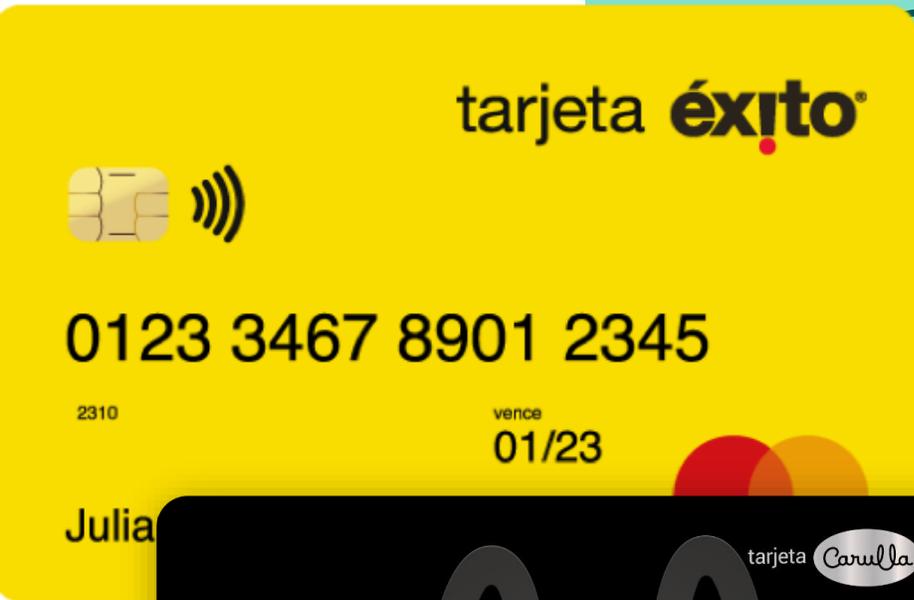


Capacidades de medición y reportería especializada



Propuesta de valor:

Usar data única de PCO y capacidades analíticas para definir audiencias que permitirán llevar el mensaje adecuado de las marcas a la persona correcta en el momento oportuno



Retail Financiero TUYA



No somos un Co-Brand, Somos un **Joint Venture** entre dos gigantes...



Retailer más grande
de Colombia

tuya

Compañía independiente con un
staff y Junta Directiva
independiente
Licencia Bancaria
Licencia de Mastercard



Banco más grande
de Colombia

Calificación **AAA**
13 años consecutivos*

* Certificación AAA por Fitch & Ratings

- Stock de 1,4 M de tarjetahabientes.
- 18% del total de ventas anuales del retailer (~29% excluyendo la categoría de alimentos)
- Participación de 42% en las ventas por los canales digitales del Grupo Éxito



1 cliente con Tarjeta Éxito:

Gasto mensual	Ticket promedio	12 Unidades más por compra
2,9x	4,7x	

DIGITAL FIRST BY

mastercard Apple Pay GARMIN PAY™

Carulla

tuya

~ 45.000 tarjetas Carulla en 2022

Facturación ~ **COP505.000 M COP** (+21% vs 2021)

Primera tarjeta de crédito en Colombia con tecnología contactless, hoy ~60% de adopción en la región andina

Aliado con mayor adopción de apple pay.



1 cliente con Tarjeta Carulla:

Gasto mensual

2,2x

Ticket promedio

2,8x

7 Unidades más por compra

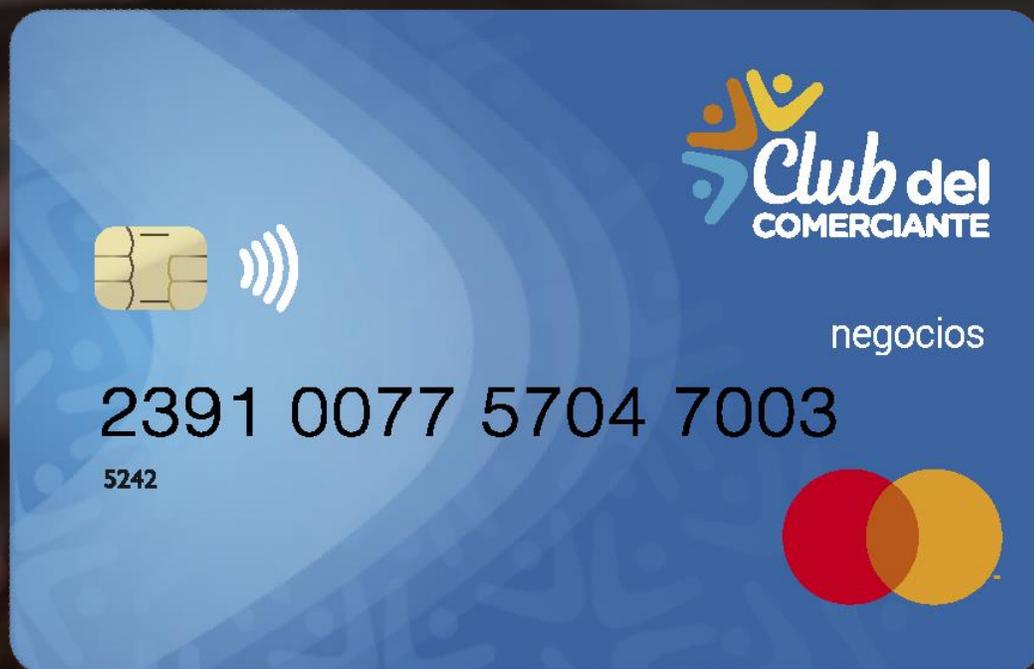
DIGITAL FIRST BY



GARMIN PAY™



Surtimayorista



Primera etapa:

Clientes: ~3.800

Facturación: ~\$33.000 M COP



Potencial **1.000.000**

clientes Surtimayorista

Meta ~**16%** participación

Acompaña Club del Comerciante

Venta por canal digital

83% activación temprana, la más alta de nuestro portafolio

Objetivo: ser el principal medio de pago de todo el

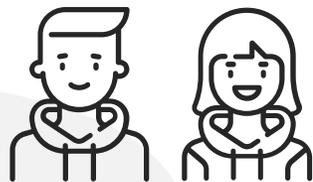
ECOSISTEMA

LO ANTERIOR NOS HABILITA UN MODELO DE NEGOCIO

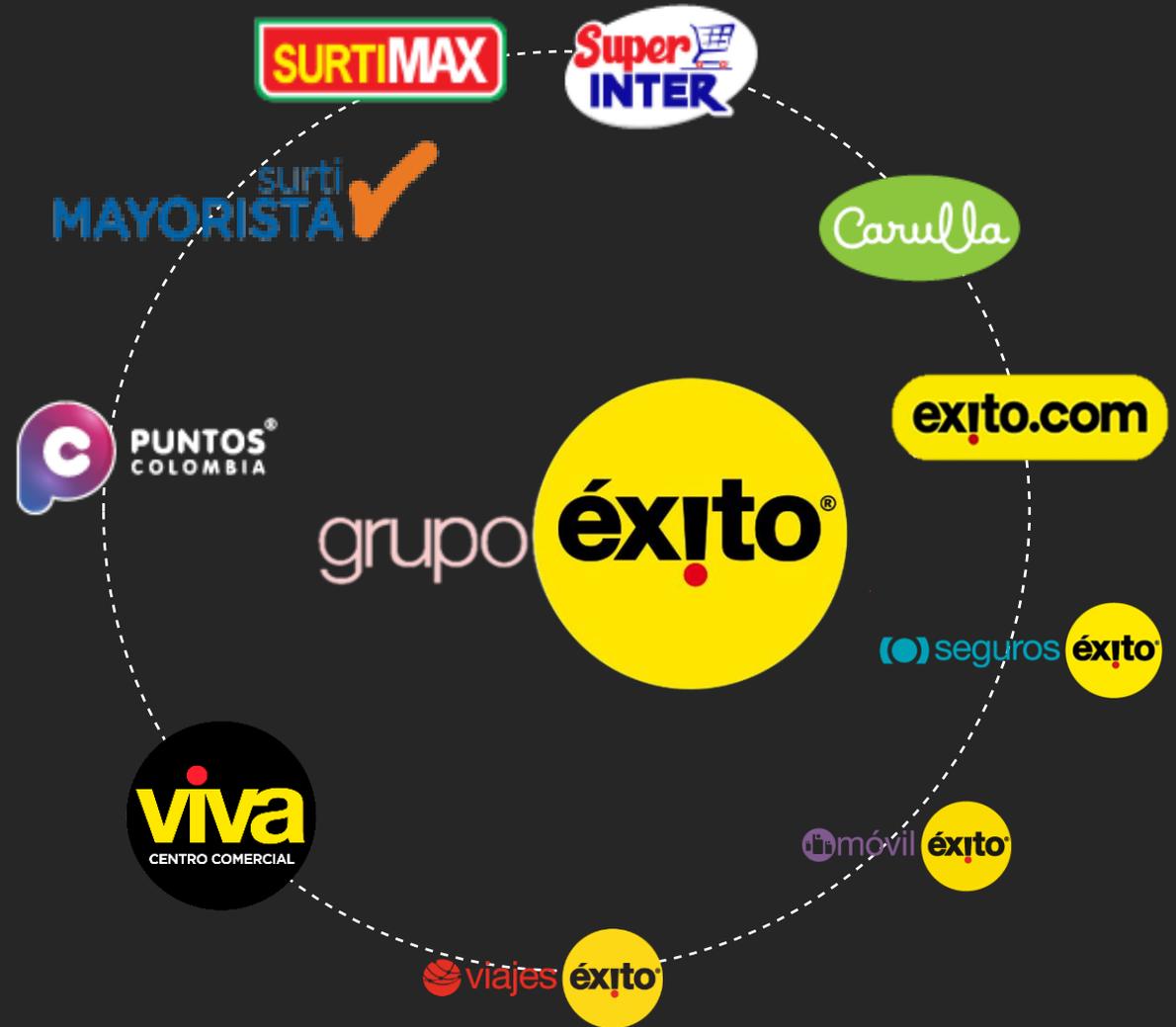
B2B2C



PARTNER ALIADO



CLIENTE FINAL



Continuar monetizando la confianza de **IMPORTANTES ALIADOS**



Retail Banking



Transporte

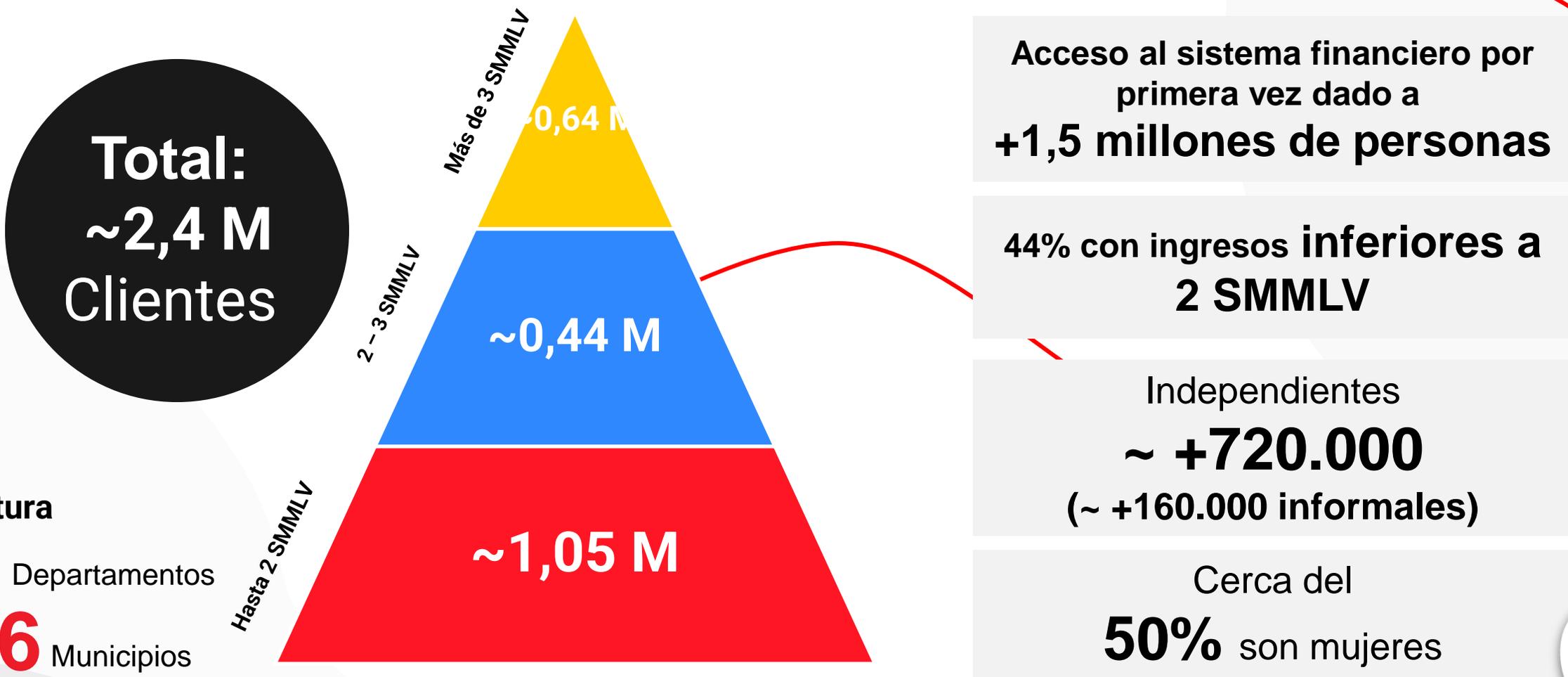


Telco



**Banking as a service
+30 M
de clientes potenciales**

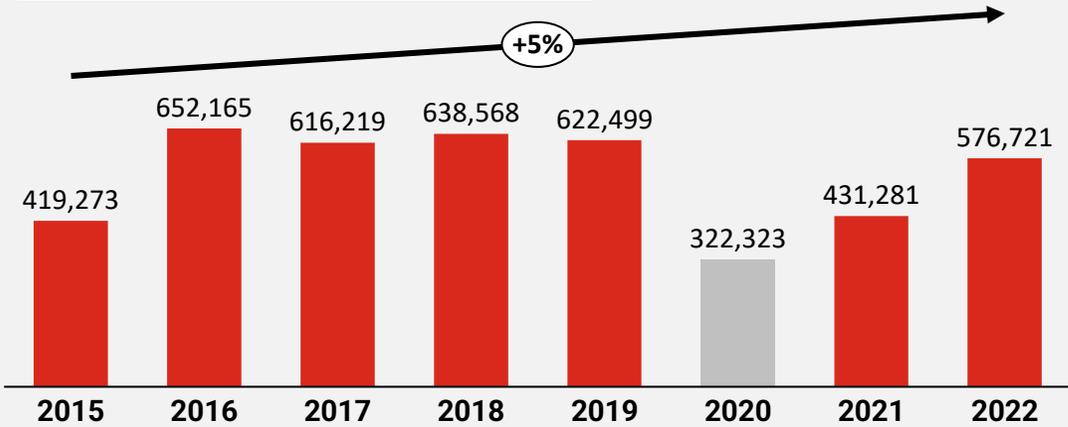
Modelo de negocio que permite llegar al **80%** de la población Colombiana con ingresos inferiores a **2 SMMLV** y que la Banca Tradicional **no** atiende...



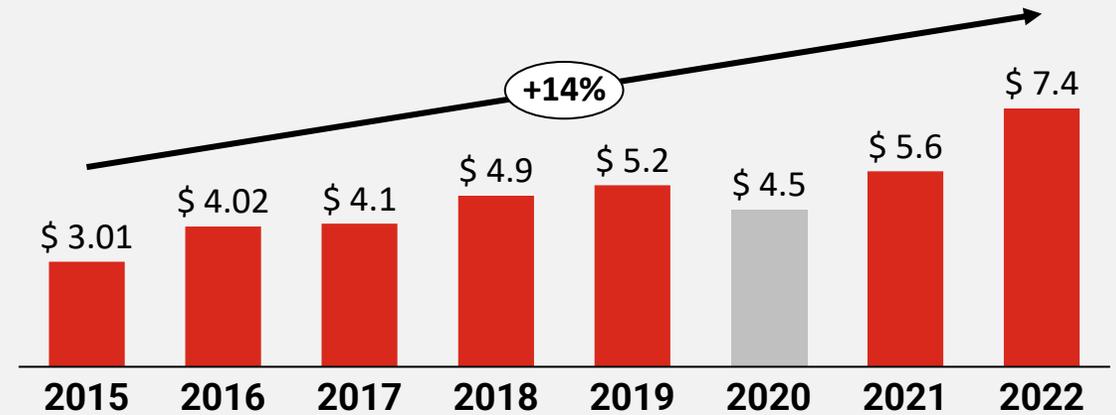
Principales palancas de negocio muestran una Compañía que ha crecido de forma consistente en los últimos años...



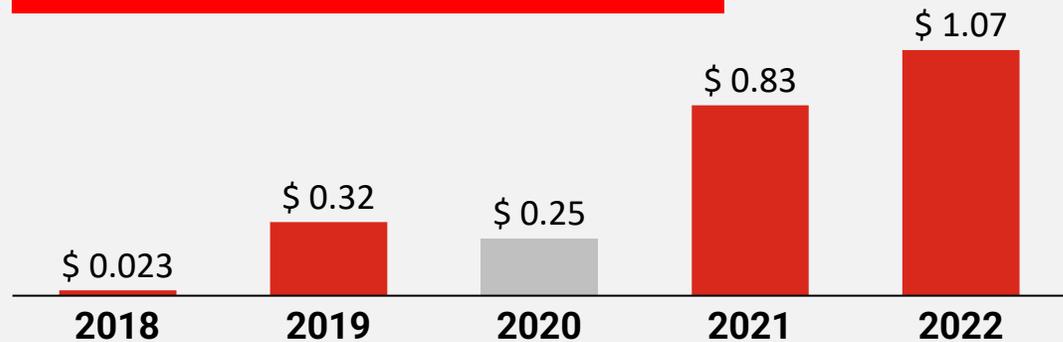
Emisión de tarjetas



Facturación (B COP)



Créditos de Consumo (B COP)



Saldo Cartera (B COP)



En 2022 alcanzamos resultados financieros que reflejaron la buena dinámica del negocio...



\$1 billón de ingresos operacionales (+20% vs 2021)



+\$7,4 billones en compras y avances de **+2,4 millones** de clientes (+32% vs 2021)



\$4,5 billones de saldo de cartera (+26% vs 2021)



+26% en el resultado del negocio antes de provisiones vs 2021

Solidez financiera y generación de confianza para nuestros clientes inversionistas son nuestra mejor carta de presentación...

tuya

~\$6,4 billones en CDT's emitidos a **+4.000 clientes inversionistas**



6to jugador **MÁS IMPORTANTE** en Colombia en emision de CDT's desmaterializados

1er puesto en número de operaciones en el Mercado, **24% DE PARTICIPACIÓN**



+54% DE CLIENTES INVERSIONISTAS vs 2021

Emitimos **bonos sociales subordinados**

¡Muy bien recibidos por los inversionistas! Para seguir contribuyendo con la inclusión financiera de más personas.

+\$55.000 millones emitidos en el mercado local



+40% sobre monto ofertado (bid to cover).



Estrategia de Sostenibilidad

Carlos Mario Giraldo
Presidente

Nutrimos de Oportunidades a Colombia



Propósito Superi

Nutrimos de Oportunidades a Colombia



No podemos limitarnos a dar los mínimos esperados, sino **ser capaces de llegar a los máximos posibles**



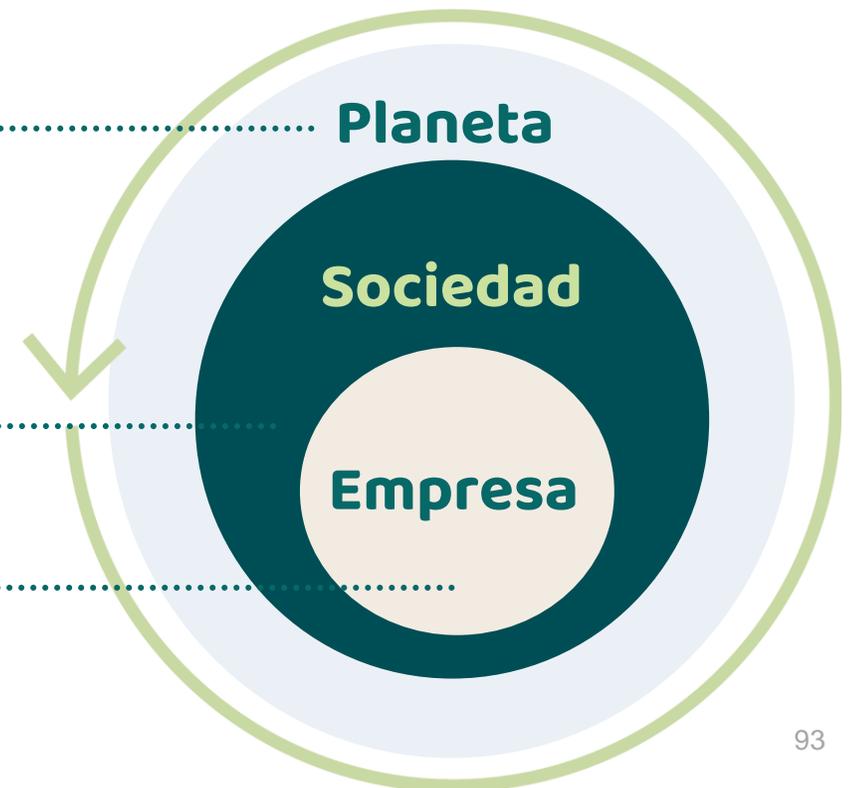
Responsabilidad de las empresas con **el planeta**



Aporte de la compañía a **la comunidad**



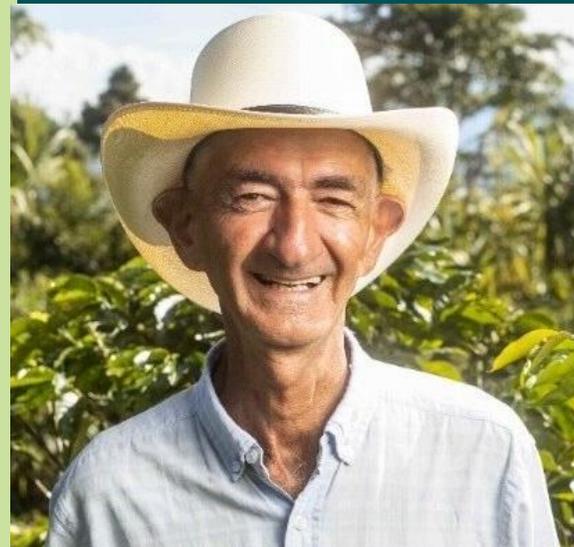
Relación de la compañía con **sus grupos de interés**



Estrategia de sostenibilidad: 6 pilares declarados por la compañía

Sostenibilidad

como herramienta de
generación de oportunidades





Logros de la Estrategia de Sostenibilidad en 2022

Iniciativas ASG para generar valor: crecimiento económico, desarrollo social y protección ambiental

Cero desnutrición

- **60,046 niños beneficiados** con los programas de nutrición y complementarios
- **200,403 paquetes alimentarios entregados** a los niños y sus familias
- Presencia en **27 departamentos y 192 municipios**

Mi planeta

- **VIVA y Carulla FreshMarket** certificadas **carbono neutral** por el Icontec
- **43% de** reducción de la huella de carbono (Objetivos 1 y 2)
- **20,517 tons de material** y **986 tons de material** reciclable posconsumo
- **1 millón de árboles** donados por clientes, proveedores, empleados y aliados

Comercio sostenible

- **88%** de frutas y verduras **compradas localmente**
- **82** proveedores **~80 mil** hectáreas monitoreadas en Ganadería sostenible
- Certificación **Gold Sustainable Fashion** otorgada por CO2 ZERO
- **130 millones** de unidades de la marca *Paissana* vendidas, de municipios afectados por el conflicto armado.



Somos íntegros

- **8a** Compañía colombiana con los más altos estándares de reputación, según Merco
- Puntuación **69/100** en el 2022 S&P Global Corporate Sustainability Assessment
- Finalización¹ de la **recompra, desmaterialización y split de la acción**



Nuestra gente

- **51% de** base de empleados **son mujeres**
- **Sello Oro Equipares** otorgado por el Ministro de Trabajo y las Naciones Unidas
- Celebración del **‘Mes de la Diversidad’** con más de **30 actividades**



Vida sana

- Eliminación de más de **30 ingredientes** de los productos Taeq como parte de nuestro compromiso con la salud de los consumidores
- **Taeq catalogada como la 2ª marca más saludable en Colombia**
- **400 referencias** incluyeron cambios en empaque, marcación y eco-diseño



Trabajamos para **nutrir** la niñez colombiana



1 de cada 9 niños(as) en Colombia sufre de desnutrición crónica



+60.000 niños(as) beneficiados(as)



27 departamentos y 192 municipios



+\$21.000 millones de inversión social
Gracias a aportes de Goticas, recursos propios, aliados, proveedores y el reciclaje trastienda que aporta el **48%**

MEGA social corporativa: erradicar la **desnutrición crónica** infantil en Colombia para el 2030



232.000

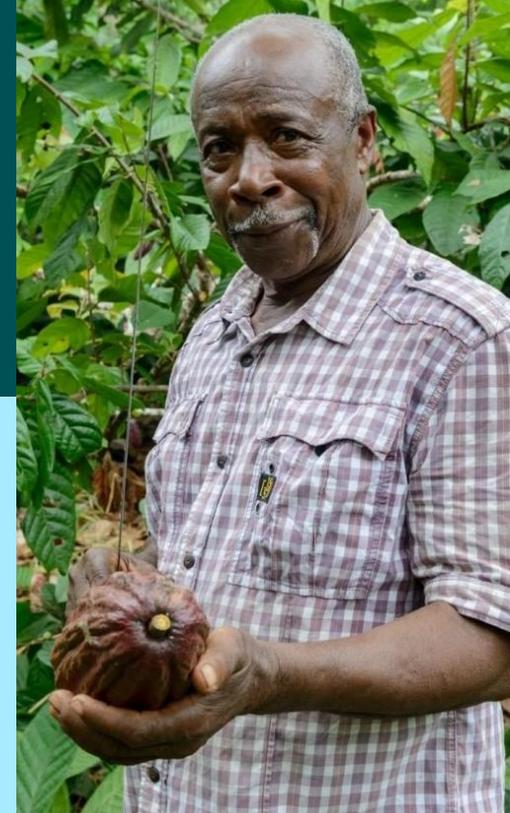
certificados de donación entregados (**récord**)



Somos el **embajador de los ODS #2 en Colombia**, a través de la Fundación Éxito



Compra local: una apuesta por la vocación agrícola de los territorios



Motor de desarrollo y reactivación económica



89% de frutas y verduras comercializadas se compra en el país



El 86 % se adquiere de manera directa a **+940** agricultores y familias campesinas



Comunidades víctimas del conflicto armado y presentes en territorios PDET



Paissana, país que sana, un aporte a la reconstrucción del tejido social de Colombia



37 proveedores

114 productos (Productos Gran Consumo y Frescos)

45 tiendas (23 Éxito y 22 Carulla)



<https://streamable.com/xmrr9g>





#ModaHechaenColombia

Negocio textil: ADN de la compañía

Éxito viste a Colombia

48,8 millones de unidades vendidas



9.600 empleos generados
70% mujeres



97% de las prendas marca propia que comercializamos es hecha en Colombia



344 talleres en el país



12 colecciones desarrolladas por manos colombianas al alcance de todos(as)

Las marcas textiles Arkitect, Bronzini y People recibieron en el marco de Colombiamoda el Sello Oro Sostenible



Reconocimiento por parte de CO2CERO por las buenas prácticas de producción y consumo responsable



#UnÁrbolALaVez



Llegamos a la meta de sembrar
1 millón de árboles



Equivalen a **560**
canchas de fútbol



Actualización de la MEGA ambiental

Nos comprometemos a reducir un **55%** de nuestras emisiones de CO2 (alcances 1 y 2) para el **2025**

Avance 2022: **41%** de reducción



Carulla Fresh Market, primer *retail* de alimentos en **Latinoamérica** en ser certificado como **Carbono Neutro**



Viva, **única** marca de centros comerciales con certificación **Carbono Neutro** de Icontec

Modelo posconsumo

Nos seguimos expandiendo presente en **5 departamentos**



42 puntos de reciclaje posconsumo



17 millones de envases recolectados



986 toneladas recolectadas que generan recursos para la nutrición infantil

Nutrimos de Oportunidades a Colombia:

Cuando protegemos la biodiversidad

<https://streamable.com/xmrr9g>

Colombia Magia Salvaje llegó al corazón de los colombianos, fortaleciendo la conciencia ambiental



+3 millones de asistentes a las salas de cine



+9 millones de vistas en YouTube



Primer *retail* en Colombia en implementar Un modelo de Ganadería Sostenible

100% de nuestros(as) proveedores(as) son monitoreados satelitalmente bajo conceptos de respeto por la frontera agrícola



Trabajamos de la mano con comunidades



PIGMENTOS URBANOS

13 Nacional de Grafiti ciudades del país
Talleres sociales con más de **300** personas

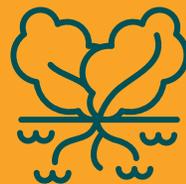
Primera Feria Nacional de Grafiti

Intervención de **22** dependencias que reflejan la **identidad de la comunidad**

Terrazas Verdes: cultivando sueños y oportunidades en territorios vulnerables



6.000



7

toneladas de alimentos cultivadas

unidades comercializadas en Éxito y Carulla Laureles

300

familias beneficiadas

De la **Comuna 13** a tu mesa

Somos diversos, equitativos e incluyentes



Obtuvimos **Sello Oro Equipares** del Ministerio de Trabajo, acompañado por la ONU



Asumimos el reto de ser co-líderes de la Iniciativa de Paridad de Género (IPG)



32% de los cargos directivos son ocupados por mujeres

Contamos con **611** colaboradores de poblaciones diversas



Construimos relaciones transparentes con nuestros grupos de interés

S&P Global



Entre los 10 *retailers* de alimentos con mejor puntuación en el *Corporate Sustainability Assessment* por *Standard & Poor's* Reconocidos por 4to año consecutivo como *Sustainability Yearbook Member*



Reconocimiento IR de la Bolsa de Valores de Colombia obtenido por décimo año.



Somos la octava empresa con mejor reputación en Colombia en el *ranking* de Merco

Nutrimos de Oportunidades a Colombia

Un propósito superior de cara al futuro

porque nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de hacer parte de los sueños de colombianos y colombianas

¡Creemos en el poder de construir país juntos!

<https://streamable.com/tf930i>



Operaciones internacionales

94 tiendas

Ubicadas en las zonas más densamente pobladas



30 Supermercados



62 Supermercados y tiendas de conveniencia



2 Hipermercados

- País con **mayor ingreso per cápita** de la región -
- **Estabilidad** macroeconómica
- Operación con gran **experiencia en supermercados de alto valor**
- Operación **más rentable** del Grupo
- **Alta generación de caja**



Fresh Market



29 tiendas

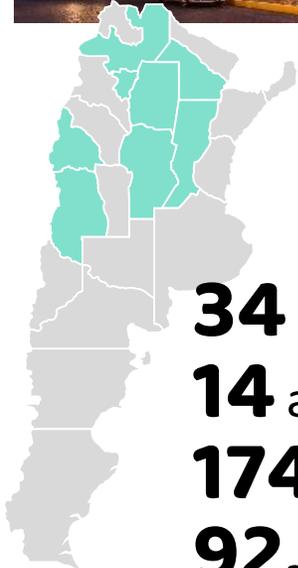


53% participación en ventas



7,3 p.p vs tiendas no reformadas

Estrategia dual Retail / Real estate



34 tiendas
14 activos inmobiliarios
174.000 m2 de GLA
92,6% ocupación



14 Hipermercados



10 Cash and Carry

103,7%
 crecimiento de
 ventas
 +800 bps vs
 inflación

- **3er** operador de centros comerciales
- **4,3%** margen EBITDA
- **Generación positiva de caja**
- **4,5x** venta digital
- **3,9%** omnicanal



Modelo de excelencia operacional



Programa de Excelencia operacional

Transformamos la forma de hacer las cosas, **optimizando** procesos y adoptando nuevas tecnologías para generar valor a nuestra Compañía y nuestros públicos de interés

Objetivos estratégicos

1

Crecimiento del gasto por debajo de la venta

~20 a 30 pbs de mejora anual en tasa

2

Optimizar el abastecimiento y la operación logística

Mejora del GMROI

3

Modelo operativo de ventas orientado a mejorar la relación NPS y gasto

~10 pb de mejora en NPS

4

Proyectos de **mejoramiento continuo**

Continuidad en niveles de gastos evitados



Información financiera

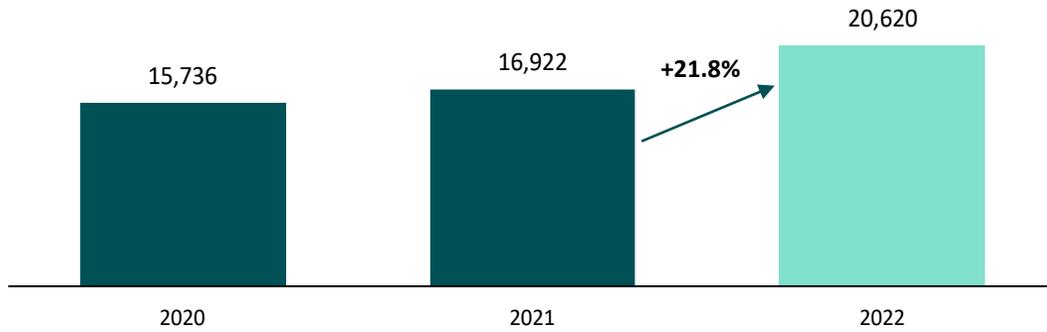


Información financiera: Grupo Éxito Consolidado

Ingresos Netos

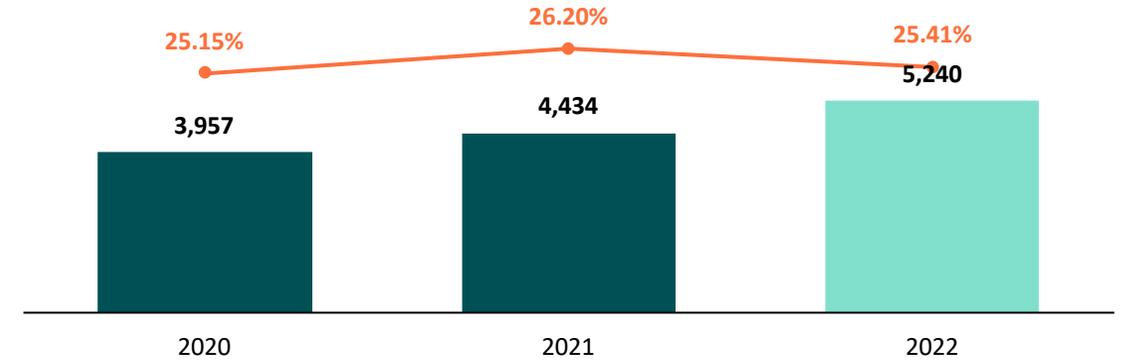
(MM COP)

CAGR +14,5%



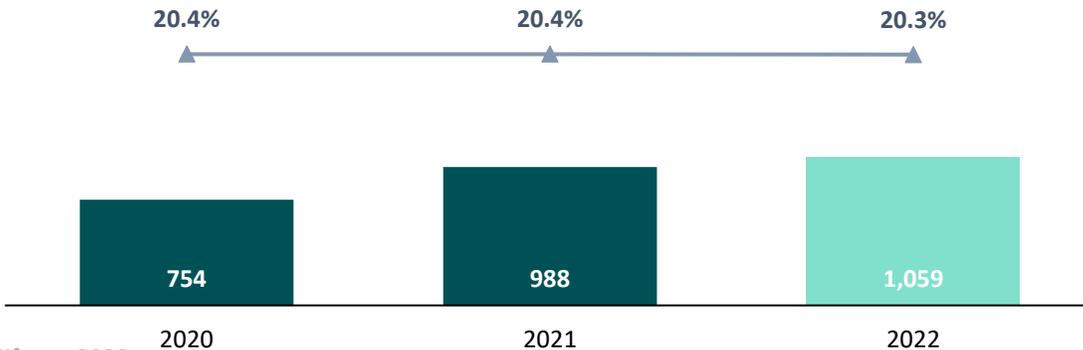
Utilidad Bruta y margen

(MM COP ; %)



Utilidad Operacional Recurrente y tasa de gastos

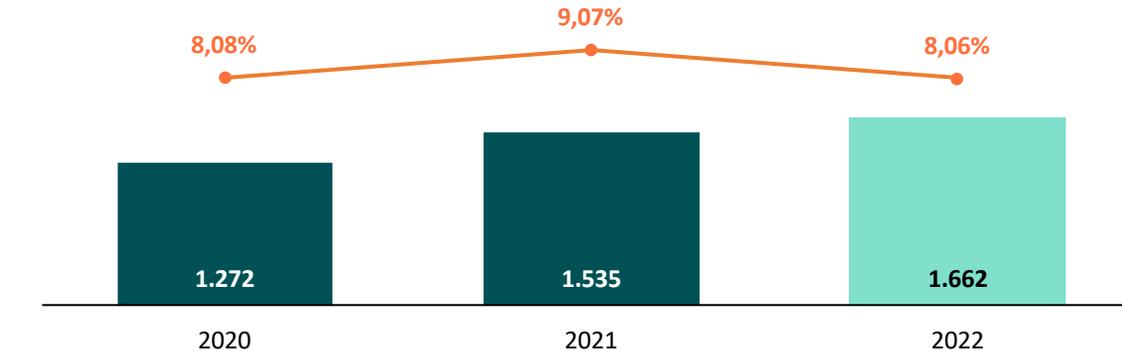
(MM COP ; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP ; %)

CAGR +14,3%



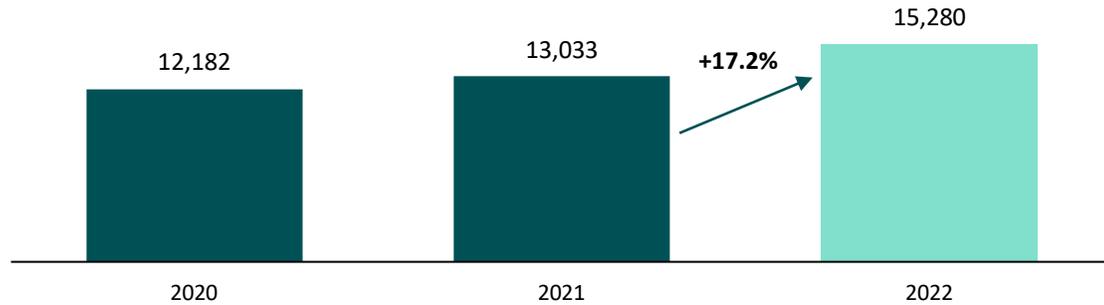


Información financiera: Colombia

Ingresos Netos

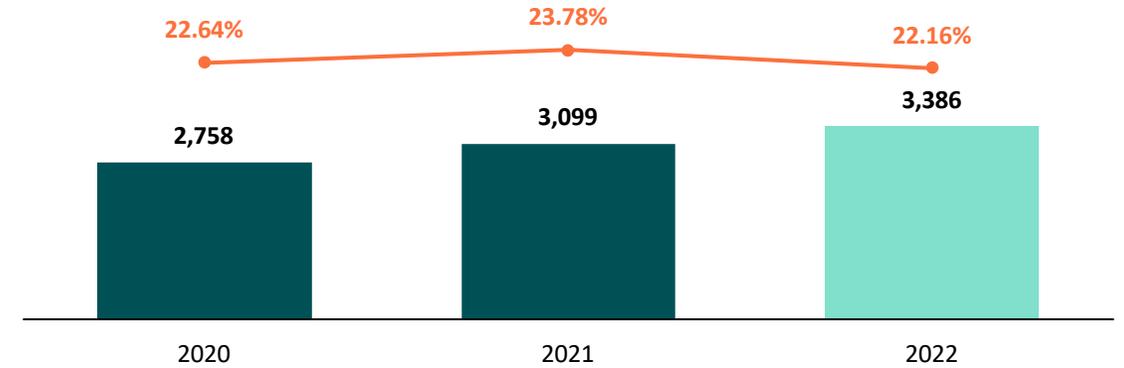
(MM COP)

CAGR +12%



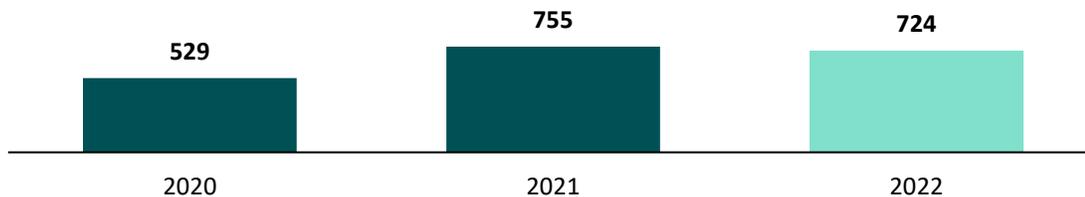
Utilidad Bruta y margen

(MM COP ; %)



Utilidad Operacional Recurrente

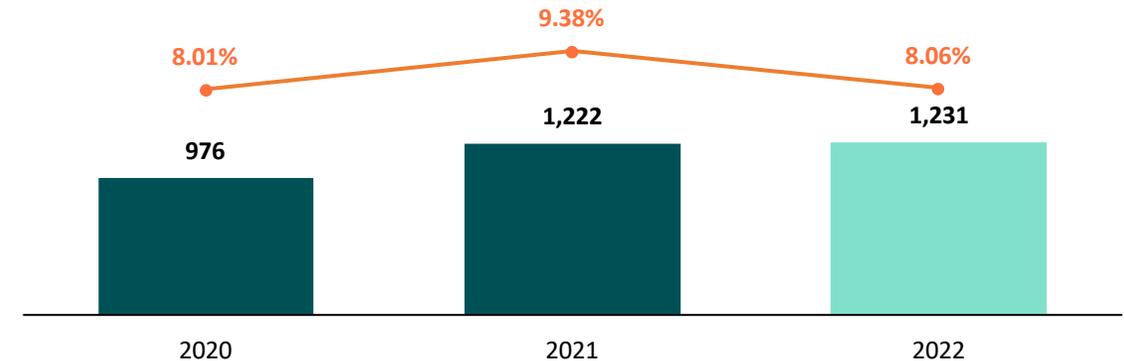
(MM COP ; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP ; %)

CAGR +12,3%



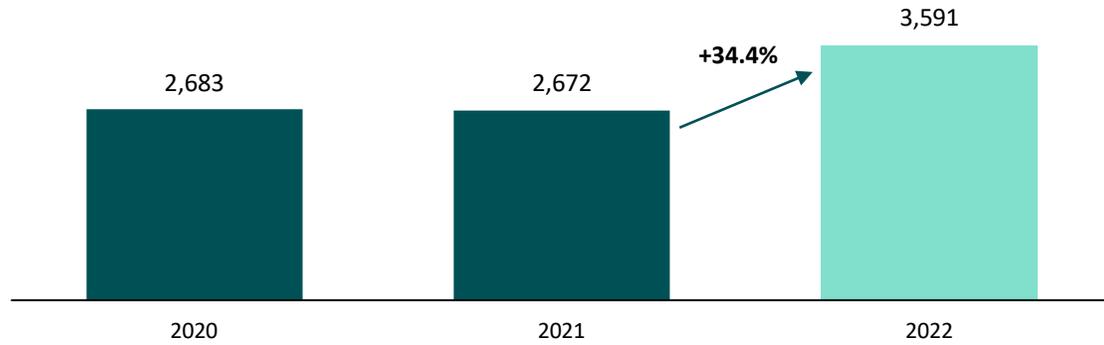


Información financiera: Uruguay

Ingresos Netos

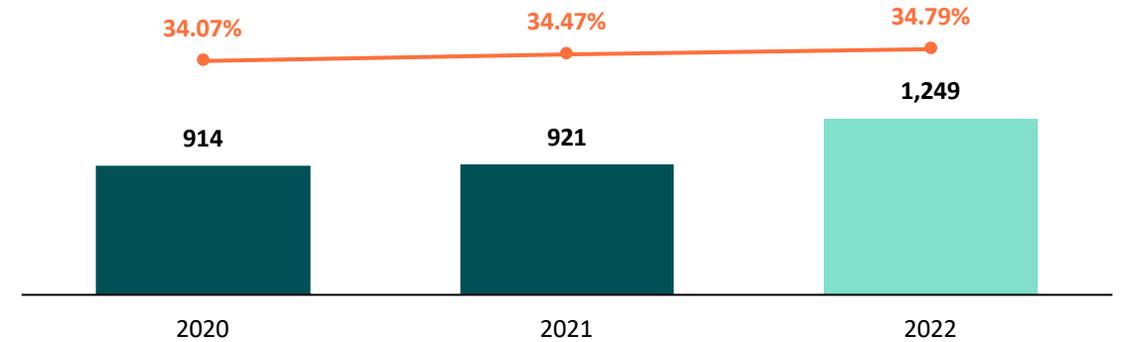
(MM COP)

CAGR +15,7%



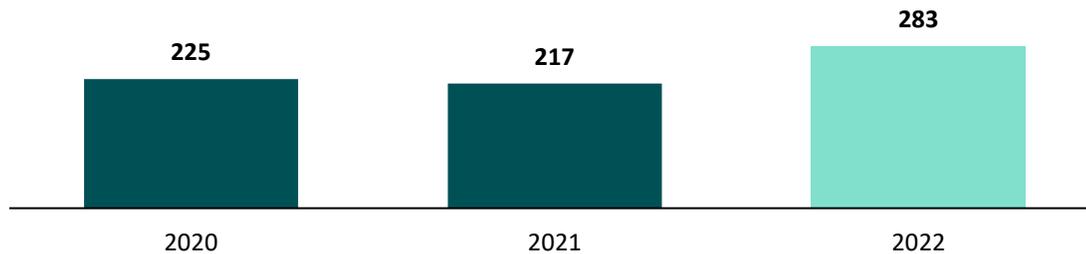
Utilidad Bruta y margen

(MM COP; %)



Utilidad Operacional Recurrente

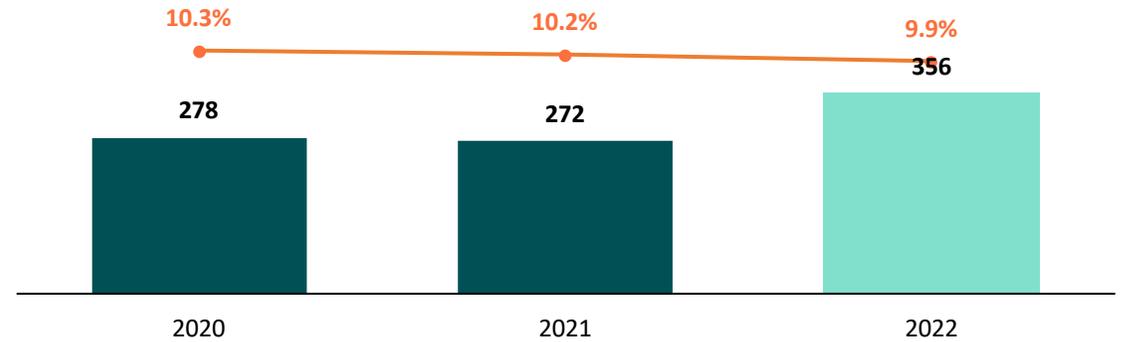
(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP; %)

CAGR +13,2%

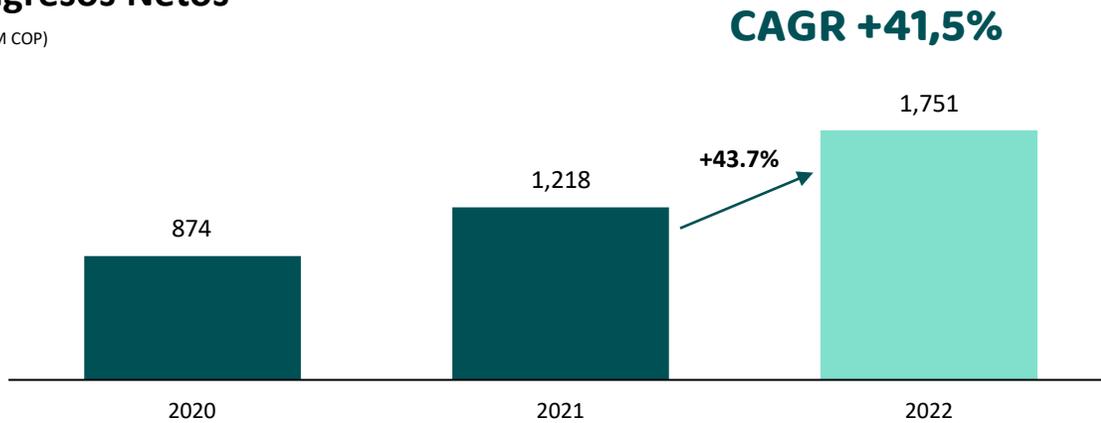




Información financiera: Argentina

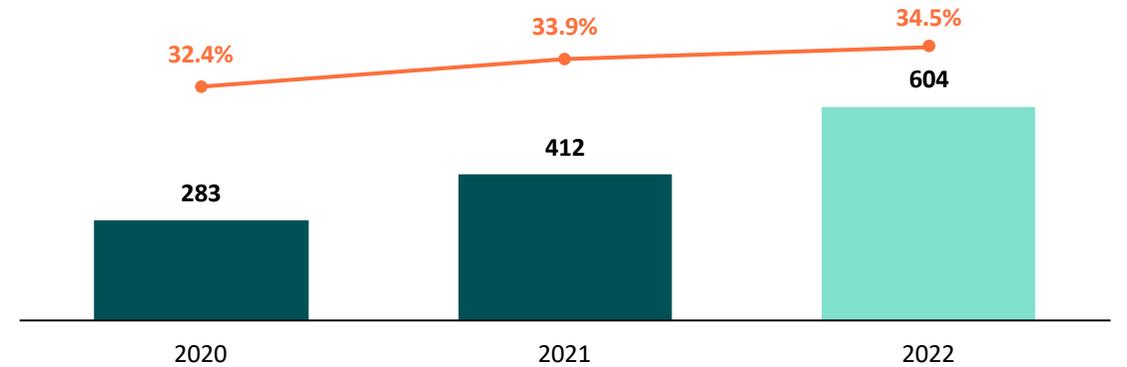
Ingresos Netos

(MM COP)



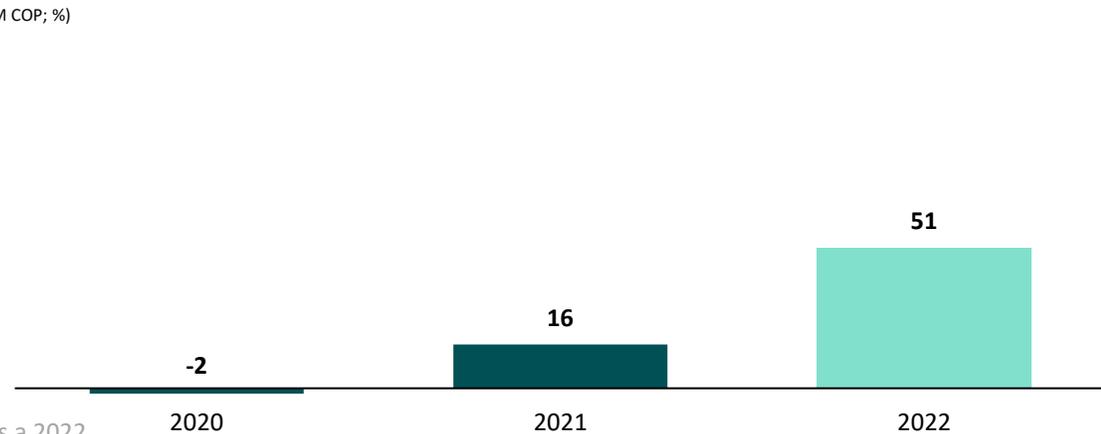
Utilidad Bruta y Margen

(MM COP; %)



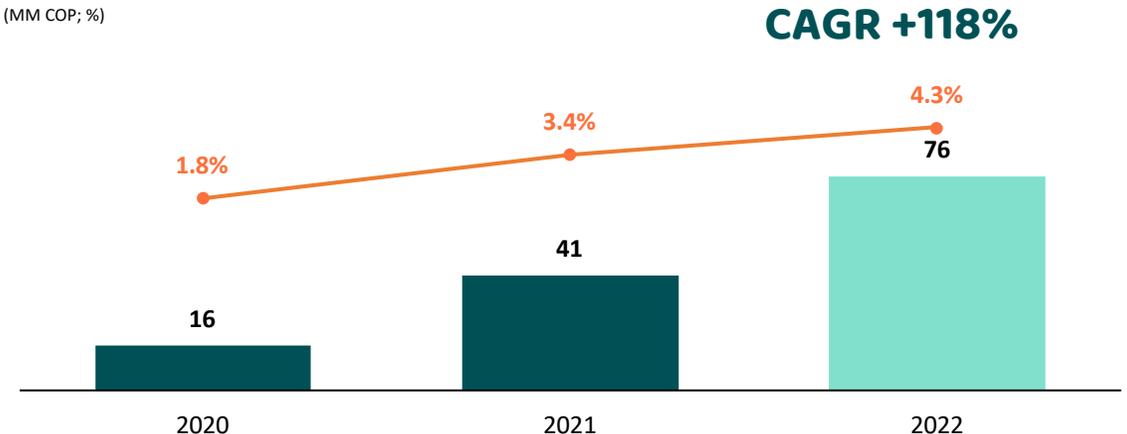
Utilidad Operacional Recurrente

(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP; %)

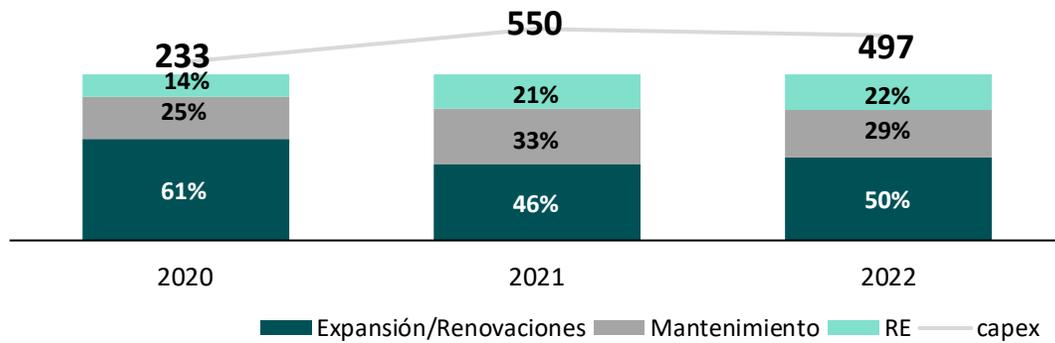




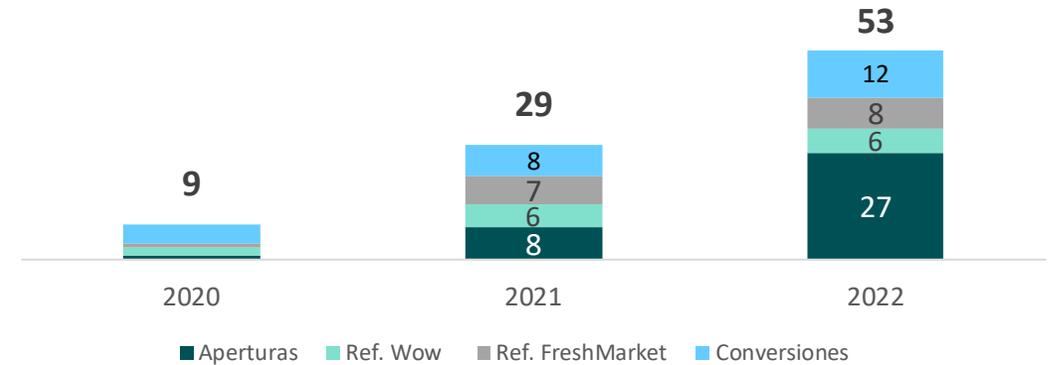
Sólida generación de caja y consistente ejecución de capex

CapEx en LATAM

(MM COP)

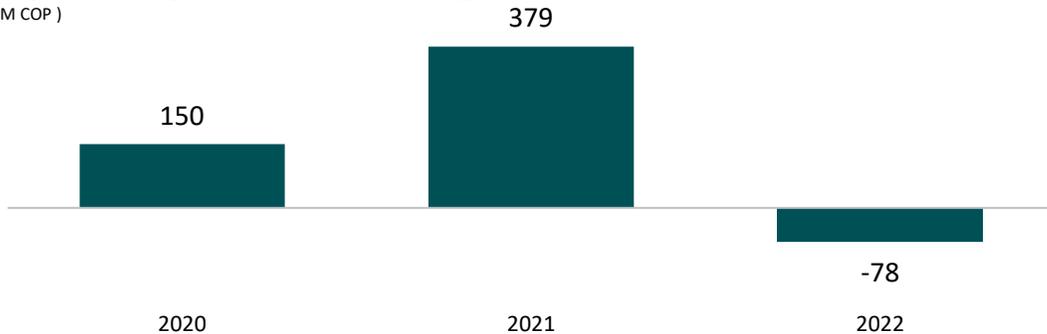


Número de proyectos de apertura y reformas consolidado



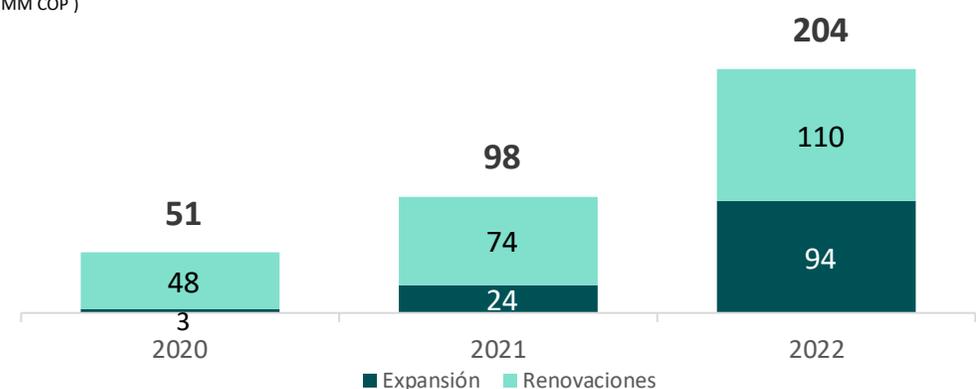
Flujo de Caja Neto – Holding

(MM COP)



Inversión en expansión y renovaciones Colombia

(MM COP)

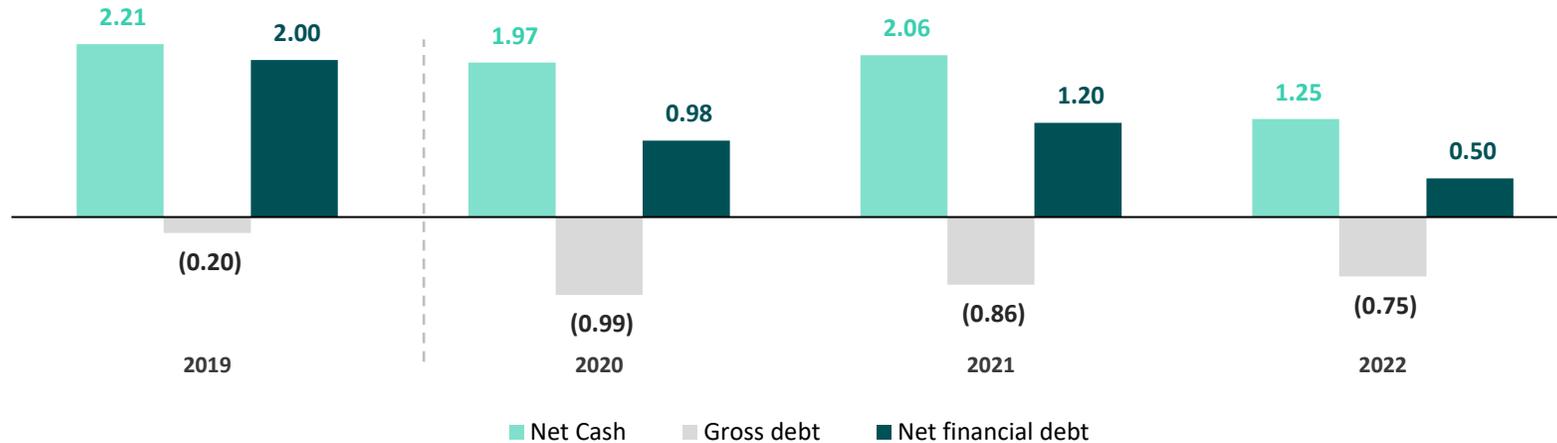


Nota: Cifras a 2022. El flujo de caja en 2022 incluye el efecto de inversión en inventarios como estrategia de mitigación para la compensar el alza de precios, especialmente de alimentos, en la región.

Sólida generación de caja y consistente ejecución de capex

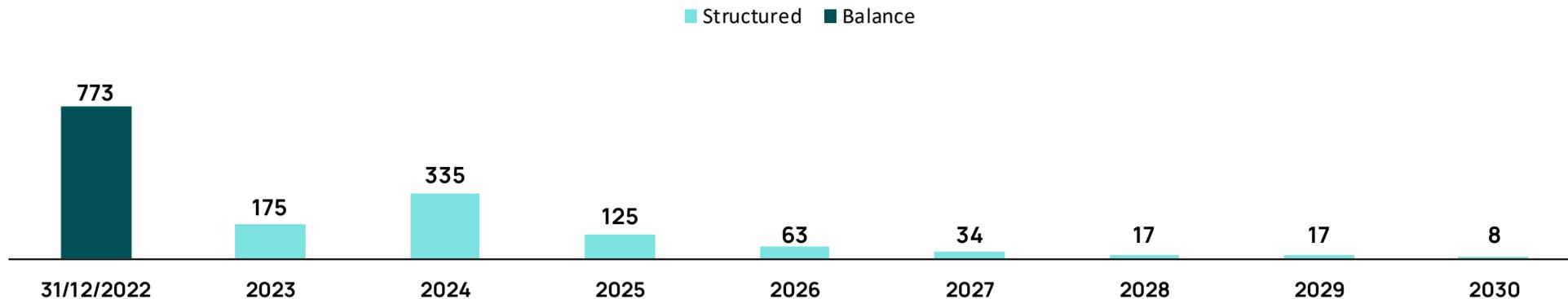
Deuda Neta Holding

(B COP)



Vencimientos de Deuda Bruta a nivel Holding

(MM COP)



Anexos

Hechos financieros y operacionales destacados consolidados¹



Ingresos operacionales crecieron doble dígito (+21.8%) y el EBITDA recurrente (+8.3%, +12.6%² ajustado por ingreso inmobiliario no recurrente), impulsados por Omnicanal e Innovación

Hechos destacados 2022

VMM³
+20.5% vs 2021

Ventas Netas
+22.7% vs 2021

EBITDA recurrente
+8.3%, margen 8.1%
(+12.6%² aj por ingreso inmobiliario no recurrente)

Propuesta de Dividendo
\$ 167.50 por acción⁴

Financieros

- **Ingresos operacionales anuales (+21.8%)** impulsados por:
 - ✓ Mayor participación de formatos innovadores (40%)
 - ✓ Crecimiento omnicanal (+18.9%)
 - ✓ Sólida evolución del neg inmobiliario (+8.5%)
- **GA&V anuales decrecieron 9 pb** por eficiencias internas, el menor nivel desde 2015 y a pesar de las presiones inflacionarias en la región.
- **Utilidad neta** reflejó el ajuste inflacionario en Argentina y el mayor impuesto diferido, gastos financieros y provisiones de Tuya, las cuales compensaron parcialmente un sólido desempeño operacional.

Inversión & Expansión

- **Inversiones de \$497,174 M, 71.4%** en expansión
- **+30,000⁵ m²** de área de ventas bruta adicional y otros **-50,000⁵ m²** intervenidos de formatos innovadores y otras marcas
- **Expansión 12M:**
 - ✓ **92 tiendas⁴** (Col 78, Uru 5, Arg 9)
 - ✓ **Optimización del portafolio de tiendas**
 - ✓ Lanzamiento de cash and carry en Argentina
 - ✓ Total **619 tiendas, 1.04 M m²**

Operacionales

- **Propuesta de dividendos de \$167.50** por acción (4.9% rentabilidad por acción)
- **Mejor desempeño omnicanal (ventas +18.9%, participación 9.6%):** (Col 12%, Uru 2.8 % y Arg 3.9 %)
- **Formatos innovadores 40%** de participación en las ventas consolidadas (41%, +23 pb vs 2021 en Colombia)

Nota: (1) Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto del tipo de cambio (1.2% en ventas y 2,2% en EBITDA recurrente en 4T22 y 1.1% y 2.9% en 2022, respectivamente) (2) Ingresos percibidos por Grupo Éxito por actividades de Desarrollo, administración y comercialización de proyectos inmobiliarios y la venta de proyectos de Desarrollo (inventario) ajustados en ambos periodos (nota 28 de los estados financieros consolidados) (3) Excluyendo el efecto de TC y calendario (4) Correspondiente a 1,297,864,359 acciones (5) Expansión últimos 12M entre aperturas, reformas, conversiones y remodelaciones.

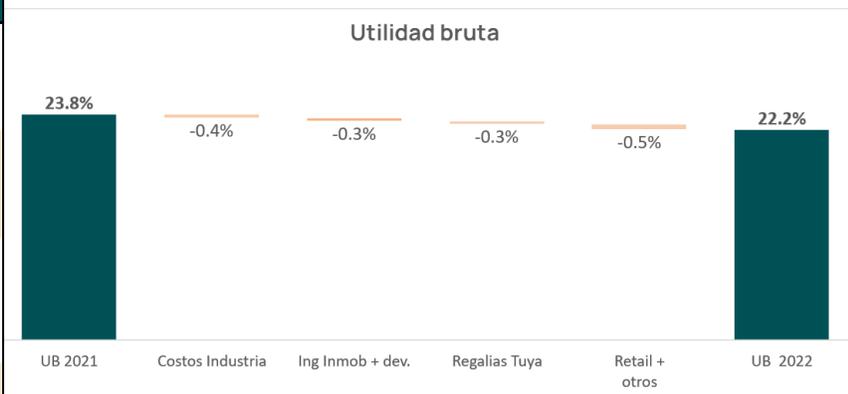


Resultados operacionales: Colombia



Crecimiento doble dígito de los ingresos y aumento del EBITDA recurrente gracias a la eficiencia en los GA&V, a pesar de las presiones inflacionarias

en millones de pesos colombianos	4Q22	4Q21	% Var	FY22	FY21	% Var
Ventas Netas	4,279,221	3,827,521	11.8%	14,517,395	12,284,397	18.2%
Otros Ingresos Operacionales	216,468	219,648	(1.4%)	762,273	748,426	1.9%
Total Ingresos Operacionales	4,495,689	4,047,169	11.1%	15,279,668	13,032,823	17.2%
Utilidad Bruta	975,975	979,964	(0.4%)	3,385,817	3,099,453	9.2%
<i>Margen Bruto</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 Gastos	(712,669)	(645,486)	10.4%	(2,661,672)	(2,344,855)	13.5%
<i>Gastos/Ing Op</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>
Utilidad Operacional Recurrente (ROI)	263,306	334,478	(21.3%)	724,145	754,598	(4.0%)
<i>Margen ROI</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>
EBITDA Recurrente	394,693	454,228	(13.1%)	1,230,861	1,221,557	0.8%
<i>Margen EBITDA Recurrente</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>

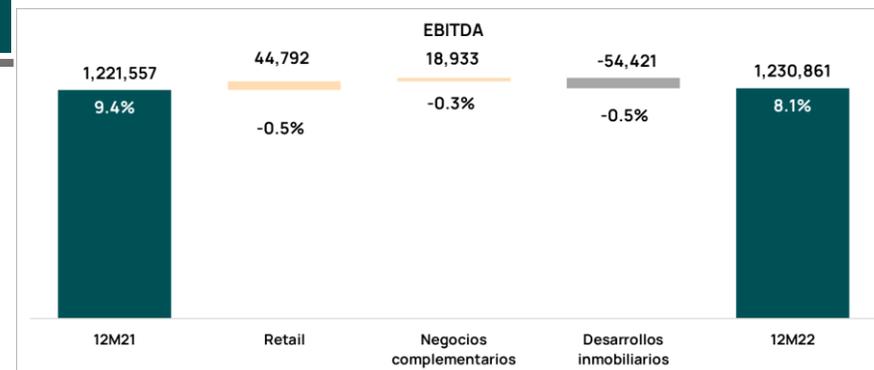


Ingresos Operacionales

- Tendencia anual impulsada por:
- ✓ Sólidos eventos comerciales
 - ✓ 41% participación de formatos innovadores
 - ✓ Crecimiento omnicanal (+18,2%, participación del 12%)
 - ✓ Aumento anual del volumen (3,0%)
 - ✓ Mayor contribución del negocio inmobiliario¹ (+5,6%)

Utilidad bruta / EBITDA recurrente

- Dilución de costos/gastos favorecida por el crecimiento de los ingresos
- El resultado bruto en 4T22 incluyó (i) un reconocimiento anual de costos reales tras el traslado de las instalaciones de la industria, (ii) ausencia de regalías TUYA por mayores provisiones, (iii) mayor base de ingresos inmobiliarios no recurrentes¹, (iv) mezcla de ventas y (v) inversión en precios
- Ebitda anual recurrente +5,7%^{1,2} al ajustar los ingresos inmobiliarios no recurrentes



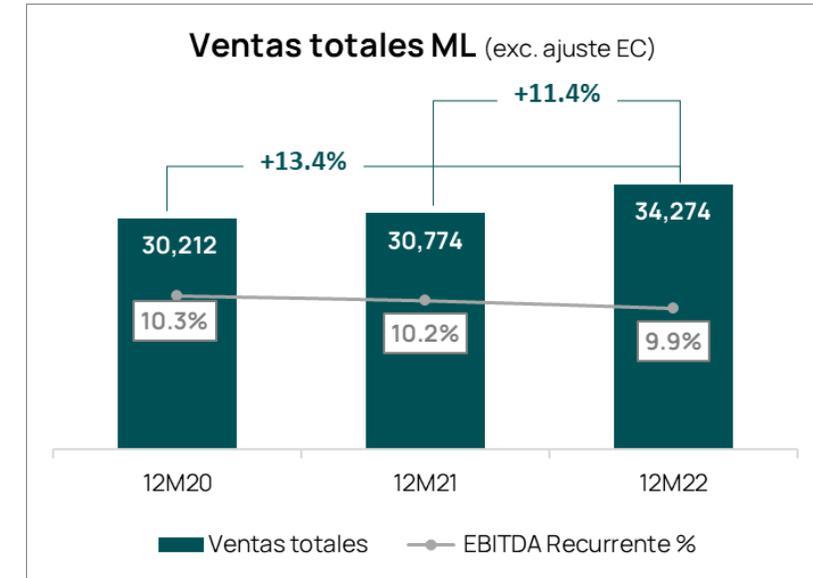


Resultados operacionales : Uruguay



El fuerte crecimiento anual de las ventas (+11,4%¹) y la eficiencia operacional preservaron altos niveles de EBITDA recurrente (+30,7%, margen del 9,9%).

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>



Ingresos Operacionales

- Ventas anuales + 11,4%¹ y VMM +11,2%^{1,2} muy por encima de la inflación (8,3%)
- Sólidas ventas en 29 tiendas Fresh Market (+17,2%¹, +9,9 p.p. por encima de las tiendas regulares, 52,9%/ventas)
- Sólida evolución de las ventas en la región este derivada de la temporada turística,
- Participación anual omnicanal (2,8%)

Utilidad bruta

- Aumento del margen (+55 pb en 4T22, +32 pb en 2022), en línea con la tendencia del trimestre anterior, principalmente por la eficiencia de costos del retail.

EBITDA recurrente

- Crecimiento anual de 30.7% ,margen de 9.9% a pesar de \$16,2 mil M (~45 bps) en gastos trimestrales por la creación de un reconocimiento del plan de pensiones (valoración actuarial); margen de 10.4% cuando se excluye
- La operación más rentable en 2022 a pesar de una base fuerte

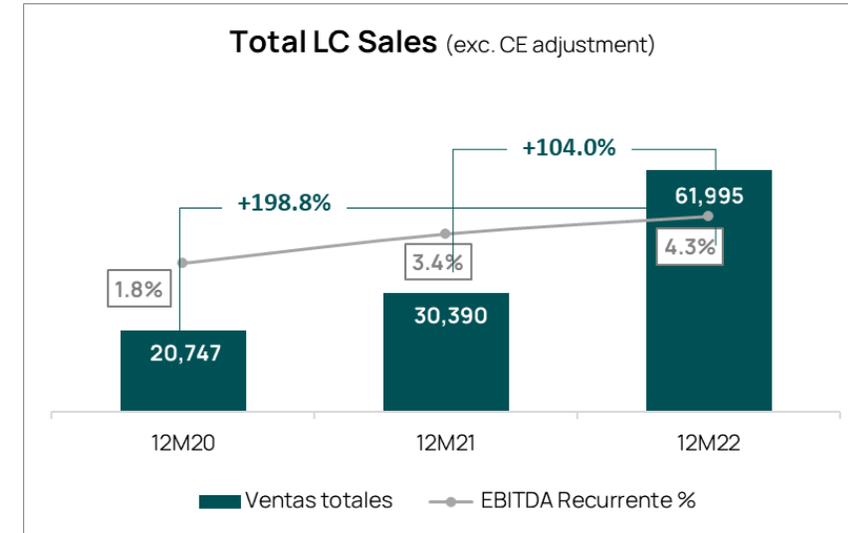


Resultados operacionales: Argentina



Mejora de los resultados anuales: los ingresos crecen 2,1x¹ (las ventas crecen 800 pb por encima de la inflación) y el EBITDA recurrente 2,6x¹

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>



Ingresos Operacionales

- Ventas anuales +103,7%¹ (800 pb por encima del IPC); SSS +96,1%^{1,2}, impulsadas por el aumento del tráfico (+6,7%) y el lanzamiento del formato C&C (9 tiendas Mini Mayorista YTD).
- Participación omnicanal del 3,9% (+142 pb vs 2021)
- Mayores ingresos inmobiliarios por dinámica comercial y mejor nivel de ocupación (92,6%)

Utilidad bruta

- Aumento anual del margen de +67 pb debido principalmente a:
- ✓ Menor inversión en precios en un contexto de control de precios
 - ✓ Mayor crecimiento del sector inmobiliario (93,7%)

EBITDA recurrente

- Sólido aumento anual del margen (93 pb) gracias a:
 - ✓ Dilución de gastos¹ por el sólido crecimiento de las ventas
 - ✓ Control de costos/gastos a pesar de la elevada inflación y el efecto de los aumentos salariales
- Posición de caja estable

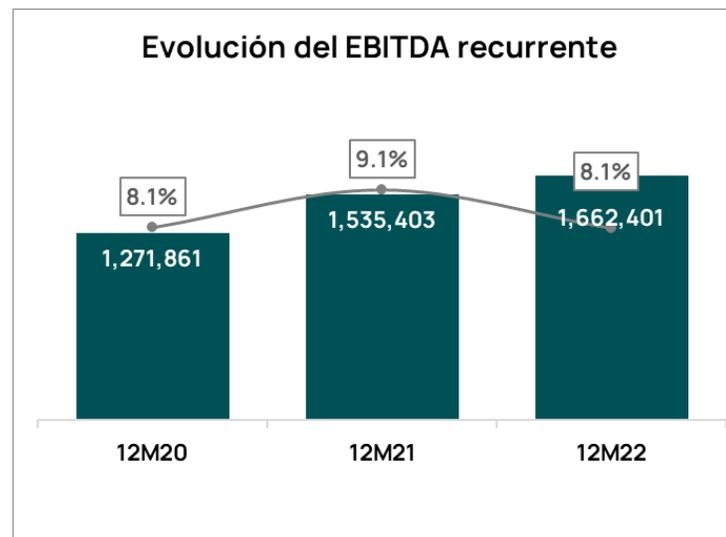
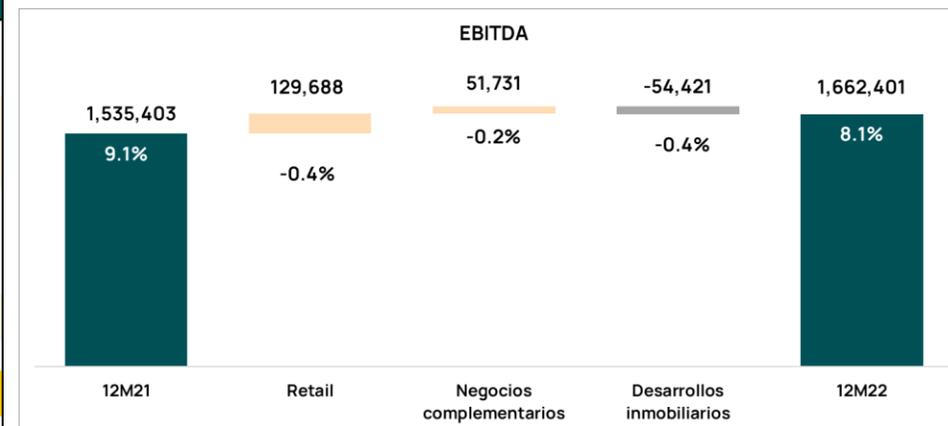


Resultados financieros consolidados 2022



Crecimiento doble dígito de los ingresos (+21,8%) y del EBITDA recurrente (+8,3%, +12,6%¹ ajustado por ingresos no recurrentes inmobiliarios), impulsados por la omnicanalidad y la innovación.

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>



Ingresos Operacionales

- Fuerte tendencia retail en todas las operaciones impulsada por la innovación (40%/ventas), el crecimiento omnicanal (+18,9%) y el dinamismo comercial
- Crecimiento de otros ingresos por sólidos neg inmobiliario (+8.5%) a pesar de una mayor base de \$42 mil M de ingresos por desarrollo y \$59 mil M de regalías TUYA

Utilidad bruta / EBITDA recurrente

- UB reflejó (i) el reconocimiento anual de costos reales en Colombia después de la reubicación de la industria, (ii) ausencia de regalías TUYA, (iii) una base RE más alta de cerca de \$70 mil M¹ (iv) y efecto mezcla.
- El nivel más bajo de GAV desde 2015, a pesar de las presiones inflacionarias en toda la región.
- Ebitda recurrente anual +12,6%¹ al ajustar ingresos de desarrollo inmobiliario y venta de activos

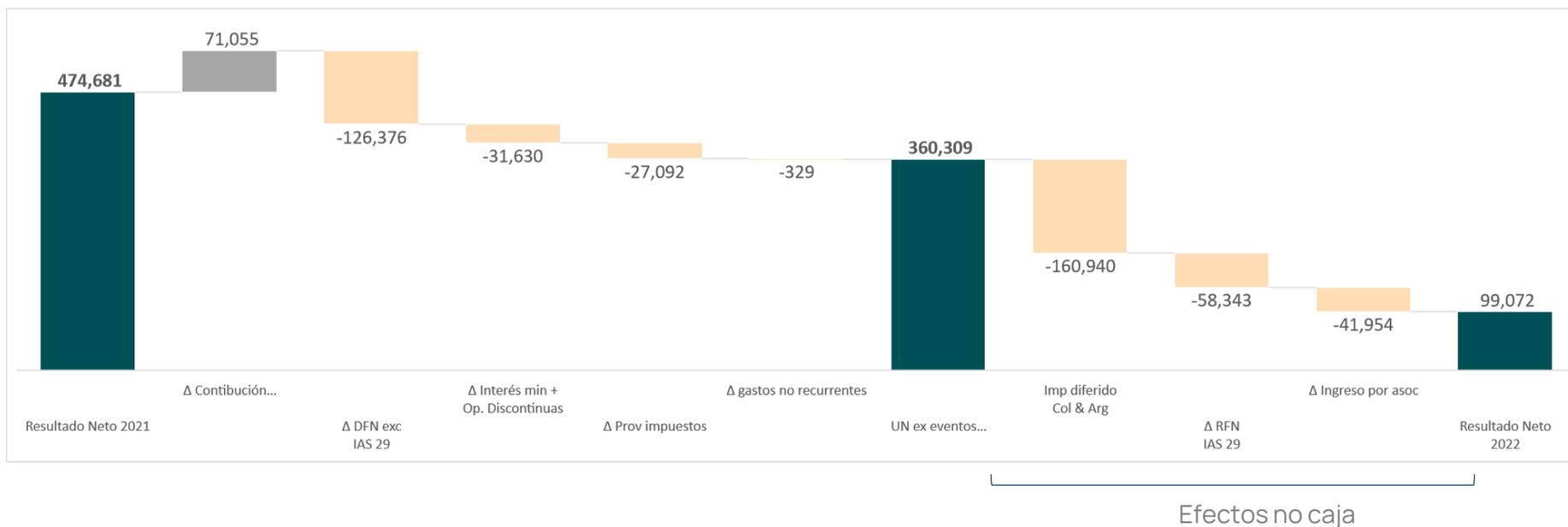
Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto TC (1,2% en ventas y 2,2% en EBITDA recurrente en 4T22 y 1,1% y 2,9% en 2022, respectivamente) (1) Ingresos percibidos por el Grupo Éxito por actividades relacionadas con el desarrollo, 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).



Resultado neto atribuible a Grupo Éxito en 2022



Resultado operacional positivo contrarrestado por mayores gastos financieros, provisiones de TUYA y efectos no monetarios como mayores impuestos diferidos y ajustes por inflación



Hechos destacados

- Variaciones positivas de (i) desempeño retail y (ii) negocios complementarios principalmente inmobiliario.
- Variaciones negativas principalmente de (i) gastos financieros (tasas de interés +827 pb vs 4T21), (ii) mayores provisiones de TUYA (por créditos emitidos +25.6%) y otros efectos no caja como (iii) ajustes por impuestos diferidos en Colombia y Argentina, y (iv) el ajuste por inflación en Argentina (NIC 29).
- La utilidad por acción fue de \$ 76,3 frente a los \$ 365,7 reportados en 2021

Nota: Los datos consolidados incluyen los resultados de Colombia, Uruguay y Argentina, las eliminaciones y el efecto de TC (1,2% en ventas y 2,2% en el EBITDA recurrente en el 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 (es decir, tras la operación de recompra 122 completada el 30 de junio de 2022 y el desdoblamiento de acciones del 18 de noviembre de 2022).

Deuda neta y caja a nivel Holding¹



La sólida estructura de flujo de caja permitió financiar el pago de dividendos, la operación de recompra de acciones y los requerimientos de inversión



Cifras en billones de pesos

En miles de millones de pesos	2,022	2,021	Variation
EBITDA	997	1,034	-3.6%
Pasivo por arrendamientos, amortizaciones e interesease liabilities ar	(364)	(340)	7.1%
Resultado operacional antes de cambio en el capital de trabajo	496	619	-19.9%
Change in Tax	(119)	(73)	64.1%
Movimientos por capital de trabajo	(342)	(12)	2849.9%
Inversión en capital	(370)	(326)	13.6%
Flujo de caja libre antes de inversiones	(335)	209	-259.9%
Dividendos recibidos	257	169	51.7%
Flujo de caja libre	(78)	379	-120.6%
Generación de flujo de caja para los accionistas	(151)	390	-138.8%

Hechos destacados

- **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
- Presiones en gastos financieros (tasas de interés +827 pbs vs 4T21) por mayores tasas repo (+900 pb vs 2021)

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: Almacenes Éxito S.A resultados sin Colombia ni filiales internacionales.

Conclusiones 2022



Crecimiento doble dígito de los ingresos (+21,8%) y del EBITDA recurrente (+8,3%, +12,6%¹ ajustado por ingresos no recurrentes de RE), impulsados por la omnicanalidad y la innovación

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.

2022 Perspectivas vs. Resultado



Objetivos previstos comunicados al mercado, plenamente alcanzados

	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	Obejtivo 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.	●

Resultados Financieros Consolidados



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..

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.

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%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Dec 2022	Var %
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%

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%)

Deuda por país 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.

Estado de Resultados a nivel Holding ⁽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>

Balance General a nivel Holding⁽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	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	4,085,625	4,875,319	19.3%
Otros	332,779	165,949	(50.1%)

en millones de pesos colombianos	Dec 2021	Dec 2022	Var %
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%

1) Holding: Almacenes Éxito sin subsidiarias colombianas.

Número de 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

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

Teresita Alzate

Ejecutiva de Relación con Inversionistas

+ (574) 6049696 Ext 306560

teresita.alzate@grupo-exito.com

Cr 48 No. 32B Sur – 139, Av. Las Vegas
Envigado, Colombia

www.grupoexito.com.co

exitoinvestor.relations@grupo-exito.com

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”.



