



Nutrimos de
oportunidades
a Colombia

Informe de Gestión



Trabajamos para que el cliente regrese: desarrollamos un ecosistema de servicios que genera experiencias únicas

Dimensión de la Compañía

Informe de Gestión

Informe de Gobierno Corporativo

Informe de Sostenibilidad

Estados Financieros

Índice GRI



Señores(as) accionistas:

En Grupo Éxito, continuamos trabajando por ser siempre una organización relevante dentro de los países donde operamos, pues sabemos que estamos en el cruce de camino de miles de personas y organizaciones con capacidad de impactar favorablemente sus grupos de interés. Durante 2022 en Colombia, hicimos negocios con más de **6.000** proveedores(as), completamos más de **36.000** colaboradores(as), lo que nos convierte en el mayor empleador privado del país, y solucionamos las necesidades de más de ocho millones de clientes(as). Con nuestras **492** tiendas físicas, tenemos presencia en **23** departamentos del país; y con el comercio electrónico, llegamos a más de 500 municipios, entregando más de **13,3** millones de despachos a las casas de los(as) colombianos(as). Buscamos ser parte de la esencia del país y de cada una de las regiones en las que operamos, pues de esta forma contribuimos a su bienestar y desarrollo, promoviendo la producción de la industria textil, agrícola y artesanal, la generación de empleo y la construcción de oportunidades para las comunidades en el país.

En nuestras operaciones internacionales en Uruguay y Argentina, también nos enfocamos en aportar a la transformación del *retail* de estos países, con innovación en formatos, tecnologías, productos y prácticas sostenibles.

Fundamentamos nuestro trabajo diario en tres ámbitos: la sostenibilidad económica, la social y el cuidado del planeta. Nuestro enfoque no es solo un resultado financiero sostenible sino también generar impactos sociales positivos, por lo que declaramos como nuestro



Carlos Mario Giraldo Moreno, presidente Grupo Éxito.



propósito superior: “Nutrimos de Oportunidades a Colombia”, teniendo como objetivo dejar una huella positiva en las comunidades, el país y el planeta, propiciando acciones para la generación de progreso, equidad, honestidad, transparencia y oportunidades.

El 2022 inició con una dinámica económica positiva que se mantuvo durante buena parte del año, jalonada por el crecimiento del consumo de los hogares, estimado en un 13,9%. Este consumo, aunado a las condiciones internacionales en las cadenas de suministros, conflictos geopolíticos e incremento de precios, provocaron un incremento de la inflación y de las tasas de interés, tanto en Colombia como en el resto del mundo. En medio de esta situación se afectó, en cierta forma, la confianza y capacidad económica de los consumidores, y por ello enfocamos nuestros esfuerzos en controlar los niveles de precios a través de compras anticipadas a los productos de nuestros(as) proveedores(as), la implementación de acciones para incrementar la productividad y el mejoramiento de nuestro portafolio de cerca de 700 productos, la mayoría de canasta familiar, a “Precios Insuperables”. Logramos contener el aumento de los precios en 7,7 puntos porcentuales por debajo de la inflación de alimentos del país, con el objetivo de alivianar la carga inflacionaria a los(las) colombianos(as).

En este contexto, gracias a nuestra estrategia centrada en el(la) cliente(a) y fundamentada en la omnicanalidad (combinación de los canales físicos y virtuales), la innovación en formatos, la monetización de los activos y las eficiencias operacionales, en Grupo Éxito, registramos un crecimiento cercano al 22% en los ingresos, gracias al buen desempeño del negocio *retail* en todos los países y del negocio inmobiliario en Colombia y Argentina.

Durante el año, la compañía alcanzó hitos en cada uno de sus pilares estratégicos. Así, los formatos innovadores de Colombia, Uruguay y Argentina representaron el 40% de las ventas consolidadas, apalancados en: la expansión de Éxito Wow, con la adquisición de seis tiendas nuevas; y en el mayor ritmo de crecimiento del formato mayorista (Surtimayorista y Mini Mayorista), el cual contó con 19 tiendas nuevas. La omnicanalidad, en los tres países, representó cerca del 10% de las ventas y los negocios complementarios presentaron un crecimiento del 6%.

En sintonía con nuestro propósito superior y teniendo la innovación como uno de nuestros ejes transversales, continuamos trabajando en la conservación de la biodiversidad, la promoción del empleo y la reconstrucción del tejido social.

En 2022 declaramos como nuestro propósito superior: “Nutrimos de Oportunidades a Colombia”, teniendo como objetivo dejar una huella positiva en las comunidades, el país y el planeta, propiciando acciones para la generación de progreso, equidad, honestidad, transparencia y oportunidades.

Nutrimos de Oportunidades a



Nutrimos de oportunidades a Colombia

Durante el 2022, dimos apertura a cinco de los almacenes adquiridos a La 14 en 2021, en las ciudades Cali, Cartago, Jamundí, Palmira y Tuluá. En estos, tuvimos como premisas fundamentales la compra local, el desarrollo de pequeñas y medianas empresas y la generación de empleo. Como consecuencia, cerca de 120 proveedores(as) de La 14 fueron vinculados(as) a nuestra operación, generamos más de 800 empleos para el funcionamiento de las nuevas tiendas, sumando así más de 4.500 colaboradores(as) en nuestras dependencias en la región y aportando a la recuperación del empleo en el Valle del Cauca. De igual forma, al recuperar sus negocios, los(as) proveedores(as) reactivaron su propia cadena de empleabilidad.

¡En Grupo Éxito nos mueve la esperanza, el optimismo y el deseo de ser parte de los sueños de millones de colombianos(as)! Creemos en el poder de construir juntos un mejor país, en las ilusiones compartidas, en los trabajos hechos con esfuerzo y en la dignidad. Sabemos que actuar íntegramente construye confianza, lo que nos llena de alegría y nos motiva a hacer las cosas bien, retándonos a dar los máximos posibles.



Conoce nuestro propósito superior **aquí**



Colombia – Grupo Éxito

El crecimiento del PIB durante el año fue de **7,5%**, favorecido por el crecimiento del consumo privado, el aumento del crédito y la reducción del desempleo, que se ubicó en 10,3%. Un año caracterizado por un alto grado de incertidumbre económica y política, por el incremento de tasas de interés al 12% y por una inflación que alcanzó el 13,1%, la más alta de los últimos 23 años. En el último tramo del año, el consumo de los hogares, que venía siendo el motor del destacado crecimiento anual, mostró signos de desaceleración.

Los ingresos de la operación en Colombia alcanzaron los COP 15,3 billones, 17,2% más que en 2021. Esta cifra estuvo por encima de los niveles de inflación del año. El desempeño positivo de los ingresos estuvo sustentado en el dinamismo comercial, el aumento de los niveles de tráfico en las tiendas, el sólido desempeño de la omnicanalidad, y la mayor contribución de los formatos innovadores y negocios complementarios, principalmente del inmobiliario. Esta dinámica fue el resultado de una exitosa estrategia centrada en el(la) cliente(a), con una rápida respuesta de la compañía a sus necesidades y preferencias.

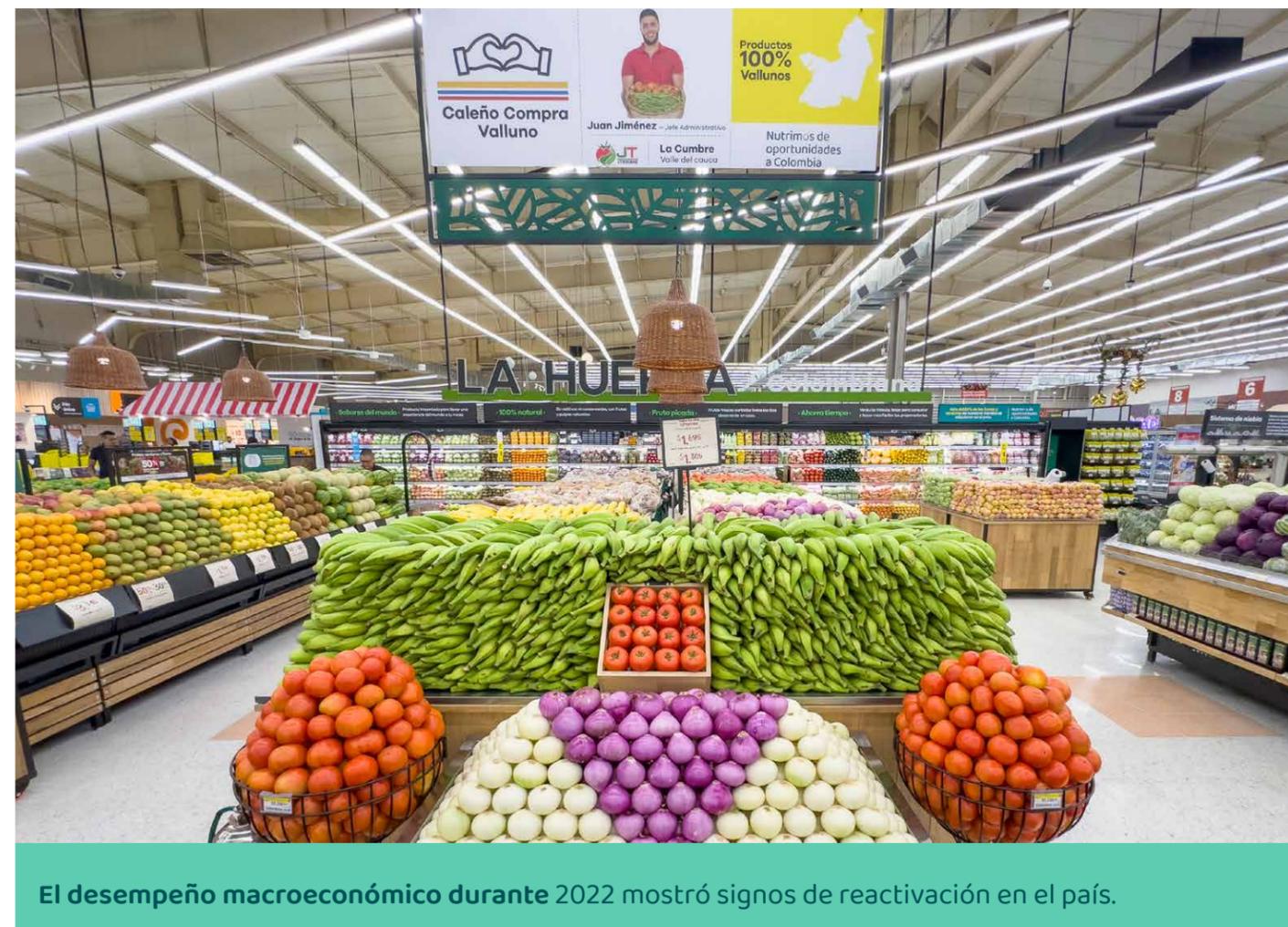
El EBITDA recurrente creció 0,8% y se ubicó en COP 1,2 billones, con un margen sobre los ingresos de 8,1%. Este resultado fue favorecido por el crecimiento de los ingresos operacionales y por una estrategia centrada en lograr eficiencias en los gastos, apoyada en: el programa de Excelencia Operacional; los ajustes realizados a los gastos, sin afectar los niveles de servicio, en medio de un am-

COP
15,3
billones

ingresos de operación en Colombia, 17,2% más que en 2021.

COP
1,2
billones

EBITDA recurrente, con un margen sobre los ingresos de 8,1%. Creció 0,8%.



El desempeño macroeconómico durante 2022 mostró signos de reactivación en el país.

biente con presiones inflacionarias; y el buen ejercicio de los negocios complementarios, que contribuyeron de forma importante, fortaleciendo la rentabilidad y la atracción de nuestras marcas. El resultado también reflejó impactos negativos, por mayores niveles de ingresos no recurrentes

en las bases y por un incremento en el costo de productos frescos manufacturados en nuestra industria de alimentos, como efecto de la natural estabilización de nuestros procesos de industria, luego del traslado de la sede de su localización anterior en Bogotá.



Innovación y crecimiento

La compañía continuó enfocada en ofrecer un valor diferenciado a sus clientes(as) y retomó la expansión orgánica en formatos de gran potencial. Al cierre del año, los formatos innovadores alcanzaron el **41%** de las ventas de la compañía en Colombia: Éxito Wow representó el **34,2%**; Carulla FreshMarket, el **60%**; y Surtimayorista, el **5,2%**.

En términos de crecimiento orgánico Éxito Wow abrió cinco nuevas tiendas adquiridas a La 14, agregando cerca de 26.000 m² al área de ventas. Adicionalmente, la marca Éxito reformó seis de sus tiendas para el formato Wow, completando 30 de este tipo en total. Por su parte, Surtimayorista abrió cuatro nuevas tiendas y reconvirtió seis, para un total de 10 intervenidas durante el año.

Es así como entonces, la participación del mercado es 28,4% (fuente Nielsen), Colombia más mayoristas.

En términos de reformas: Carulla abrió ocho almacenes *FreshMarket*, completando 30 tiendas bajo este modelo, y convirtió siete tiendas en el formato Carulla express; Super Inter reconvirtió diez de sus almacenes en el formato Vecino, completando 35 tiendas de este tipo, que representaron cerca del 71% de las ventas totales de la marca; y Surtimax, por su parte, completó 37 proyectos, entre aperturas y renovaciones.

41%

de las
ventas

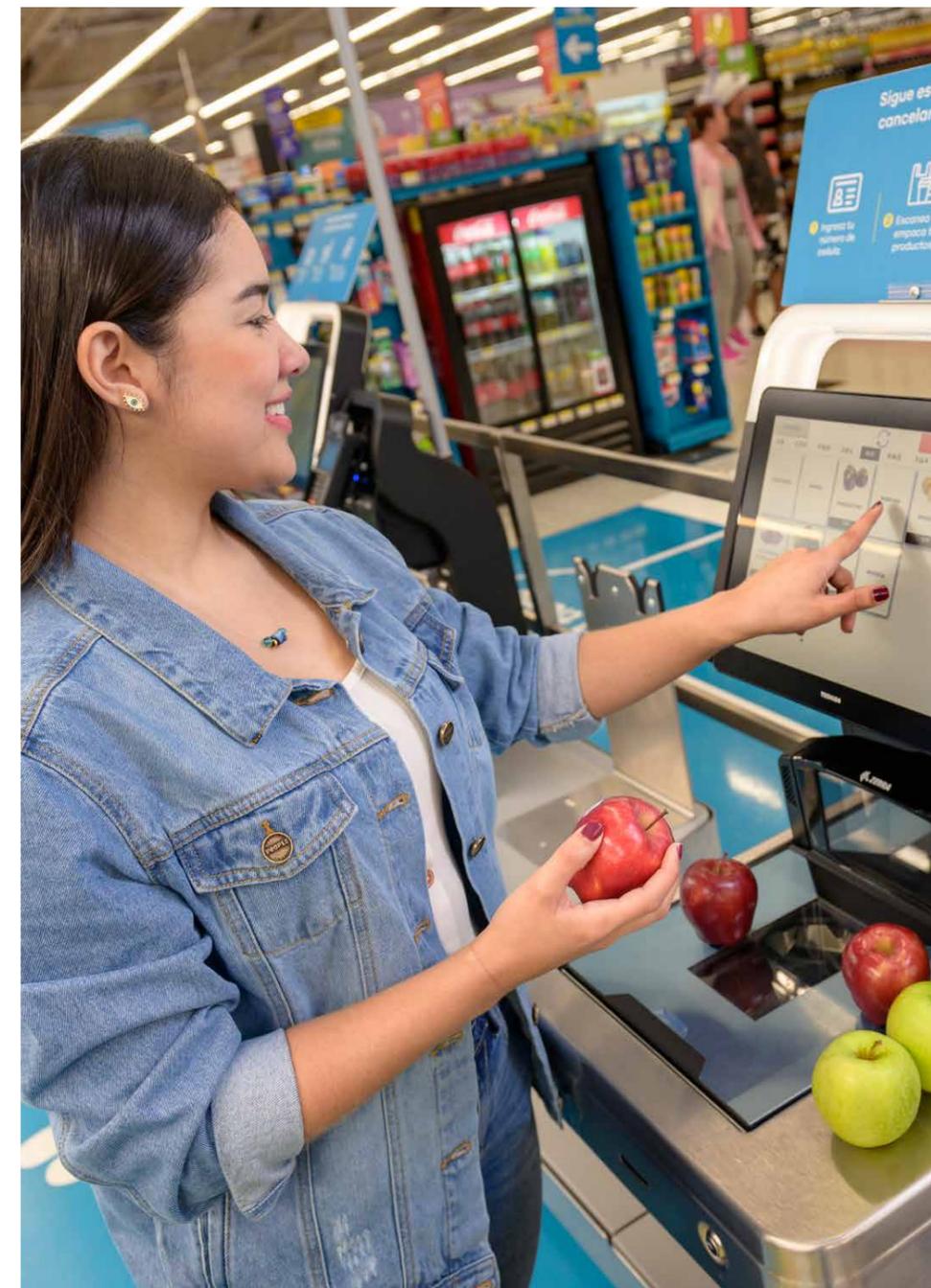
de la compañía en Colombia fueron en los formatos innovadores: Éxito Wow representó el 34,2%; Carulla FreshMarket, el 60%; y Surtimayorista, el 5,2%.

Omnicanalidad

Se alcanzó una participación en las ventas del 12%, dada por el crecimiento del 10,5% de las ventas de la categoría de alimentos y del 15%, de no alimentos, a través de nuestros diferentes canales, consolidando este como un negocio estratégico para el crecimiento. Vale la pena resaltar el desempeño del servicio de última milla, que creció un 28%, impulsado por Turbo Fresh, en alianza con Rappi. Asimismo, el canal de WhatsApp representó el 17,5% de las ventas de la omnicanalidad en Colombia y la app MiSurtii, que contribuyó a digitalizar las ventas de alimentos principalmente de 3.000 tiendas de barrio, y participó en el 26% de las ventas del formato Aliados.

Continuamos fortaleciendo la experiencia de servicio omniciente, teniendo como motor la transformación digital, e invertimos en tecnologías de innovación y desarrollo de sistemas para fortalecer el comercio digital y las capacidades logísticas, buscando la integración eficiente de todos los negocios y canales de venta.

Con respecto a la **monetización del tráfico**, destacamos el desempeño y la contribución del negocio inmobiliario, por encima de niveles prepandemia. Fortalecimos nuestra posición como primer operador de centros comerciales en Colombia, con sólidos niveles de ocupación, superiores al 96%, y mayor tráfico, lo cual favoreció el desempeño de nuestros arrendatarios y nuestros ingresos por arrendamientos. Durante el año, continuamos con la construcción de la primera tienda IKEA, ubicada en el centro comercial Viva Envigado, el cual se convertirá en el más grande de Colombia.



Como estrategia diferenciadora para brindar experiencias superiores a los clientes, la compañía invirtió un total de COP 396.300 millones en Colombia.



Nuestro negocio financiero presentó un gran dinamismo y alcanzó 2,1 millones de tarjetas emitidas y cerca de COP 4,5 billones en cartera, creciendo el 26%. El desempeño del negocio de Viajes Éxito se dinamizó y crecieron sus ventas un 43%, movilizándolo a más de 74.000 pasajeros.

El programa de lealtad Puntos Colombia creció de manera dinámica y rentable. El ecosistema completó más de 160 marcas aliadas; generó más de 35 millones de puntos, para los 6,2 millones de clientes(as) registrados(as) con *habeas data*, un incremento del 14% frente a 2021; y reportó niveles de utilidad operacional y utilidad neta durante el año.

Las marcas propias de la compañía, que son otro foco de nuestra estrategia de innovación para la diferenciación y la competitividad, se destacaron durante el año: Frescampo y Taeq representaron el 5,8% de las ventas de alimentos. Arkitect, People y Bronzini, por su parte, aportaron el 43% de las ventas de la categoría textil; y Finlandek continuó aumentando las ventas de la categoría hogar, gracias a la colaboración de diseñadores(as) y artesanos(as) colombianos(as) en el desarrollo de sus productos y colecciones. El 97% de nuestras prendas marca propia son compradas y confeccionadas en Colombia a través de 344 talleres de producción en todo el territorio nacional, que emplean a cerca de 9.600 personas, 70% de ellas mujeres. Además, vendimos 48,8 millones de prendas de vestir, con lo que podemos decir que “vestimos a Colombia”.



5,8% de las ventas de alimentos de la alimentos fueron de las marcas propias Frescampo y Taeq que son foco de nuestra estrategia de innovación.

COP
2,1 millones

de tarjetas emitidas y cerca de COP 4,5 billones en cartera alcanzamos en nuestro negocio financiero, creciendo el 26%.

97%
de nuestras

prendas marca propia son compradas en Colombia; además, vendimos 48,8 millones de prendas de vestir, con lo que podemos decir que “vestimos a Colombia”.

Operaciones internacionales

Las operaciones en Uruguay y Argentina incrementaron su EBITDA recurrente en un 37,6%, contribuyendo a la evolución financiera consolidada, apalancadas en mejoras progresivas en el flujo de clientes(as) en las tiendas e incrementos en la productividad.

Uruguay - Grupo Disco y Devoto

Durante los primeros tres trimestres del 2022, Uruguay presentó un aumento en la inflación de hasta 9,95%; sin embargo, el indicador corrigió a la baja durante el último trimestre del año y se ubicó en el 8,3%, en línea con el 8% reportado en 2021, con un componente de alimentos creciendo el 11,8% frente al 6,5% registrado el año anterior. El crecimiento del PIB a septiembre de 2022 fue del 3,7% y se compara con el 4,4% reportado en 2021.

Nuestra operación en Uruguay fortaleció su propuesta de valor con el modelo fresh market, el cual representó el 52,9% de las ventas en el país; realizamos seis remodelaciones y aperturas, con las cuales completamos 29 tiendas en total de dicho formato. Las ventas omnicanales representaron el 2,8% de las ventas totales en el país. Como consecuencia la participación en el mercado es del 42,1% (fuente Nielsen).

El margen EBITDA recurrente alcanzó el 9,9% y se mantuvo como el más alto de la compañía, reflejando altos niveles de productividad y de control del gasto. El margen creció un 8,3% en moneda local, superando el nivel de la inflación.



Argentina - Libertad

El PIB para el tercer trimestre de 2022 creció un 4,7%, con relación al mismo período del año anterior, y se estimaba que creciera un 5% para el cierre de año. El país continuó con altos niveles de inflación que alcanzaron un 95,7% al cierre del 2022. El índice de confianza del consumidor tuvo una variación acumulada negativa de 4,9% vs. el de 2021.

La operación de Libertad continuó implementando la estrategia multiformato y omnicanal, y lanzó el formato Mini Mayorista en 2022, una propuesta pensada para ofrecer el mejor precio por volumen en productos básicos, en un espacio compacto y con una experiencia de compra simple, tanto para clientes(as) minoristas como mayoristas. Al cierre de 2022, nueve tiendas representaron un 3,7% del total de las ventas en el país.

Libertad aumentó sus ingresos en un 105,1% en moneda local, jalonados por el buen resultado comercial del negocio *retail*, la evolución de los canales digitales que representaron un 3,9% de las ventas, el buen comportamiento del formato Mini Mayorista y la dinámica del negocio inmobiliario con niveles de ocupación del 92,6%. El margen EBITDA recurrente fue del 4,3% en 2022 y alcanzó un crecimiento del 161,5% en moneda local, que, comparado con el del año anterior, presentó un nivel muy superior a la inflación. La participación en el mercado es del 14,7% en las zonas donde opera la compañía (fuente Nielsen).

Resultados financieros consolidados

Grupo Éxito alcanzó los COP 20,6 billones en ingresos, con un crecimiento del 21,8%, los cuales estuvieron apalancados en el buen desempeño de los formatos innovadores, la dinamización de las ventas tanto en el canal físico como en el de comercio electrónico,



La operación en Colombia representó el 74% de los ingresos totales del Grupo, que creció el 17,2% frente al año anterior.

los buenos resultados de los negocios complementarios, la evolución del negocio inmobiliario y el desempeño de los nuevos negocios que se han sumado al ecosistema de la compañía.

La operación en Colombia representó el 74% de los ingresos totales del Grupo, que creció el 17,2% frente al año anterior, gracias al desempeño del negocio *retail*. Por su parte, las operaciones internacionales representaron el 26% de los ingresos consolidados y sumaron COP 5,3 billones, por la dinámica comercial que se tradujo en un crecimiento del 37,3%.

El EBITDA recurrente del Grupo creció el 8,3%, comparado con el de 2021, y alcanzó más de COP 1,7 billones, con un margen del 8,1%. Así mismo, la utilidad neta fue COP 99.072 millones, por un positivo desempeño del negocio *retail*, el fortalecimiento de los negocios complementarios y de las actividades conjuntas del ecosistema, y una óptima estructura operacional. El resultado operacional fue parcialmente afectado por mayores impuestos diferidos excepcionales en Colombia, producto de la última reforma en el régimen de impuestos, y por el reconocimiento del alto efecto inflacionario argentino, ambos impactos sin presión negativa sobre la generación de caja de la organización. Adicionalmente, el incremento en las tasas de interés, especialmente en Colombia, impactó negativamente la utilidad neta.

La posición bruta de caja fue de COP 1,3 billones, lo que refleja la solidez financiera de la organización.



La Fundación Éxito cumplió 40 años y logró atender a más de 60.000 niños(as), en línea con su propósito de erradicar la desnutrición crónica en Colombia, para el año 2030.

Sostenibilidad

Continuamos estando entre los diez *retailers* de alimentos con mejor puntuación en el Corporate Sustainability Assessment (CSA), de Standard & Poor's, y subimos dos categorías en el Climate Disclosure Project (CDP), en la dimensión Clima, obteniendo una puntuación B. Y por cuarto año consecutivo fue reconocido como Sustainability Yearbook Member. De igual manera, regresamos al top diez de las empresas con mejor reputación del monitor Merco, ubicándonos en el octavo puesto.

Algunos resultados de la estrategia de sostenibilidad, durante el 2022, fueron los siguientes:

- La Fundación Éxito cumplió 40 años y logró atender a más de 60.000 niños(as), en línea con su propósito de erradicar la desnutrición crónica en Colombia, para el año 2030.
- Actualizamos la MEGA Ambiental Corporativa, con el compromiso de reducir el 55% de la huella de carbono (alcance 1 y 2), para el año 2025. Destacando el hito para los Centros Comerciales Viva, al ser certificados por primera vez por el Icontec como Carbono Neutro; y la recertificación del formato Carulla FreshMarket.
- SoyRE, a través de sus 42 puntos de reciclaje pos-consumo, logró reciclar cerca de 986 toneladas de materiales, creciendo un 25% con respecto al año anterior y movilizándolo a los(as) clientes(as) que rea-

lizaron más de 244.000 visitas a los puntos, en los que se recolectaron cerca de 17 millones de envases.

- El Modelo de Ganadería Sostenible siguió fortaleciéndose con el monitoreo satelital al 100% de los(as) proveedores(as) directos(as), gracias a la alianza con Climate Focus y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), a través de GANSO (Ganadería Sostenible). Adicionalmente, junto con WWF y UK PACT, se logró desarrollar exitosamente la estrategia de conservación de ecosistemas en los predios ganaderos de los(as) proveedores(as) directos(as) de ganado.
- Lanzamos la campaña Recuperemos el Verde #UnÁrbolALaVez, en compañía de Celsia y VerdeC, con la meta de sembrar un millón de árboles nativos en Colombia. Más de un millón de árboles han sido sembrados, hemos recuperado 350 hectáreas de bosque, es decir, 560 canchas de fútbol.





- El 88,7% de la compra de frutas y verduras la realizamos de manera local y el 86,3% de esta la comercializamos de manera directa, sin intermediarios, a cerca de 940 productores(as) locales, a través de asociaciones de productores(as) y familias campesinas.
- Apoyamos el lanzamiento de la marca Paissana en conjunto con el Fondo Colombia en Paz, una marca que busca certificar productos y servicios provenientes de municipios priorizados ZOMAC y PDET y/o poblaciones priorizadas, como víctimas y excombatientes. Durante el 2022, tuvimos 37 proveedores, 114 productos en 45 dependencias y vendimos cerca de 7 mil millones. En cuanto a la industria textil, logramos la certificación Sello Oro Moda Sostenible, otorgado por CO₂CERO, que reconoce las buenas prácticas sociales y ambientales en la cadena de valor.

A 13 ciudades de Colombia llegamos con la Feria Nacional de Grafiti, Pigmentos Urbanos.

6.000 unidades

producidas en el proyecto de seguridad alimentaria, Terrazas Verdes, se comercializaron en los almacenes de la marca Éxito en Medellín.

- Adelantamos gestiones para la compra local de productos elaborados por la comunidad indígena Nasa en el departamento del Cauca.
- Realizamos la sexta versión de la Feria Vida Sana, en modo híbrido, con un evento presencial que contó con más de 12.300 visitas, experiencias en plataformas digitales y exhibiciones de productos en más 100 almacenes, en diferentes ciudades del país. Bronzini fue la marca #1 en ventas de la feria, con una participación del 12,3%; y Taeq, la #2, con una participación del 11,3%. En la feria, estuvieron presentes 136 marcas, 45 proveedores(as) y 34 microempresarios(as) con productos y servicios que promueven estilos de vida sanos para las personas y sostenibles para el planeta.
- Según un estudio realizado internamente en 2022 a clientes y no clientes, Taeq es la segunda marca saludable en el *Top of Mind* de los consumidores en Colombia.
- La Feria Nacional de Grafiti Pigmentos Urbanos llegó a 13 ciudades del país, junto a artistas locales, y a las poblaciones aledañas a las dependencias, logrando resaltar la identidad de los territorios. Terrazas Verdes es un proyecto de seguridad alimentaria que inició en la Comuna 13 de Medellín, que beneficia a mujeres cabeza de familia y a sus hijos(as), logrando la comercialización de 6.000 unidades en los almacenes de la marca Éxito.
- Seguimos desarrollando e implementando la estrategia de diversidad e inclusión, con la cual logramos obtener la certificación del Sello Oro Equipares, otorgada por el Ministerio de Trabajo, que acredita que se valora a todas las personas por igual, reconociendo sus habilidades, competencias y talentos.



El 88,7% de la compra de frutas y verduras la realizamos de manera local.



Gobierno Corporativo y control interno

Nos hemos caracterizado por el alto compromiso en nuestro actuar, la adopción de las mejores prácticas y los estándares nacionales e internacionales en materia de gobierno corporativo y transparencia, trabajando por la construcción y consolidación de relaciones de valor con sus grupos de interés.

Así, durante el 2022, gestionamos asuntos relevantes que fueron llevados a cabo conforme a dichas prácticas, en el marco de un entorno de integridad y en cumplimiento de la regulación interna y de la normatividad vigente aplicable. A continuación, se enuncian algunos de los asuntos relevantes:

- Llevamos a cabo una readquisición de acciones de la compañía, cuyo propósito fue entregar valor a los(as) accionistas, pagando un precio que reconoció el valor fundamental de sus acciones y que generó eficiencias para cada uno de ellos(as), en condiciones de igualdad y de acuerdo con su porcentaje de participación accionaria. Readquirimos 14.982.863 acciones ordinarias, quedando con un total de 15.618.698 acciones readquiridas.
- La Junta Directiva autorizó iniciar los trámites para una futura inscripción de la compañía en el mercado de valores en Brasil y para la modificación de su programa de DRs (Depositary Receipts) en Estados Unidos. Estos asuntos hacen parte de un proyecto de interés de la compañía, junto a Grupo Casino y Companhia Brasileira de Distribuição (GPA), que contempla: (i) la implementación del programa de recibos de depósito brasileños, Brazilian Depositary Receipts Nivel II (BDRs Nivel II), (ii) la modificación del programa de

recibos de depósito a American Depositary Receipts Nivel II (ADRs Nivel II) y (iii) una reducción de capital con reembolso de aportes de GPA, que tendría lugar en Brasil, mediante la cual GPA distribuiría aproximadamente el 83% del capital de Grupo Éxito a sus más de 50.000 accionistas. Con esta operación, los accionistas de GPA pasarían a ser accionistas de Grupo Éxito de forma directa y recibirían sus acciones a través de ADRs Nivel II o BDRs Nivel II.

En virtud del proyecto, durante 2022:

- La Asamblea General de Accionistas aprobó una reforma a los estatutos sociales, consistente en reducir el valor nominal de la acción de la compañía (split), de COP 10 M.L. a COP 3,33 pesos M.L. Esta reforma estatutaria se perfeccionó el 18 de noviembre y, con esta, iniciamos la ejecución de los trámites para ejecutar el proyecto.
- Radicamos, ante las autoridades de valores competentes de Brasil, los documentos requeridos para iniciar el trámite para la obtención de la futura autorización para su inscripción en el mercado de valores de dicho país y para la implementación de un programa de BDRs Nivel II.
- La Junta Directiva aprobó el proceso de desmaterialización de las acciones de la compañía, facultando al presidente para su implementación. Este proceso fue contratado con el Depósito Centralizado de Valores S.A. (Deceval) y se perfeccionó el 15 de noviembre de 2022, momento a partir del cual las acciones de la compañía circulan de manera desmaterializada, mediante el sistema de registro y anotación en cuenta de dicho depósito, lográndose de esta manera una nivelación al estándar operativo mundial de negociación.





De igual manera, orientados por el principio de mejora continua, fortalecimos los programas de cumplimiento encaminados a enmarcar el actuar en la cultura de la integridad y el respeto por los principios, los valores y las normas. Así, a través del Programa de Transparencia y el sistema para la prevención y el control de los riesgos de lavado de activos, financiación del terrorismo y financiamiento para la proliferación de armas de destrucción masiva, gestionamos los riesgos de cumplimiento, bajo los lineamientos de la normativa aplicable y el conjunto de políticas y procedimientos internos, incluyendo los reportes legales que son deber de la compañía.

Frente a la gestión integral de riesgos, la cual se concibe como parte inherente a la estrategia corporativa, actualizamos el perfil de riesgos estratégicos y de negocios, mediante el análisis de amenazas, tendencias y oportunidades, a la luz del contexto interno y externo. A su vez, avanzamos en los procesos de fortalecimiento de la gestión de la continuidad del negocio y de maduración del manejo de crisis, todo lo cual contribuyó a afinar las competencias organizacionales de resiliencia, con miras a apalancar la consecución de los objetivos y pilares estratégicos.

La administración presentó, de forma periódica, al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva, los indicadores claves del negocio, los hechos relevantes y los estados financieros individuales y consolidados. El Comité realizó la supervisión a la información financiera y no financiera, a la gestión de los riesgos, a la gestión de la auditoría interna y revisoría fiscal, a los asuntos



En 2022 actualizamos el perfil de riesgos estratégicos y de negocios, mediante el análisis de amenazas, tendencias y oportunidades, a la luz del contexto interno y externo.

relevantes del sistema de control interno y al cumplimiento regulatorio.

Buscamos la mejora continua del sistema de control, conectando los marcos de control que nuestra condición societaria y la de nuestros(as) accionistas le incorporan; y operando de manera conjunta, fortaleciendo así el sistema integralmente. Así mismo, la administración modificó la Política de Conflictos de Intereses, contenida en el Código de Ética y Conducta, y la sometió a la aprobación del Comité de Auditoría y Riesgos.

La administración certifica del sistema de control interno no presentó falencias que hayan impedido registrar, procesar, resumir y/o presentar adecuadamente la información financiera; tampoco sufrió fraudes significativos que hayan afectado su condición, calidad e integridad. La revelación de información financiera fue verificada y cumplió con la normatividad vigente, asegurando que la información al 31 de diciembre fuera adecuada y pertinente, y que no tuviera vicios, imprecisiones o errores que impidan conocer la verdadera situación patrimonial de la organización.



En materia de propiedad intelectual, cumplimos con la normatividad aplicable para Colombia y para los demás países en los que tenemos presencia comercial.

Transacciones entre partes relacionadas

Las transacciones entre partes relacionadas, llevadas a cabo durante el período 2022, se realizaron con la plena observación de la Política y el Procedimiento de Transacciones entre Partes Relacionadas Vigentes, cumpliendo el trámite corporativo requerido ante el Comité de Auditoría y Riesgos o la Junta Directiva, según correspondiera. El detalle sobre tales transacciones puede ser consultado en el Informe de Gobierno Corporativo y en la nota 9.2 de los Estados Financieros.

Propiedad intelectual y cumplimiento normativo

Poseemos un portafolio de más de 1.600 marcas debidamente registradas, incluyendo todas las clases de marcas, entre 32 países. De estas, más de 1.000 se encuentran en Colombia, incluyendo, entre otras, las marcas Éxito, Carulla, Surtimax, Super Inter y Surtimayorista, asociadas al negocio minorista; Ekono, Frescampo y Porchi, al negocio de alimentos; Arkitect, Bronzini y Finlandek, a la industria textil, de la moda y de la decoración de hogar. Así mismo, estamos autorizados para fabricar, comercializar y promocionar productos alimenticios en Colombia bajo la marca Taeq y hemos otorgado licencias a varias de nuestras filiales para utilizar las marcas propias textiles en países como Argentina y Uruguay. Al 31 de diciembre de 2022, no contamos con patentes registradas.

1.600

marcas

debidamente registradas hacen parte de nuestro portafolio, incluyendo todas las clases de marcas, entre 32 países.

En materia de propiedad intelectual, cumplimos con la normatividad aplicable para Colombia y para los demás países en los que tenemos presencia comercial. Igualmente, contamos con las correspondientes licencias de uso de signos distintivos y demás derechos de autor, de los cuales no somos el titular. En relación con el derecho de autor, dimos cumplimiento a las normas aplicables en la materia y a las condiciones definidas en los contratos de uso de licencias de software.

En atención al compromiso corporativo por la protección de los datos personales, la gestión de los riesgos asociados a la privacidad y la construcción de un programa integral, desarrollamos actividades y estrategias encaminadas al cumplimiento de la normativa vigente y las buenas prácticas aplicables en la materia, teniendo como principio el reconocimiento de la privacidad y el respeto por el derecho fundamental del habeas data.

Finalmente, informamos que no hemos limitado, de manera alguna, la libre circulación de las facturas emitidas por los proveedores de bienes o servicios y que no nos encontramos en medio de investigaciones relacionadas con prácticas restrictivas de la competencia.



Mensajes de cierre

Durante el 2022, en Grupo Éxito, continuamos consolidando nuestra estrategia omnicanal y capitalizando las oportunidades que nos ofreció el mercado y que nos permitieron retomar la senda de expansión orgánica e inorgánica. Así, adquirimos tiendas para nuestra marca Éxito y Surtimayorista. También, renovamos tiendas a los formatos Éxito Wow y FreshMarket, convertimos tiendas Carulla a su formato Carulla express y modernizamos tiendas de las marcas Super Inter y Surtimax. Gracias a estas iniciativas, nuestros formatos innovadores se fortalecieron y representaron el 41% de las ventas del Grupo en Colombia. Adicionalmente, logramos implementar con éxito el formato mayorista en Argentina, tanto a nivel de ventas como de posicionamiento.

El desempeño financiero reflejó la fortaleza operacional de nuestras diferentes unidades de negocio, con una posición de caja bruta de COP 1,3 billones en 2022.

Nuestros niveles de inversión fueron coherentes con las oportunidades de crecimiento y la posición de caja. Durante el año 2022, invertimos cerca de COP 500.000 millones y completamos 92 proyectos en la región, entre aperturas, conversiones y reformas, así como inversión en mantenimiento de la operación y logística.

Durante los próximos años la compañía continuará enfocando su desarrollo en el desarrollo de formatos

innovadores, como Éxito Wow, Carulla FreshMarket y la expansión de las tiendas Surtimayorista. La omnicanalidad continuará siendo una prioridad para la organización, como énfasis en el desarrollo de la última milla y el canal de venta web. Igualmente, continuaremos integrando nuestro ecosistema de negocio, extrayendo valor de las diferentes alianzas con las que cuenta la compañía y la fortaleza del negocio *retail* e inmobiliario.

Como empresarios, tenemos la tarea de encontrar en los retos que se nos presentan diariamente, oportunidades para ser creativos: oportunidades que nos permitan involucrar en nuestros mundos empresariales a nuevos actores, como lo son las mismas

comunidades. De igual manera, continuaremos trabajando con optimismo para generar nuevas oportunidades y ofrecer una postura empática con la situación actual del país. Así mismo, la capacidad adaptativa sumada a la agilidad en la toma de decisiones serán claves para preservar la competitividad de nuestra operación y su crecimiento rentable, y para seguir “Nutriendo de oportunidades a Colombia”.

Agradecemos especialmente a los casi 43.000 colaboradores(as) en Colombia, Uruguay y Argentina, quienes, día a día, se comprometen con nuestros(as) clientes(as), ofreciéndoles el mejor servicio posible.

Carlos Mario Giraldo Moreno
Presidente Grupo Éxito



Durante el 2022 continuamos consolidando nuestra estrategia omnicanal que nos permitió retomar la senda de expansión orgánica e inorgánica.



Nutrimos de
oportunidades
a Colombia



COP
500.000
millones

invertimos invertimos en la región y de completamos 92 proyectos entre aperturas, conversiones y reformas, así como inversión en mantenimiento de la operación y logística.