

**En minutos
daremos inicio**



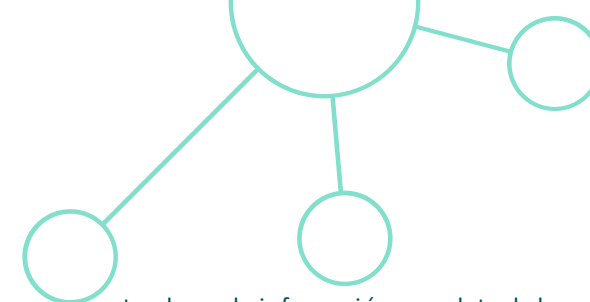
4to Día del Inversionista Grupo Éxito

Abril 19 de 2023 - Brasil





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.

Nota: Cifras expresadas en millones (M) o billones (B) de pesos colombianos (COP) y en escala larga (billones ~1.000.000.000.000) a menos que se indique lo contrario.

Agenda

Miércoles 19 de Abril de 2023

- Listado de DR's
 - Ambiente macro y del retail en Colombia
 - Grupo Éxito: Temas a resaltar
 - Estrategia del retail, segmentos y marca propia
 - Innovación comercial, segmentos y modelos
 - ✓ Segmento Éxito y modelo Wow
 - ✓ Segmento Carulla y modelo Fresh Market
 - ✓ Segmento de bajo costo y modelo Surtimayorista
- Estrategia Omnicanal
 - Ecosistema de Negocios:
 - ✓ Inmobiliario (VIVA malls)
 - ✓ Coalición de lealtad (Puntos Colombia)
 - ✓ Retail financiero (TUYA)
 - Programa de Excelencia Operacional
 - Operaciones Internacionales
 - Información Financiera
 - Estrategia de ASG
 - Visita al centro comercial Viva Envigado y a Éxito Wow

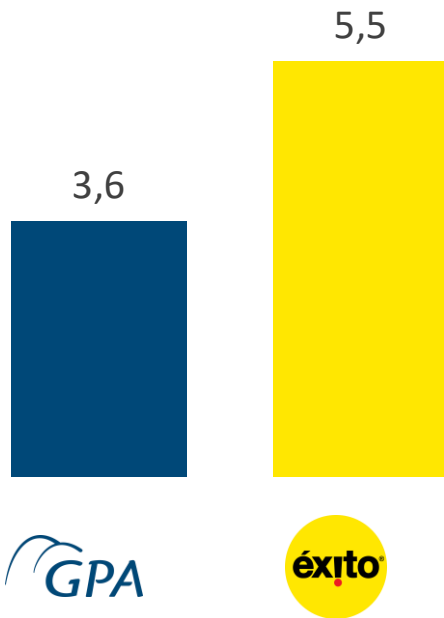


Proceso de listamiento

ADRs y BDRs

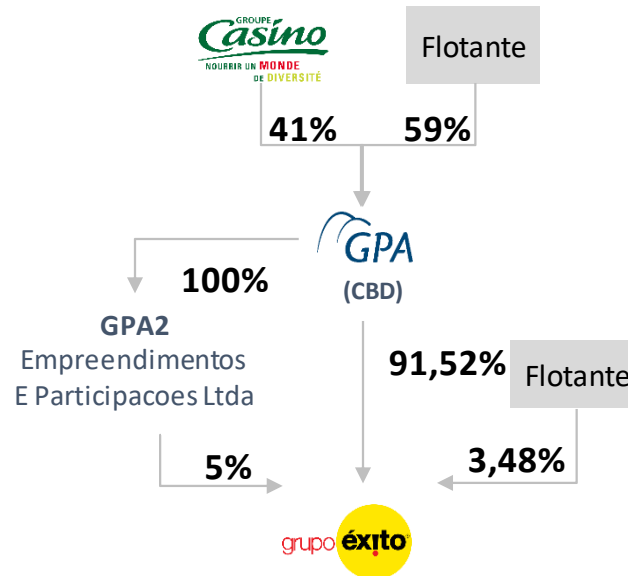
Potencial de desbloqueo de valor para Grupo Éxito y sus accionistas

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

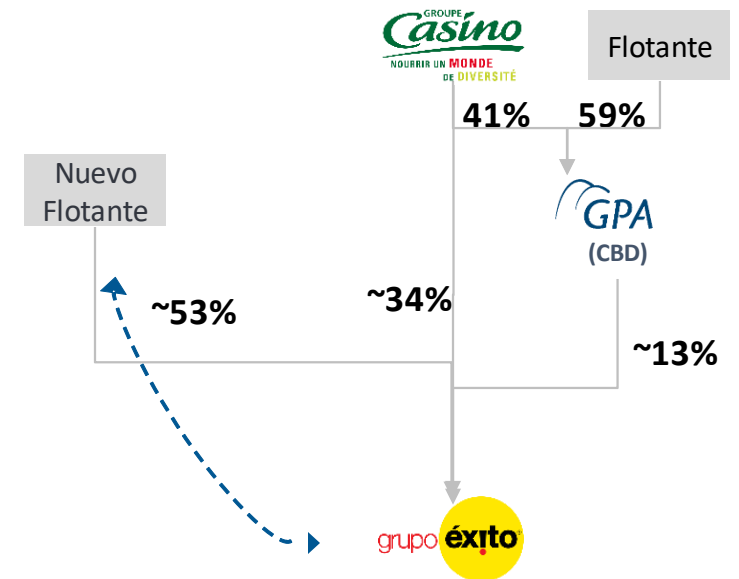


El valor de la acción de Éxito está afectado por su bajo flotante (~3,5%)

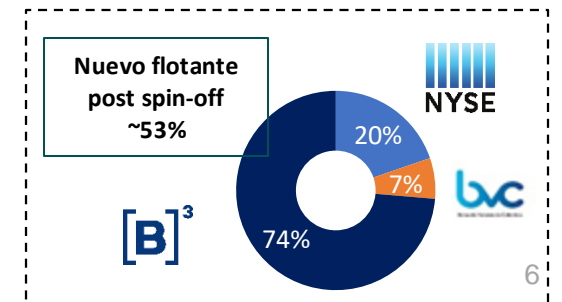
A Estructura accionaria actual



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)

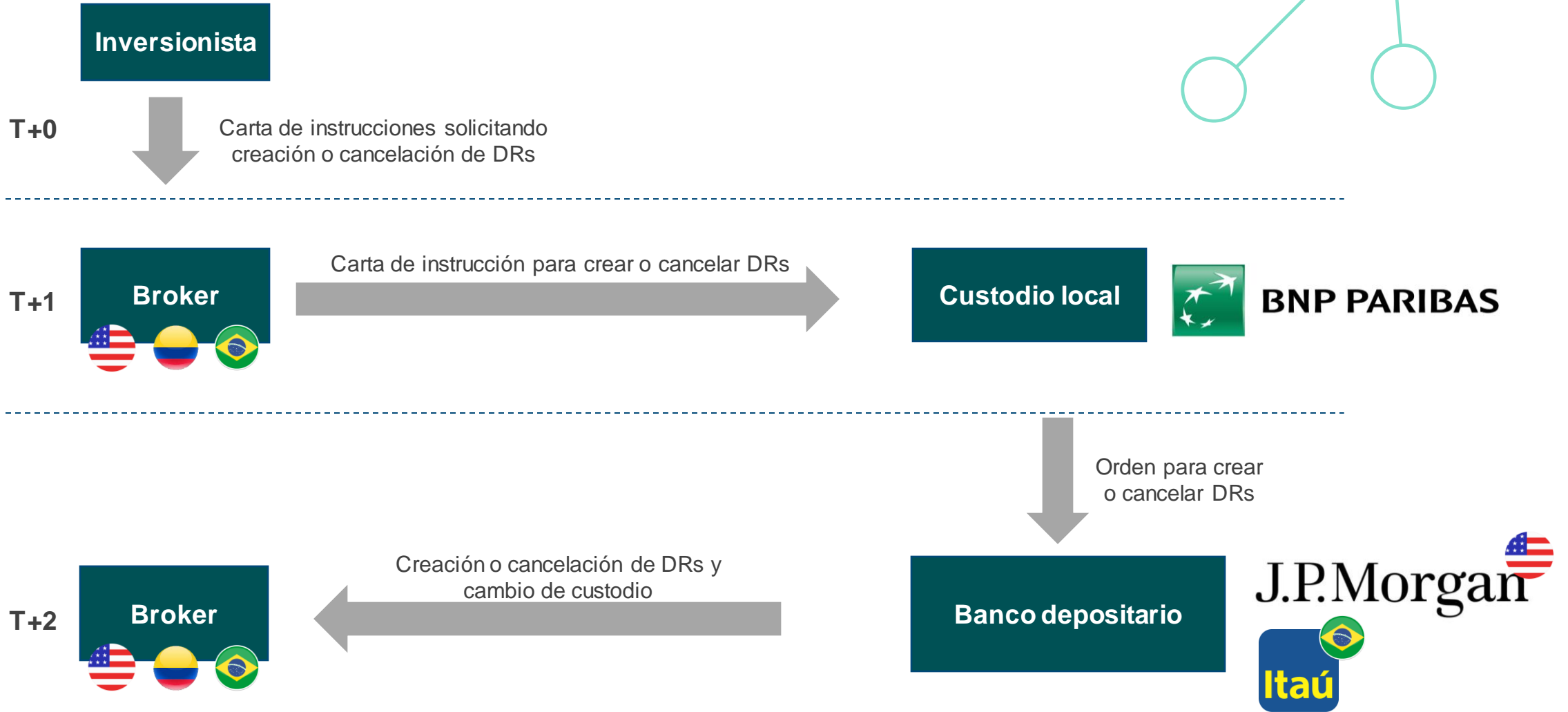
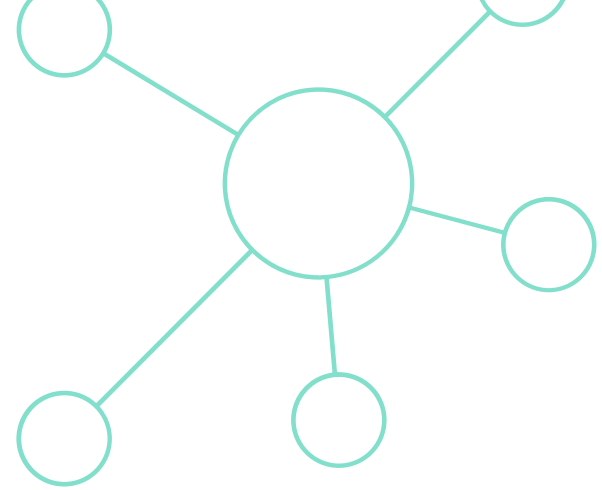
Segundo trimestre de 2023

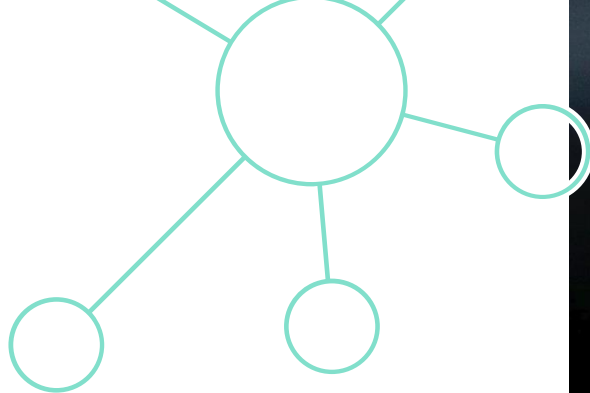
5

Finalización de la transacción

Segundo trimestre de 2023

Proceso de Conversión Certificados de depósito





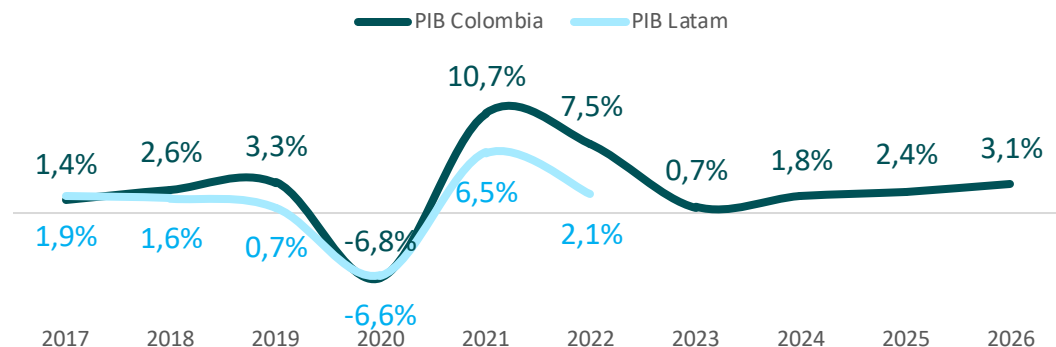
Ambiente macro y del retail en Colombia



Colombia: Indicadores macroeconómicos

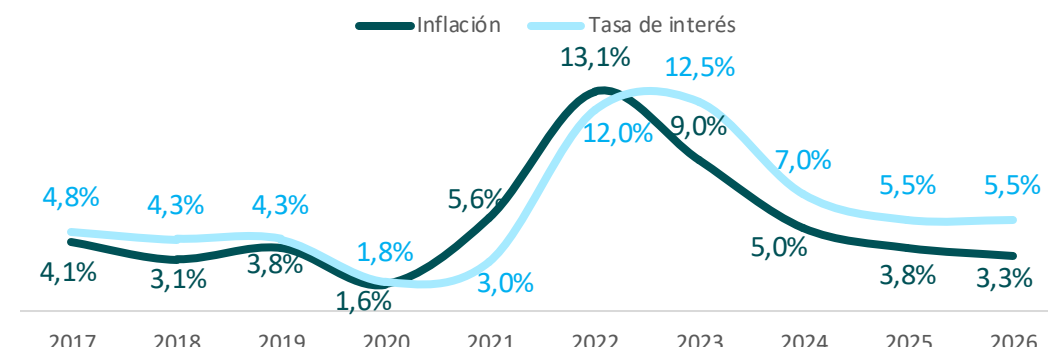
Retos: inflación y consumo privado

Crecimiento económico del país por encima de LatAm y el Caribe



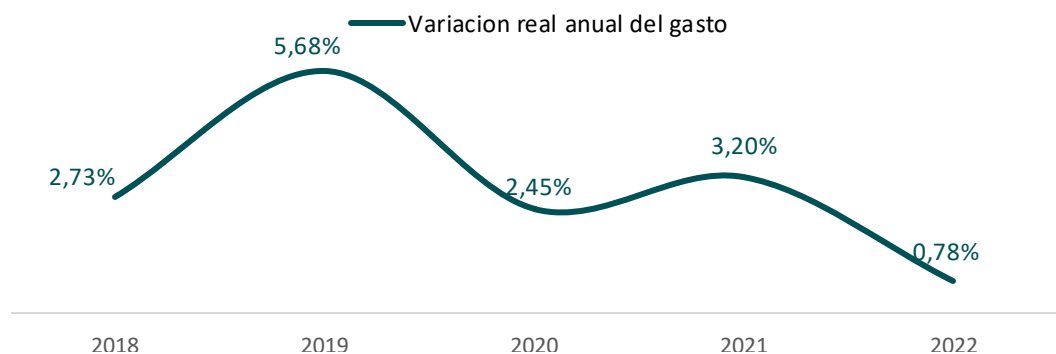
Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

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

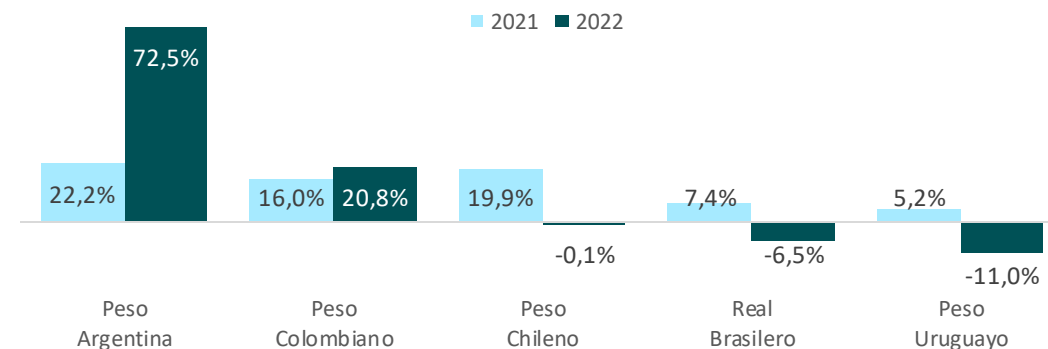


Source: BBVA Research- Colombia economic outlook March 2023

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



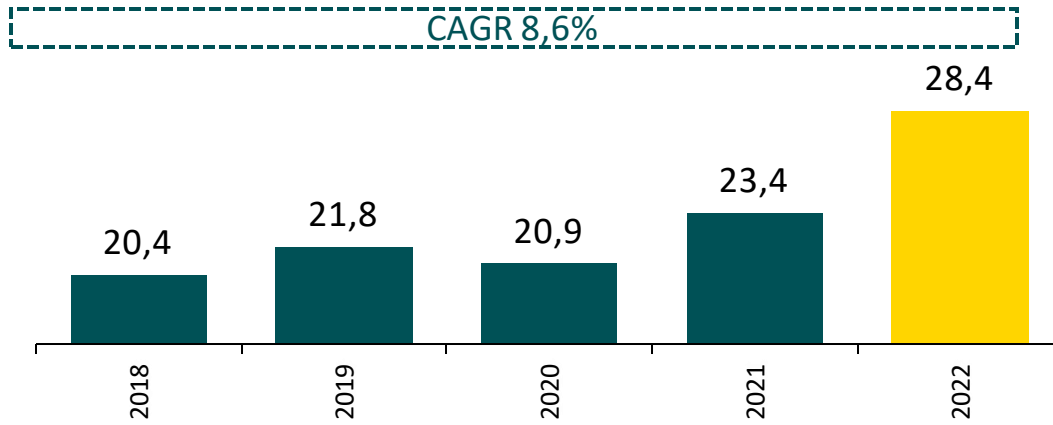
El peso colombiano fue la segunda moneda más devaluada de la región en 2022 (tasas de cierre)



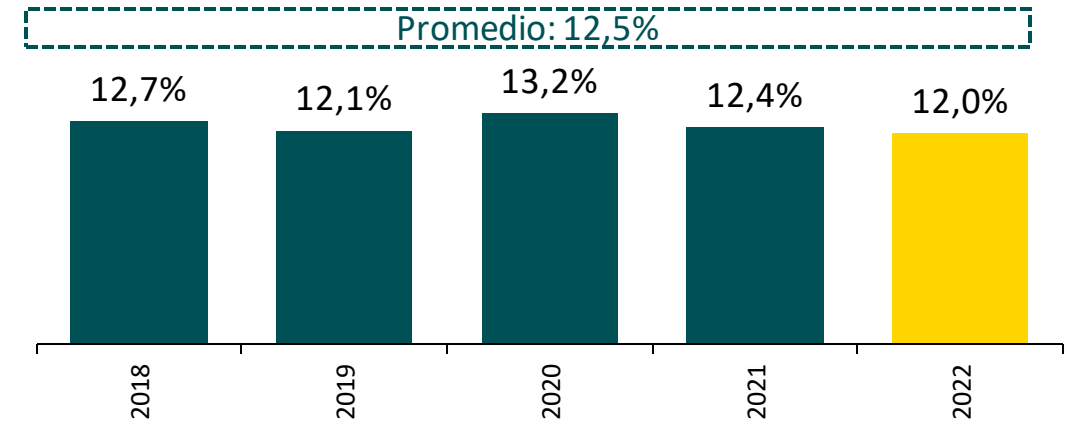
Colombia: Mercado retail

Evolución y niveles de formalización

Evolución de mercado retail (B USD)

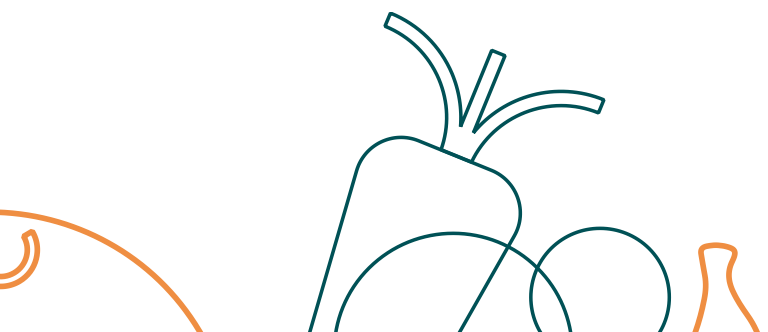
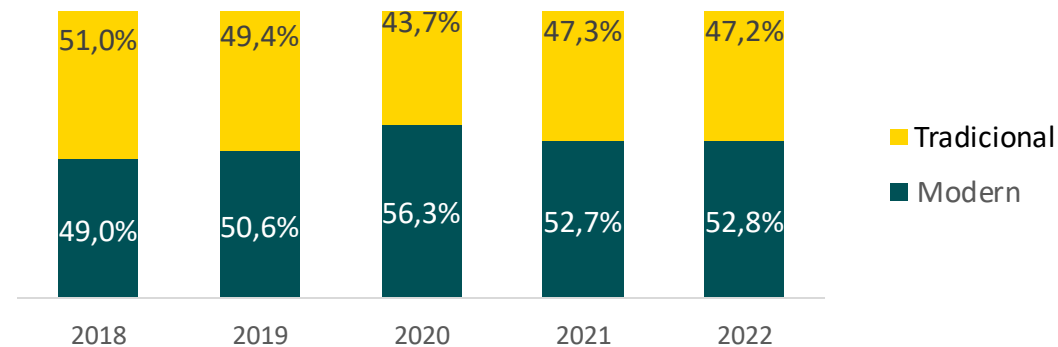


Participación de mercado¹ Grupo Éxito (Tradicional + Moderno)



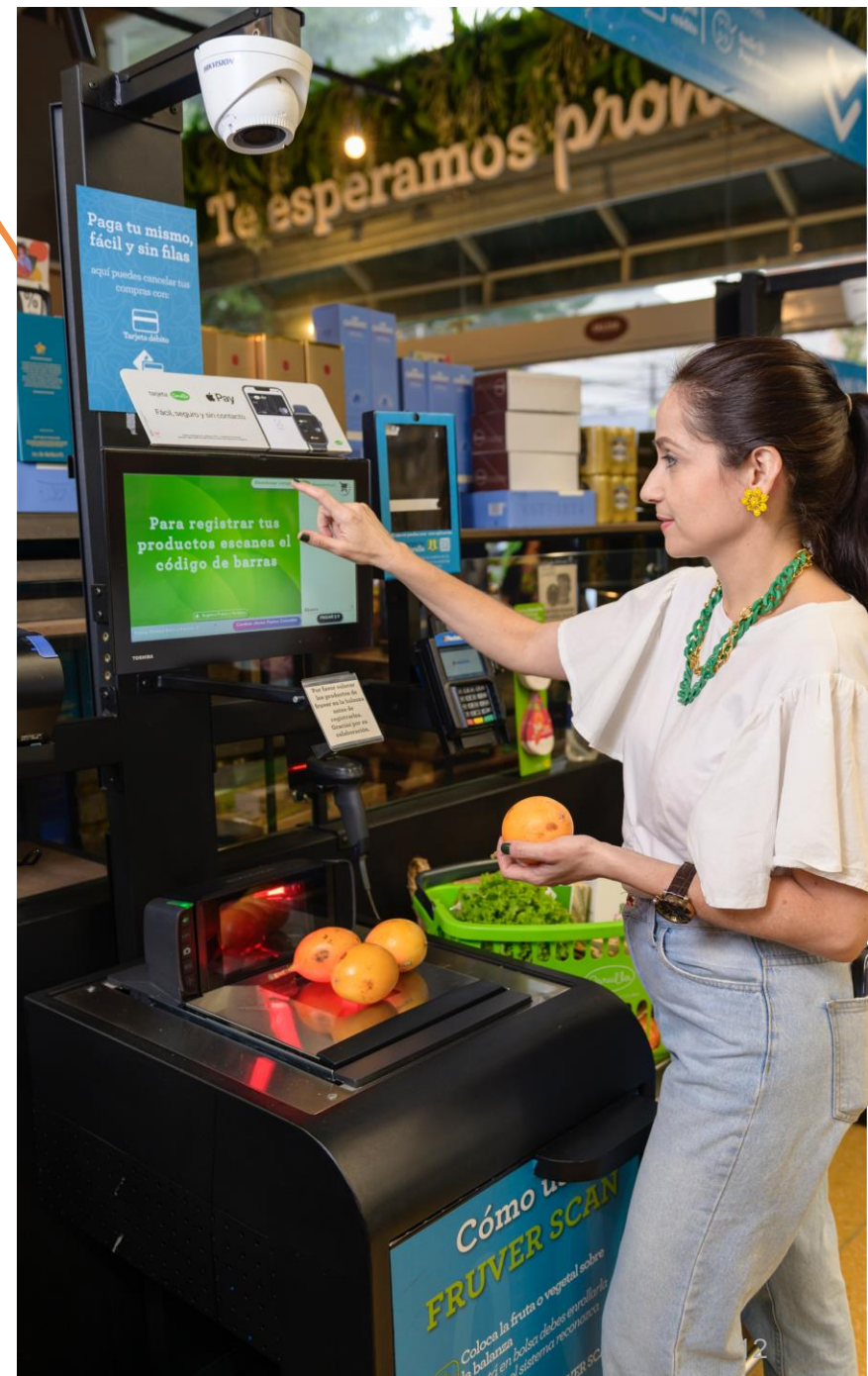
Mercado Tradicional vs Moderno

Retail moderno ganó 380 bps en los últimos 3 años





Grupo Éxito: Temas a resaltar





Grupo Éxito: plataforma de retail líder en Colombia y Uruguay

Resultados consolidados¹

Ingresos
\$20,6 B COP

Participación omnicanal²
9,6%

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



Colombia

Ingresos: **\$15,3 B COP**
Margen EBITDA: **8,1%**
Ppción mdo³: **28%**
Tiendas: **492**

Uruguay

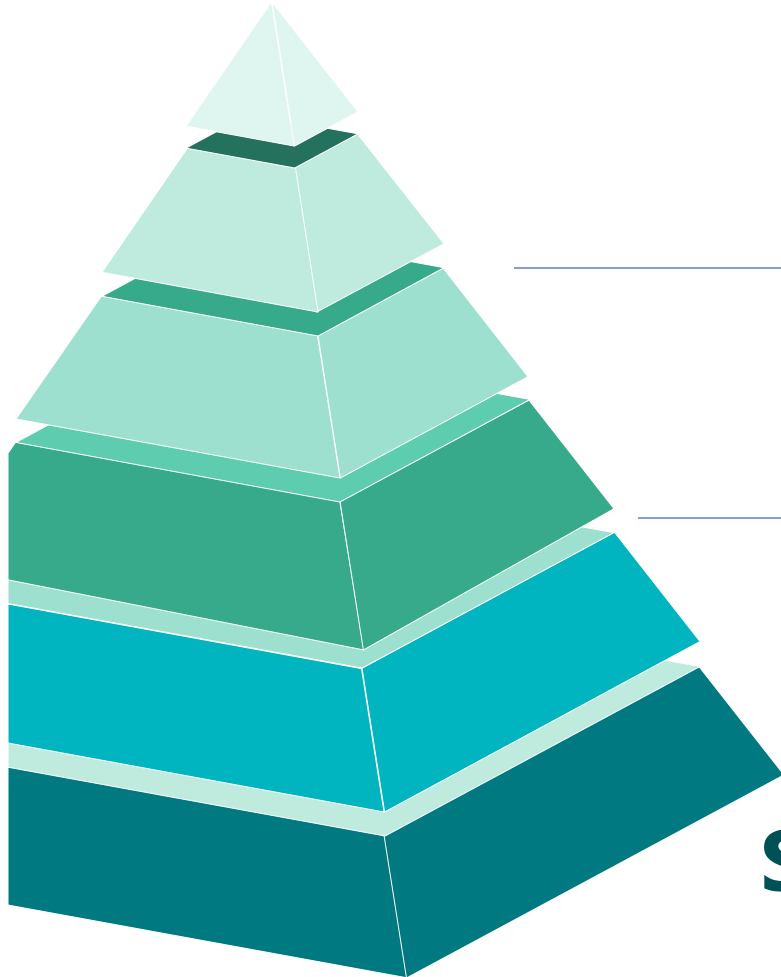
Ingresos: **\$3,6 B COP**
Margen EBITDA: **9,9%**
Ppción mdo³: **42%**
Tiendas: **94**

Argentina

Ingresos: **\$1,7 B COP**
Margen EBITDA: **4,3%**
Ppción mdo³: **7%**
Tiendas: **33**

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

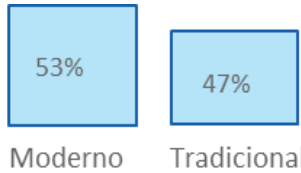
- Viva | Negocio inmobiliario
- Puntos Colombia | Programa de lealtad
- TUYA | Servicios financieros

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



+\$52 M USD Ventas



+1.671 Aliados

Aplicación Mi Surtii



+ \$14 M USD ventas
+ 14.000 clientes activos

Expansión del modelo Cash and Carry



Portafolio actual

- **46** tiendas (~42.000 m²)
- Ventas: **\$176 USD M**
- **4,4%** EBITDA
- **6,1%** EBITDAR



Estrategia de precios

Portafolio de insuperables y Proyecto Acqua

Mejor precio en **213** subcategorías

Formatos Innovadores



+27 p.p. en ventas
Precio y Calidad



FreshMarket

+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



+ ~\$128 M USD
Contribución positiva al margen



“Turbo”
Entregas en 10-Minutos

41,3% participación de las ventas de Rappi

Marca Propia



Ecosistema Grupo Éxito

Retail Colombia



Negocios Complementarios



Omnicliente

Negocios Complementarios

Creación y valor compartido

Retail Financiero¹

tuya

- Alianza 50/50 con Bancolombia
- 2,1 M de tarjetas emitidas
- Cartera total de \$4,5 B COP (+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 ~ \$75 M USD
- Margen EBITDA de un dígito bajo



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

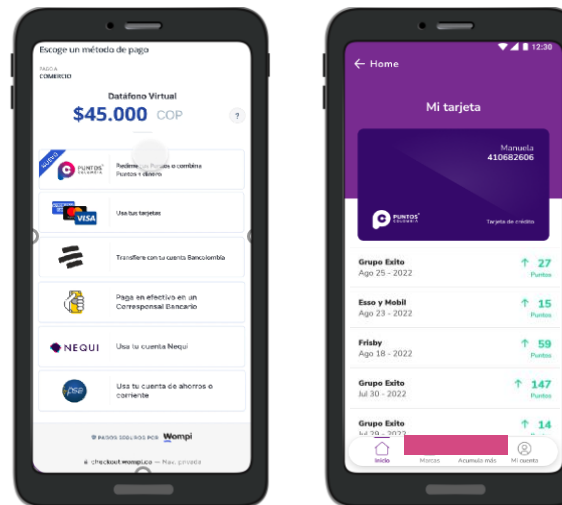
1. Lealtad como servicio




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

- Programa de puntos
- Marketplace

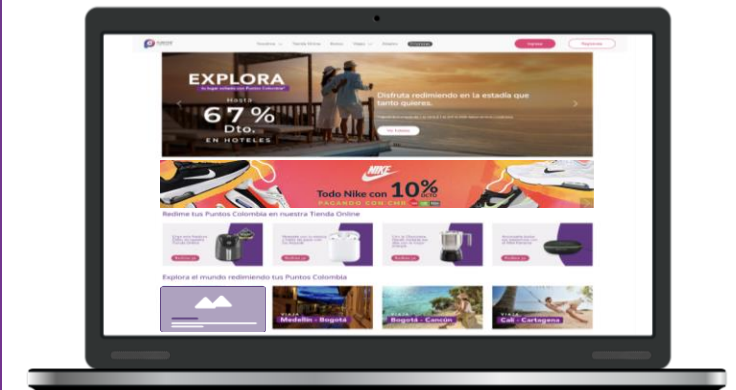
2. Pagos y servicios financieros



Productos y servicios financieros para empresas y para clientes naturales:

- Botón de pagos 
- Billetera
- Tarjeta de crédito

3. Media Services y Monetización de datos

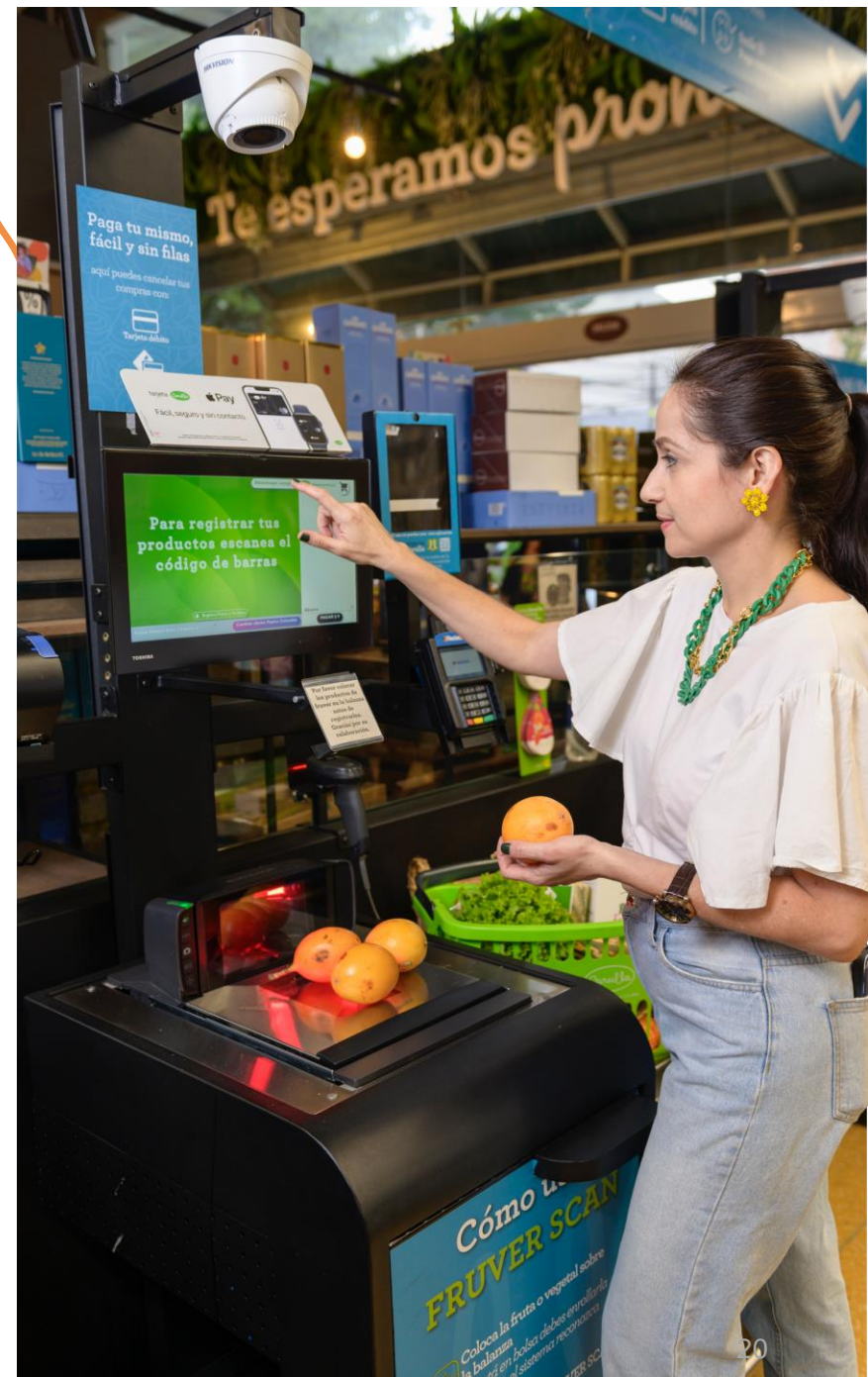


Servicio de medios digitales apalancando la data del ecosistema en:

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



Estrategia del retail, segmentos y marca propia



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%



209



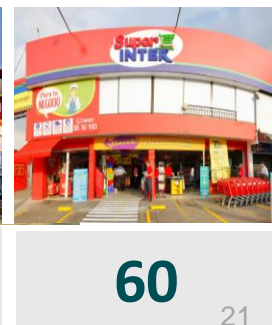
107



46



70



60

18,1% participación en la venta de alimentos



Marcas Emblema



~ **250** PLUs
4,4% ppción
+43% Ventas



~ **370** PLUs
0,9% ppción
+45% Ventas

Primer Precio

ekono

~ **130** PLUs
1,5% ppción
+68% Ventas

Multicategoría

Frescampo

~ **570** PLUs
5% ppción
+18% Ventas

Marcas Premium

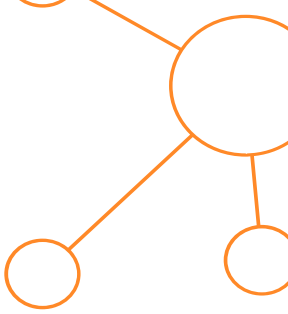
POMONA

~ **340** PLUs
1,5% ppción
+33% Ventas

Vida Saludable



~ **370** PLUs
1,3% ppción
+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 **Arkitekt, 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 Didetexo



97% prendas marca propia son confeccionadas en Colombia



Sello Oro sostenible



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)

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)

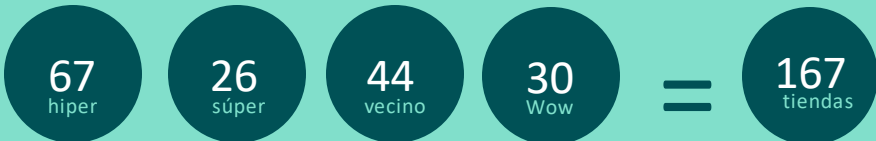


- Todo en un solo lugar
- Oferta comercial completa en negocios y categorías

Hiper *wow!*
(+3.000 m2)



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



Total colaboradores

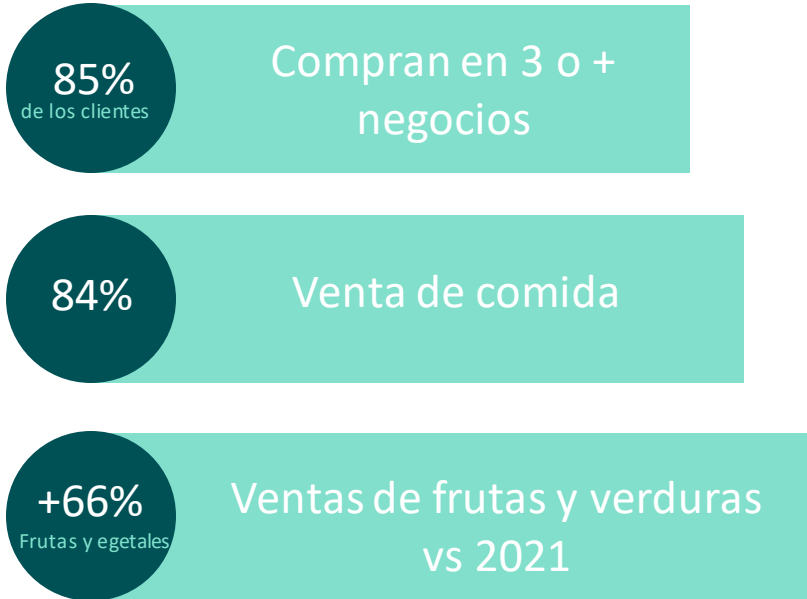


~ 20.000

57% del total compañía



Estrategia centrada en El Cliente



490 mil Clientes redimieron por **mi Descuento**

51% de estos clientes son leales (fueron 53% del **portafolio de ventas**)

↑ 285 mil Clientes adicionales vs 2021

63,3% de los clientes compraron alimentos y no alimentos

↑ 332 mil Clientes adicionales Vs 2021

68,9% compraron alimentos preparados y frescos





Ventas y mezcla

Éxito vs Wow



Tiendas

65,8%

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

67 hiper 26 súper 44 vecino **Total 137**

wow!

34,2% (+49 bps YoY)

Crecimiento en ventas vs tiendas no reformadas

+27 p.p. después de 24 meses

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

ROI¹ 62,4%

Área de ventas tiendas ~ 440 mil m²

Área total ventas ~ 620 mil m²
Venta 2022/m² ~ 14 M

Área de ventas **wow!** ~ 176 mil m²

Nota:(1) Retorno sobre la inversión calculado como EBITDAR/inversión en las 20 tiendas Wow, 13 meses después de su remodelación en 2018 y 2019.

Éxito Wow



Video:

<https://streamable.com/4f9puv>

Market research:

<https://app.box.com/s/qpfwv9psqw0qgfoy7f2aarjkn2oy7tn5>





Segmento Carulla y modelo Fresh Market





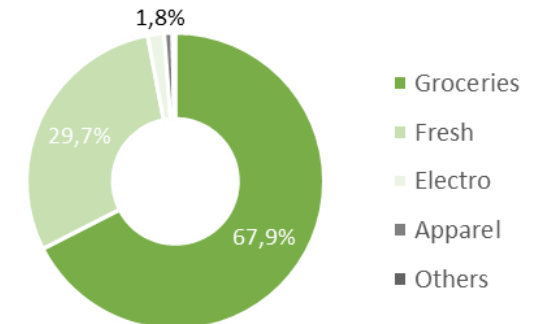
# Tiendas	107
Supermercados	81
Conveniencia	26
% Ventas digitales	17,4%
# Empleados	~ 4.600
Principales elementos de la propuesta de valor	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio/experiencia superior • Productos frescos y de alta calidad • Sostenibilidad
Área de ventas	~ 89.000 metros
Área de ventas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



Flagship
Carulla Calle 140 (~2.100 sqm)



Mix comercial



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



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)



- 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 y 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





Primer retail de alimentos carbono neutro en LatAm



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

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

60% 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.



Segmento bajo costo y modelo 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 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 omniclientes

Vendedores mostrador



Chatbot y televenta



Compre y Recoja

Surtido inteligente

Mercado completo para clientes retail y profesionales

Carnes atendidas, frutas y verduras



Marcas retadoras ~ misma calidad a menor precio

Marca retadora
\$1.990



Marca nacional
\$2.700

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



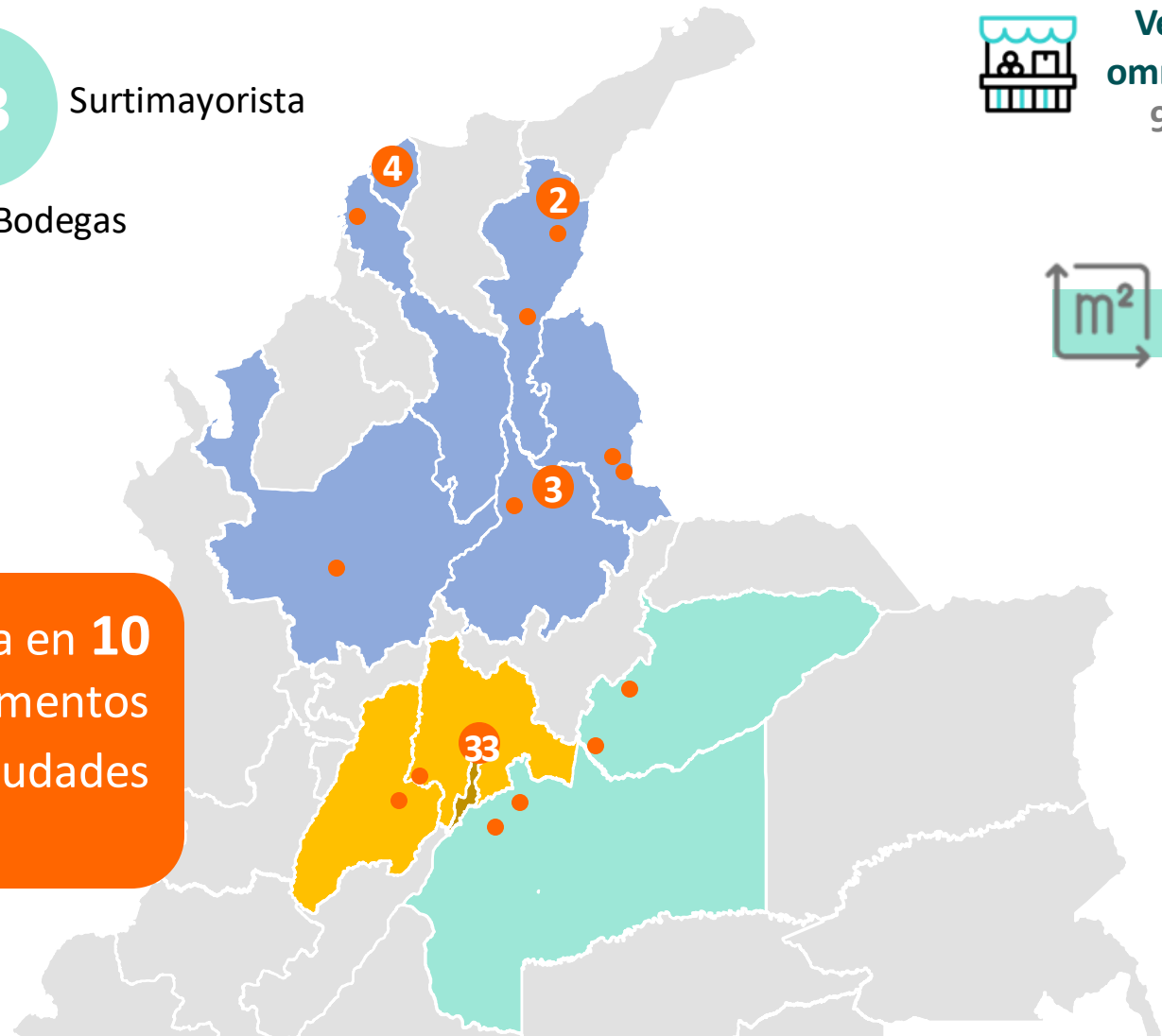
Surtimayorista

Dónde estamos?

43 Surtimayorista

3 Bodegas

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



Ventas omnicanal
9,6%



Ventas Frescos
15%



Crecimiento ventas 2022
+35%



Evolución venta M/m²



Indicadores de Clientes

Transacciones ~ 9,2 M

Clientes ~ 1,1 M



Visita por cliente
+4,5%



Clientes
+21%



<https://streamable.com/tur4t2>



Aliados y misurtii

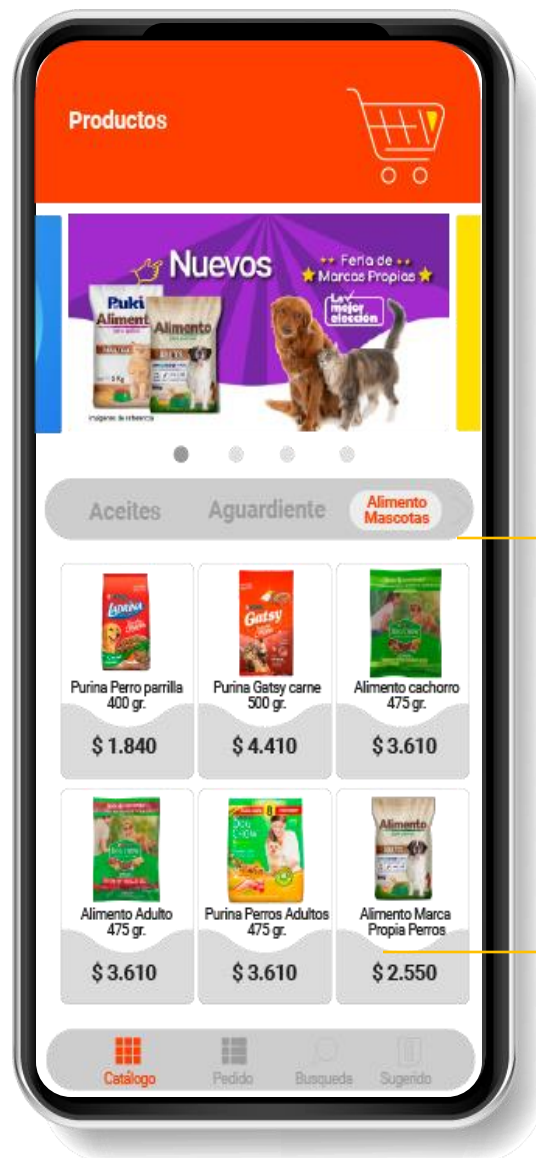


Distribuidora enfocada en canal tradicional
+52 M USD en ventas

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

Estrategia Omnicanal

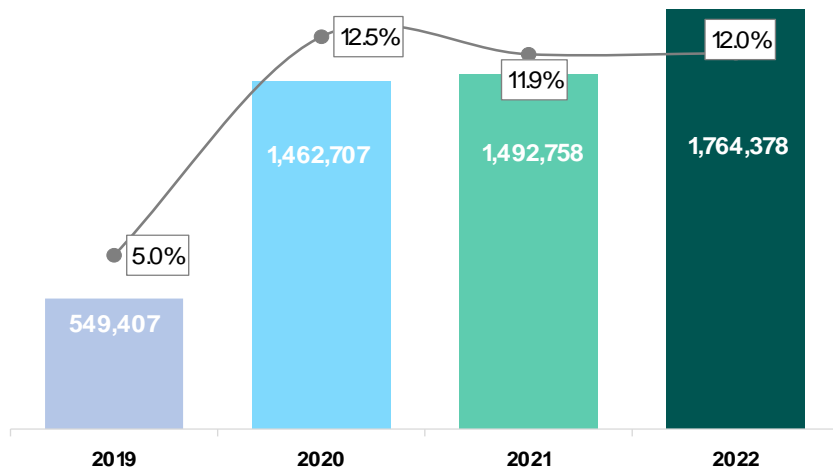


Estrategia Omnicanal

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 (%)



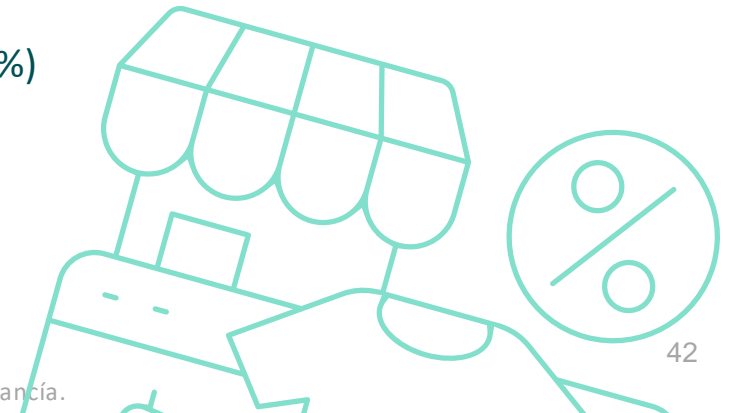
Alimentos:

- 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%)



Estrategia Omnicanal

Innovación constante en nuestras APP



<https://streamable.com/ji2rd3>




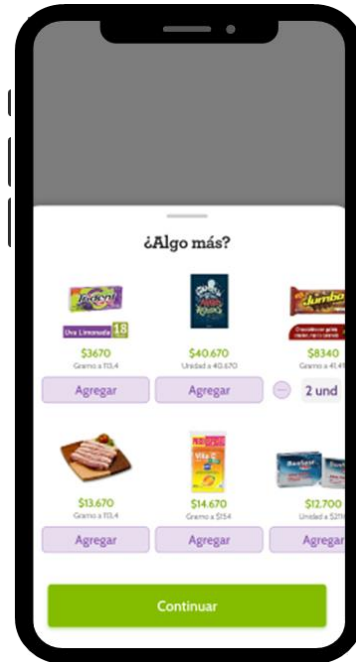
70 mil
Usuarios activos
día



12 mil
Usuarios activos
día




Personalización
Seguimiento de
pedidos desde
lobby del App




Personalización
Último antojo,
productos que
usualmente el cliente
compra



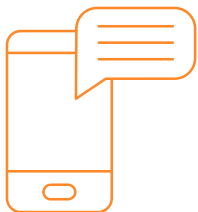

Próximamente
Check & Go: Una
nueva manera de
comprar en las
tiendas Carulla,
mediante una
compra fácil y rápida

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



NPS

45 YTD (+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 LTSA ⁴⁴

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**



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

Negocio Inmobiliario¹



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

758 mil m2 de área bruta arrendable

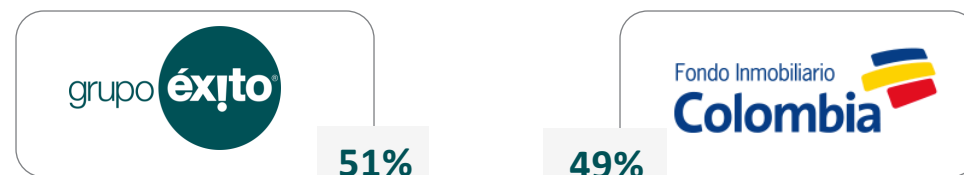
568 mil m2 Viva Malls

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



VIVA MALLS

18 activos
568 mil m² GLA

100%

6 Centros comerciales
6 Galerías
359 mil m² GLA

51% / 90%

3 Centros comerciales
92 mil m² GLA

51% / 49%

3 Centros comerciales
117 mil m² GLA



(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

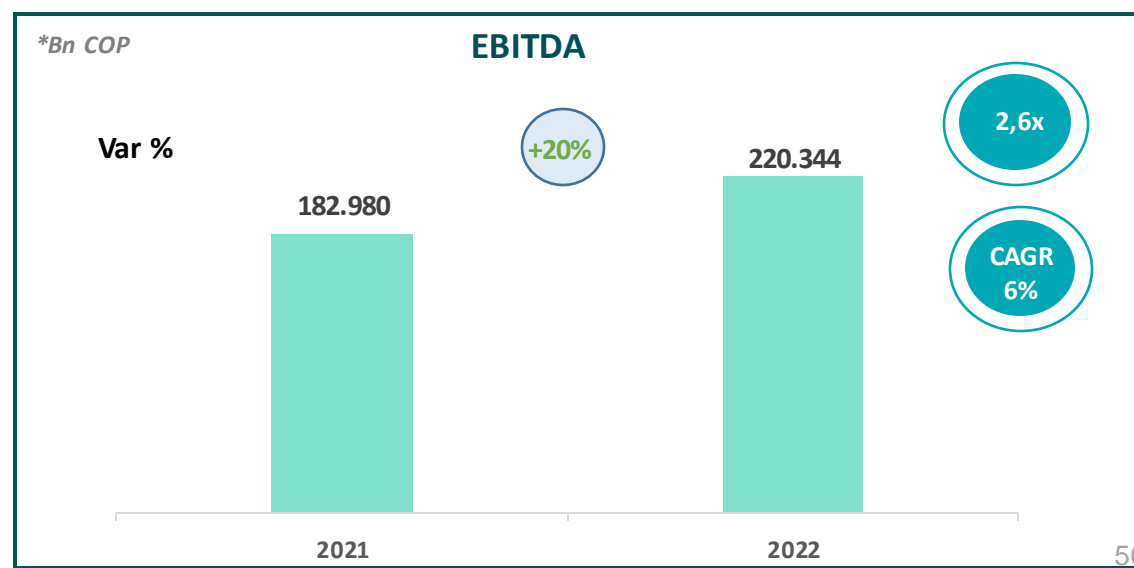
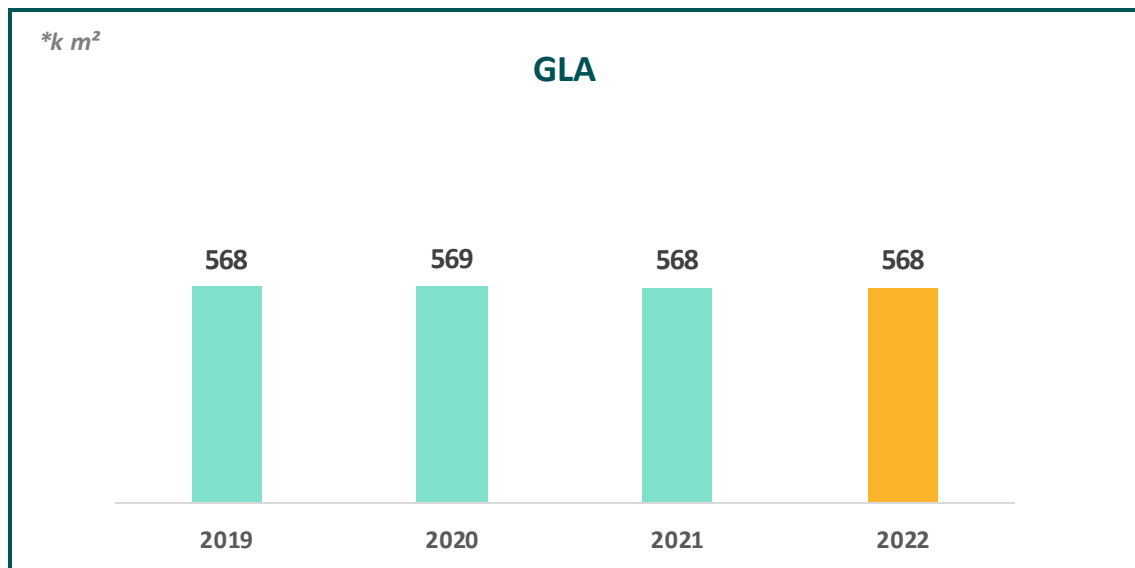
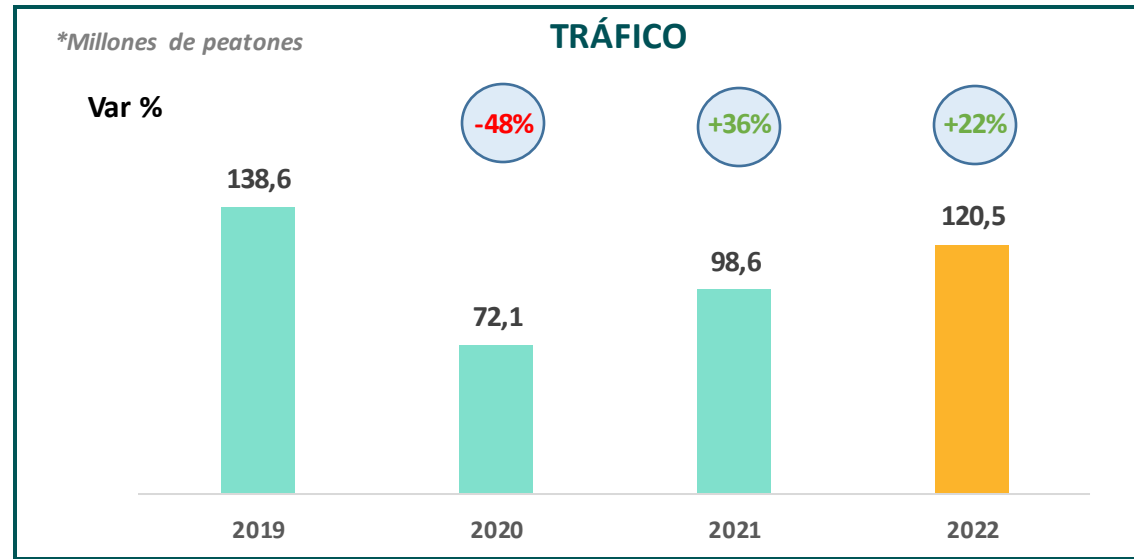
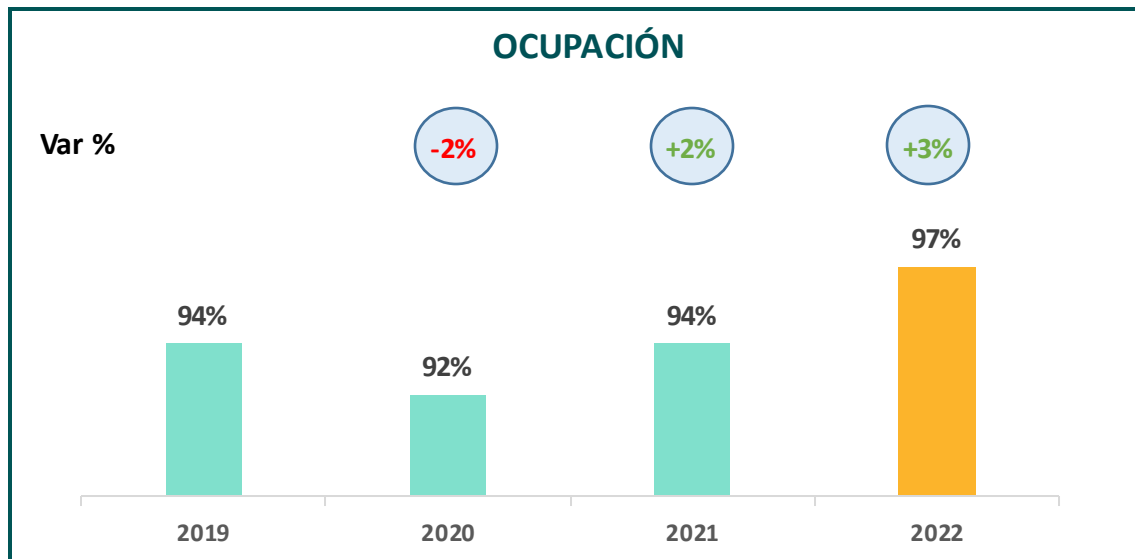
Contratos de arrendamiento con flujos de caja estables y protegidos contra la inflación protegen parte del EBITDA de la compañía

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



Principales indicadores Viva Malls





En construcción

En estructuración

IKEA
(Medellín AM)
~ 17.000 m2 GLA

PUERTA DEL NORTE
(Medellín AM)
~ 30.000 m2 GLA





Modelo de Excelencia Operacional, Operaciones Internacionales e Información Financiera

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**

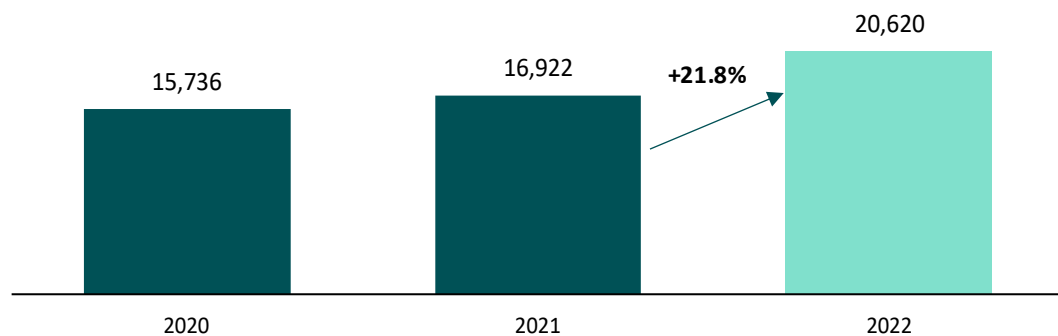
Continuidad en niveles de gastos evitados

Información financiera: Grupo Éxito Consolidado

Ingresos Netos

(MM COP)

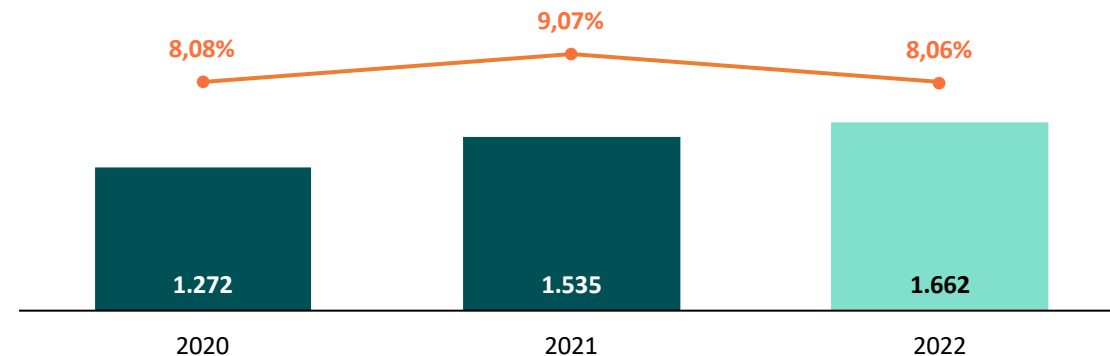
CAGR +14,5%



EBITDA Recurrente y margen

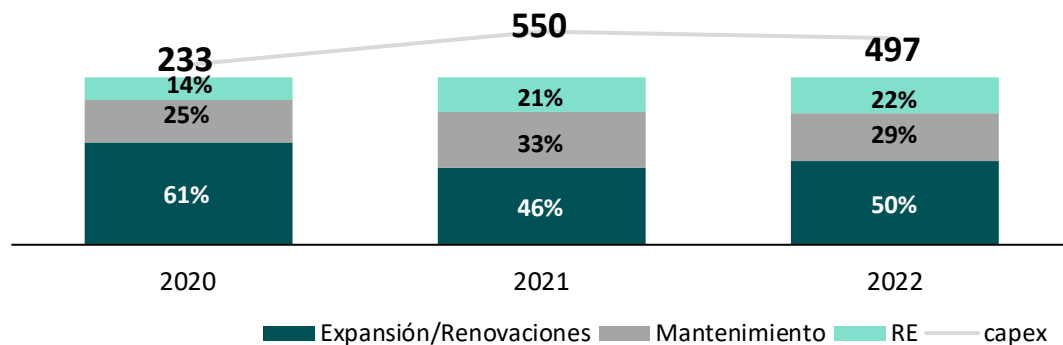
(MM COP; %)

CAGR +14,3%



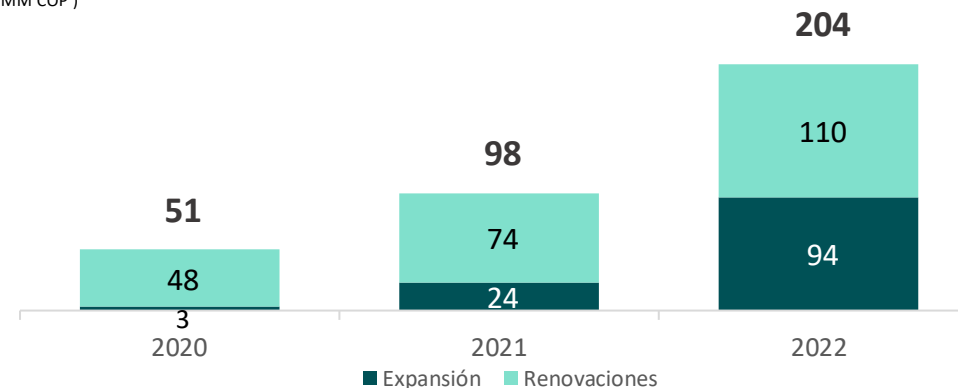
CapEx en LATAM

(MM COP)



Inversión en expansión y renovaciones Colombia

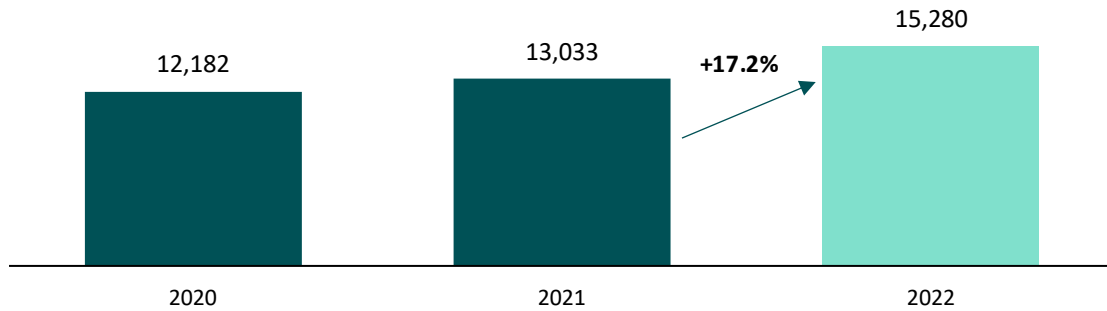
(MM COP)



Ingresos Netos

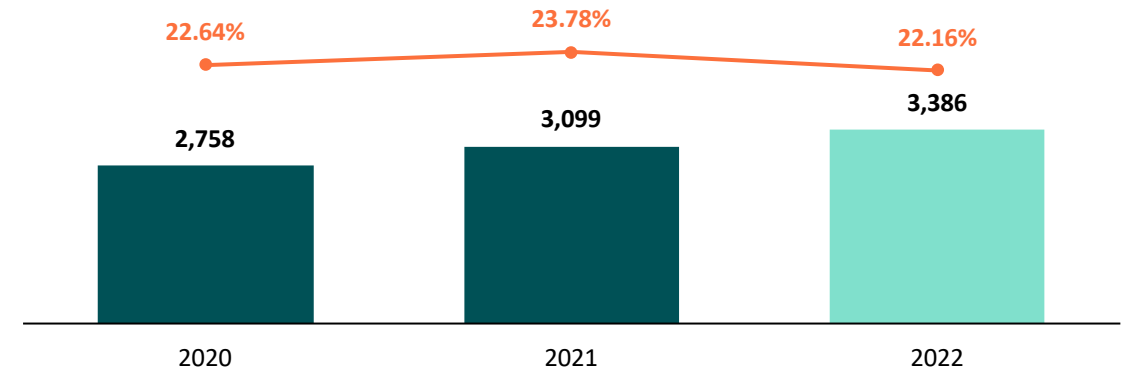
(MM COP)

CAGR +12%



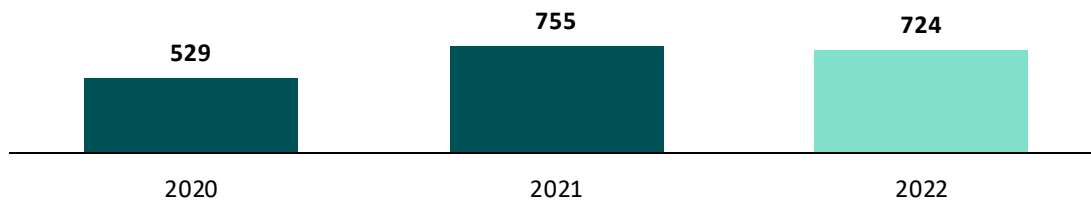
Utilidad Bruta y margen

(MM COP ; %)



Utilidad Operacional Recurrente

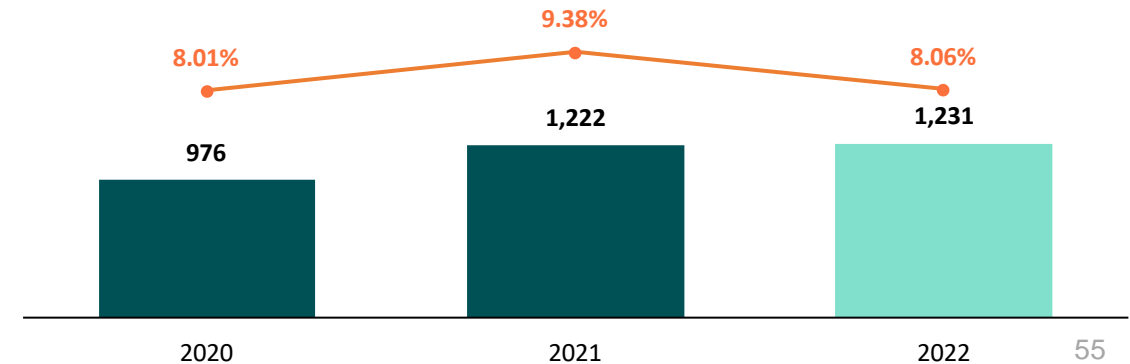
(MM COP ; %)



EBITDA Recurrente y margen

(MM COP ; %)

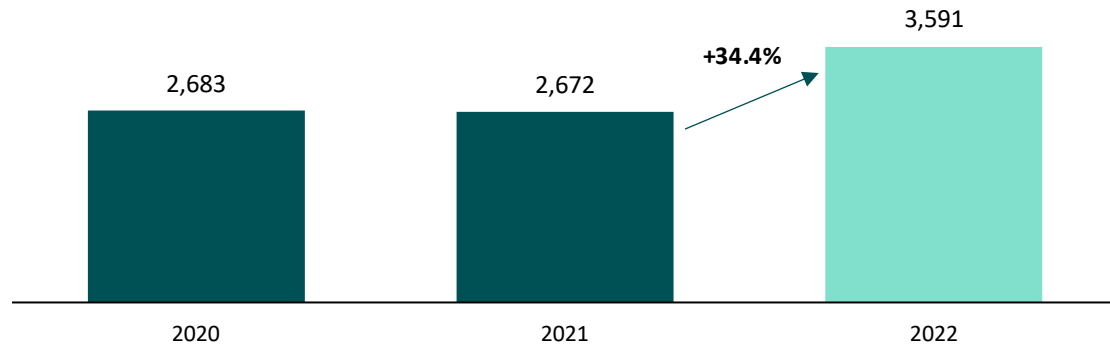
CAGR +12,3%



Ingresos Netos

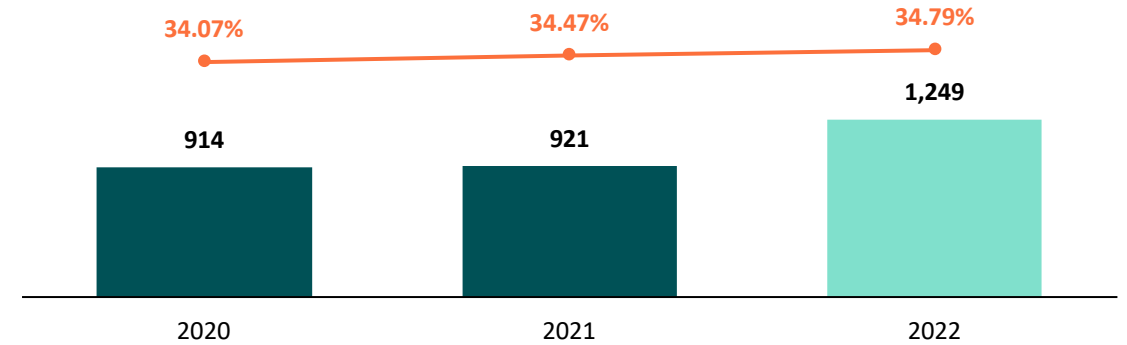
(MM COP)

CAGR +15,7%



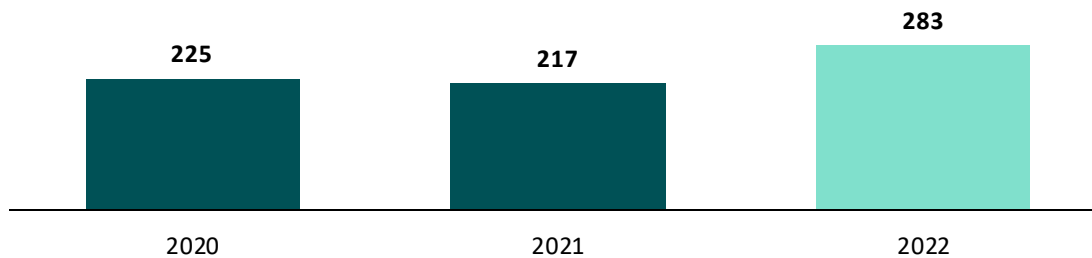
Utilidad Bruta y margen

(MM COP; %)



Utilidad Operacional Recurrente

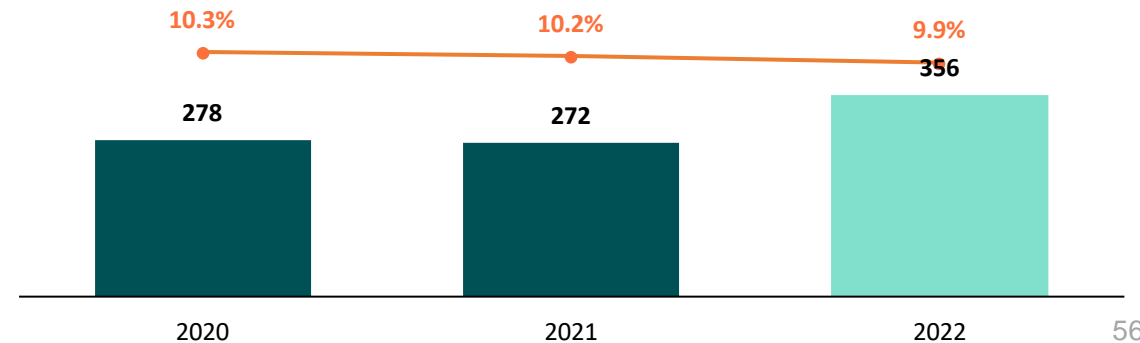
(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

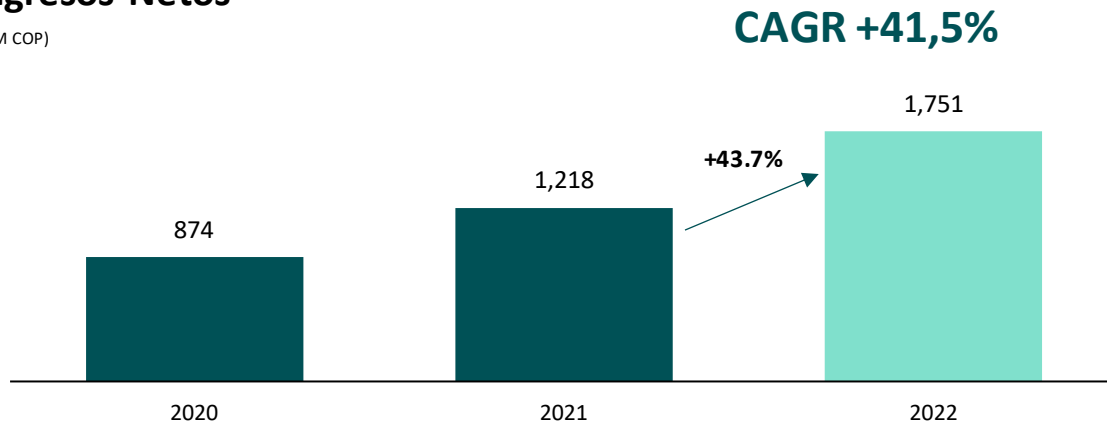
(MM COP; %)

CAGR +13,2%



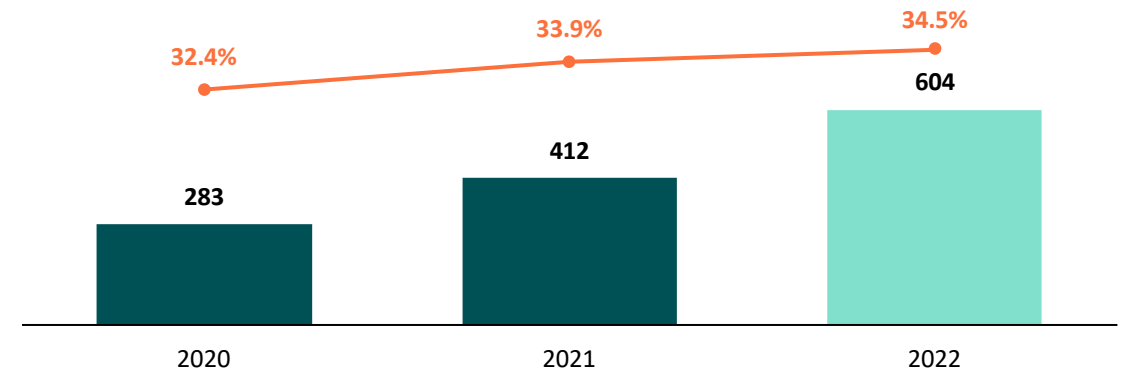
Ingresos Netos

(MM COP)



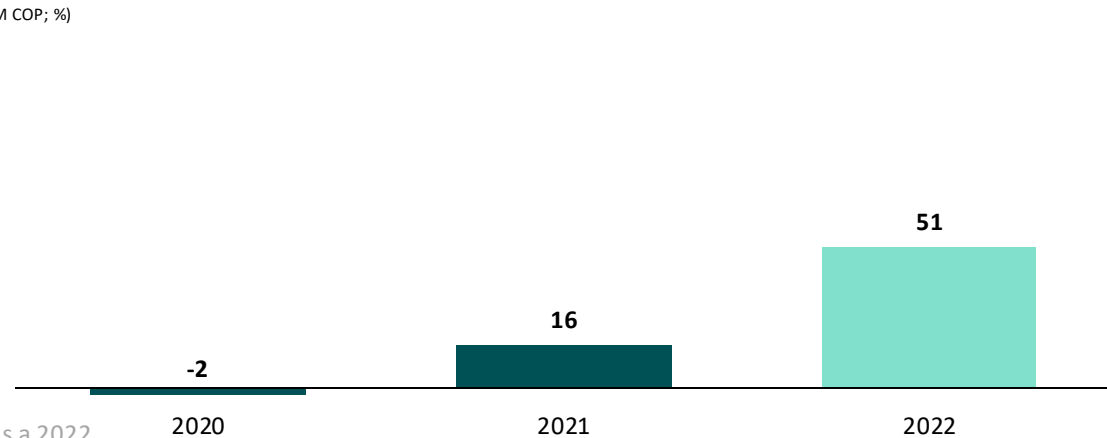
Utilidad Bruta y Margen

(MM COP; %)



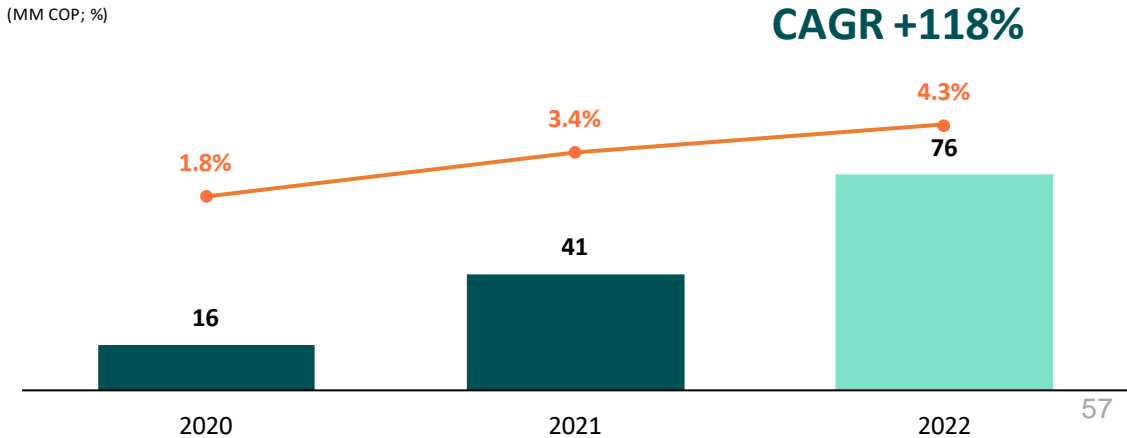
Utilidad Operacional Recurrente

(MM COP; %)



EBITDA Recurrente y margen

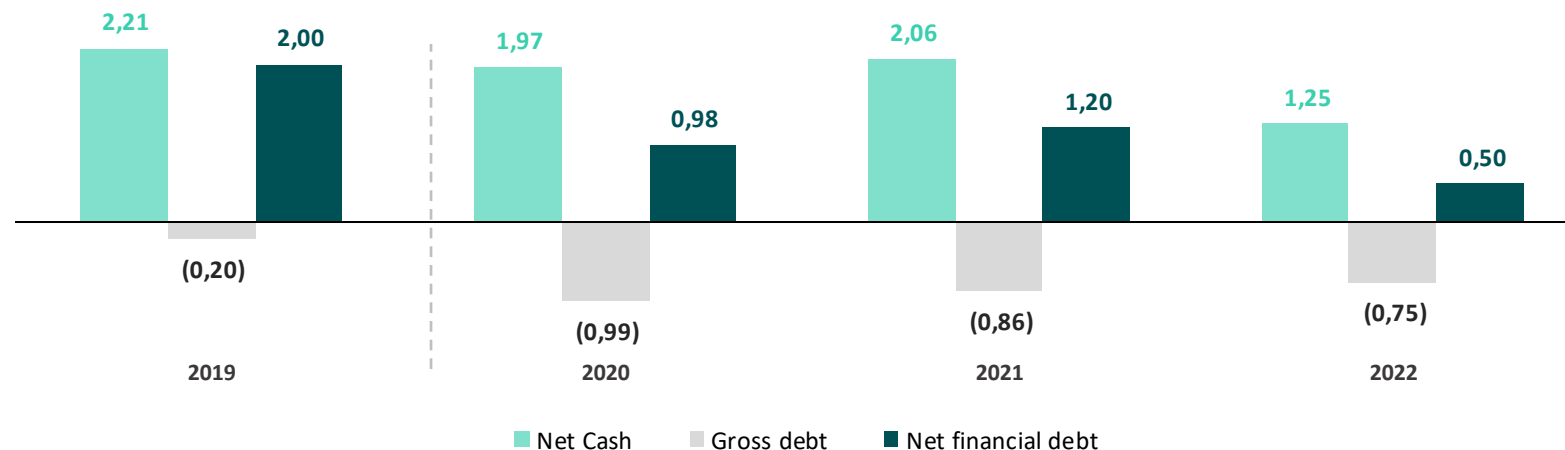
(MM COP; %)



Sólida generación de caja y consistente ejecución de capex

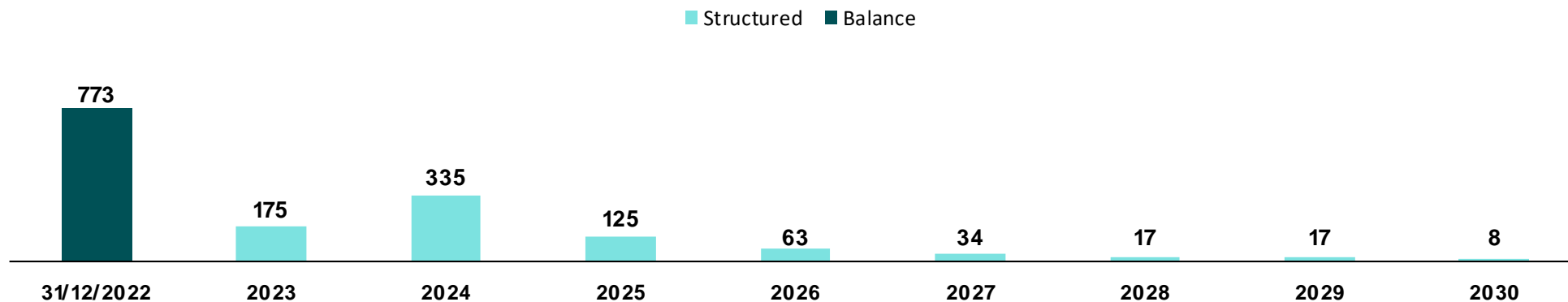
Deuda Neta Holding

(B COP)



Vencimientos de Deuda Bruta a nivel Holding

(MM COP)



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**



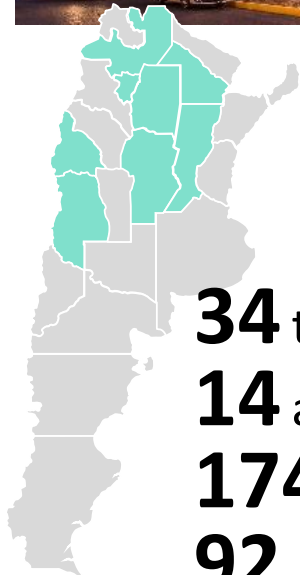
Fresh Market

 **29** tiendas

 **53%** ppación 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



ta etiqueta

frutas y verduras que comercializamos en nuestras



Estrategia de Sostenibilidad

Logros de la Estrategia de Sostenibilidad en 2022

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



Zero Malnutrition

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**



My Planet

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



Sustainable Trade

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.



Governance & Integrity

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 las operaciones de **recompra, desmaterialización y split de las acciones**



Our people

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**



Healthy Lifestyle

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

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>

Sesión de preguntas y respuestas





Gracias por acompañarnos