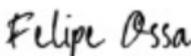


1. El objetivo social principal de Merqueo es la venta de alimentos a través de plataformas digitales.
2. Durante la pandemia del COVID 19, el Gobierno Nacional impuso múltiples medidas para la contención del virus. Entre estas, la restricción de la movilidad de los ciudadanos a fin de minimizar el contacto. Por consiguiente, actividades cotidianas como la adquisición de alimentos o elementos de primera necesidad en superficies físicas fueron reemplazadas por la adquisición de éstos a través de plataformas digitales, donde el ciudadano realiza la compra desde su casa y posteriormente se entrega directamente en esta. Dicho cambio en el canal para la adquisición de alimentos, generó una alta demanda en Merqueo, convirtiéndose en una de las soluciones preferidas dado su amplio portafolio y servicio de alta calidad.
3. Al igual que Merqueo, a nivel mundial, plataformas digitales para la adquisición de alimentos evidenciaron una alta demanda. Dichos modelos de negocio se encuentran fundamentados en tecnología, por ende, empresas jóvenes que en gran medida requieren de capital de riesgo para mantener sus operaciones. Dada la alta demanda por este servicio, la inversión de capital de riesgo creció considerablemente, con el objetivo de expandir la operación de dichas compañías a nuevas geografías y por ende adquirir más usuarios.
4. Lo anterior se vio reforzado por los subsidios de los gobiernos alrededor del mundo a sus ciudadanos ante el incremento de las tasas de desempleo y a la reducción de las tasas de interés, que generaron una mayor liquidez en el mercado.
5. La alta demanda ocasionada por la pandemia se vió reflejado en un aumento del total de ingresos de Merqueo de COP \$72.764.093 miles en 2019 a COP \$188.994.616 miles en 2020, un crecimiento del 160%.
6. Tras el inicio del levantamiento de las restricciones de movilidad, un alto número de ciudadanos retornaron a sus hábitos de consumo regulares, por ende a la presencialidad. A fin de contrarrestar esto, plataformas digitales como Merqueo realizaron grandes inversiones en mercadeo, expansión a nuevas geografías, menores tiempo de entrega, entre otras, respaldadas por el interés de los fondos de capital de riesgo que vieron potencial en este mercado, para mantener los altos niveles de adquisición de usuarios de la pandemia.
7. Dichos esfuerzos permitieron un aumento en el total de ingresos de Merqueo de COP \$ 188.994.616 miles en 2020 a COP \$ 205.600.950 miles en 2021, un crecimiento del 9%.
8. Sin embargo, a mediados de 2022, las condiciones macroeconómicas cambiaron. Los gobiernos iniciaron una serie de aumentos progresivos de las tasas de interés a fin de mitigar la creciente inflación, lo cual generó una reducción en la liquidez y por consiguiente, menor capacidad de endeudamiento tanto de las personas naturales como de las personas jurídicas.
9. El sector de capital de riesgo no fue la excepción, su capacidad para captar dinero disminuyó y por ende su capacidad para invertir, lo cual tuvo un impacto negativo en compañías como Merqueo. La Compañía tuvo una caída en el total de ingresos de COP \$ 205.600.950 miles en 2021 a COP \$ 133.906.761 miles en 2022, un decrecimiento de 35%.
10. Ante la contracción del capital de riesgo disponible, desde julio de 2022 Merqueo adoptó una serie de medidas para disminuir sus gastos y prolongar los recursos de caja, las cuales fueron:
 - a. Cierre de operaciones en México
 - b. Cierre de operaciones en varias ciudades de Colombia: Cali, Barranquilla, Santa Marta, Cartagena y Villavicencio
 - c. Cierre de líneas de negocio: entregas rápidas (menos de una hora) y *marketplace*
 - d. Reducción de nómina

11. Adicionalmente, Merqueo inició una reestructuración de procesos internos para acelerar la rentabilidad del modelo de entregas programadas (principal actividad de la compañía). Dichos ajustes corresponden principalmente a:
 - a. Cierre de bodegas de baja utilización.
 - b. Reducción del portafolio para la optimización de capital de trabajo.
 - c. Segmentación de usuarios a través de análisis de hábitos de compra para la optimización de la inversión en créditos y cupones.
 - d. Optimización de procesos operativos.
12. Los esfuerzos realizados por la compañía mejoraron la estructura de costos de la misma, evidenciando un camino hacia la rentabilidad en el corto plazo. Por consiguiente, a finales de 2022, los accionistas toman la decisión de iniciar la preparación para realizar una oferta pública en el mercado de Estados Unidos, específicamente en Nasdaq.
13. La preparación de la Compañía para realizar la oferta pública conllevó múltiples esfuerzos, a nivel económico y del equipo involucrado, a fin de cumplir con los requisitos fiscales, contables, legales y corporativos exigidos por la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (la “SEC” por sus siglas en inglés).
14. No obstante lo anterior, a finales de abril de 2023, las condiciones de mercado llevaron a la compañía a tomar la decisión de suspender el proceso de oferta pública, a fin de evitar una pérdida de valor de la compañía.
 - a. De acuerdo a PWC¹, en el primer trimestre de 2023, se registró el menor número de ofertas públicas desde inicios de 2019
 - b. Empresas comparables a Merqueo en diferentes mercados públicos han presentado una pérdida de valor significativa, como lo son Doordash en Estados Unidos² u Ocado en el Reino Unido³
15. La compañía ha iniciado conversaciones con diferentes jugadores en el mercado para obtener el financiamiento necesario para garantizar sus operaciones. Sin embargo, a la fecha no se cuenta con un negocio que permita tener certeza al respecto.

Atentamente,

DocuSigned by:

789F6C4E3C2040A...

FELIPE OSSA RODRÍGUEZ

C.C. No. 1.018.407.718

Representante legal

MERQUEO S.A.S.

NIT 900.871.444-8

¹ <https://www.pwc.com/gx/en/services/audit-assurance/ipo-centre/global-ipo-watch.html>

² <https://finance.yahoo.com/quote/DASH?p=DASH&.tsrc=fin-srch>

³ <https://finance.yahoo.com/quote/OCDO.L?p=OCDO.L&.tsrc=fin-srch>