



Presentación Corporativa

Marzo 2023



1.1 Cencosud en Resumen

60

Años de Historia

+120 M

Total Colaboradores⁽¹⁾

1.447

Tiendas Retail

67

Centros Comerciales

3,7 MM m²

Sala de Venta

2,2 MM m²

GLA

IPO 2004

US\$ 5,6 bn

Market Cap Cencosud⁽²⁾

Free Float: 45%

Cencosud Shopping IPO 2019

US\$ 2,8 bn

Market Cap CencoShopp⁽²⁾

Free Float: 28%

+5,5 MM m²

banco de terrenos

5 Unidades de Negocio



▶ Supermercados



▶ Mejoramiento del Hogar



▶ Tiendas por Departamento



▶ Centros Comerciales



▶ Servicios Financieros



**Supermercados
ADN Cencosud**

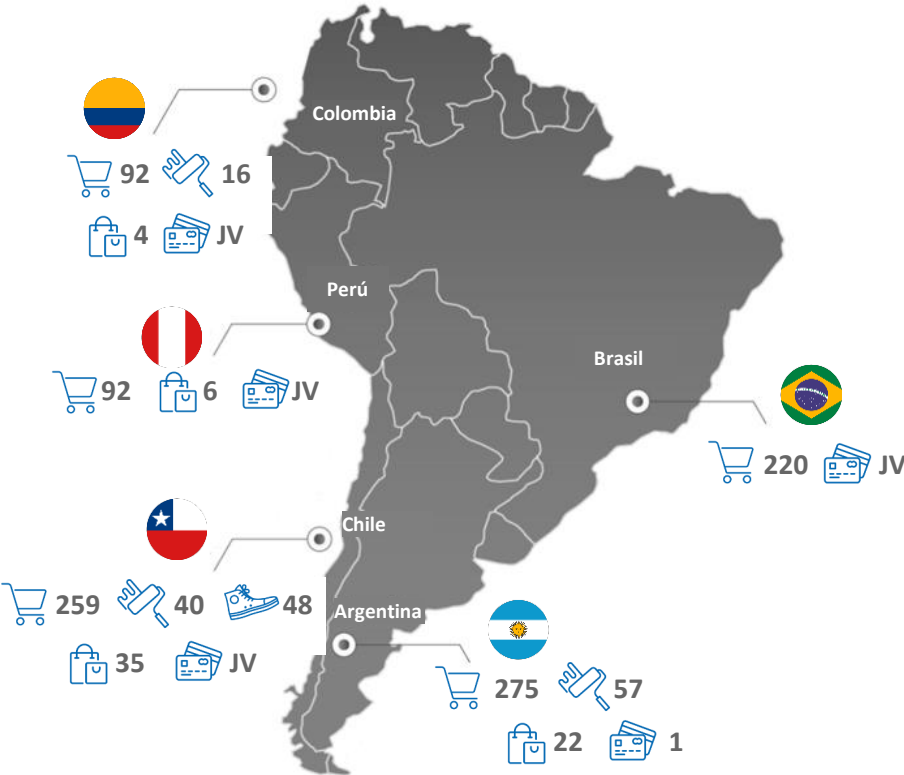
(1) Considera colaboradores de The Fresh Market y GIGA Atacado.

(2) Al 31 de marzo de 2023.

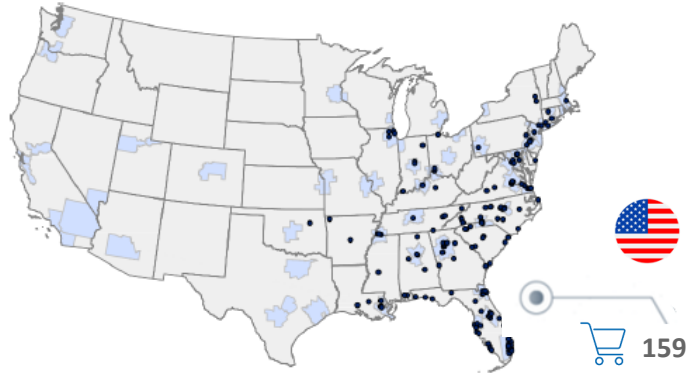
1.2

Ampliando la Diversificación Geográfica (1)

LATAM



Estados Unidos



6 Países
1.447 Tiendas Retail
67 Centros Comerciales

1.097	113
48	67

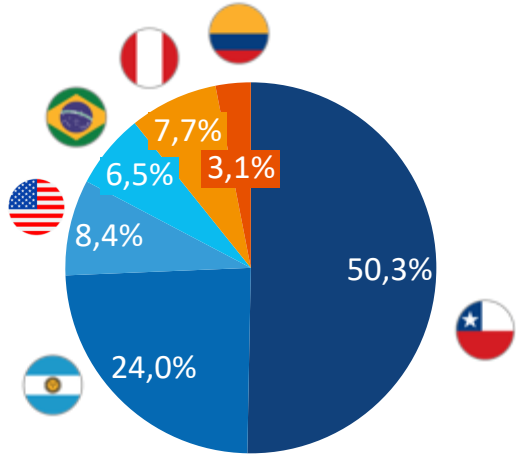
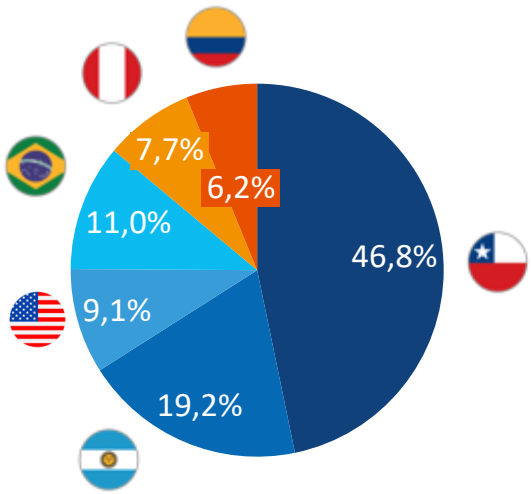
+ oficina comercial en China y Hub tecnológico en Uruguay

(1) Las tiendas de Retail en la imagen no incluyen Otros negocios (Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow): 189 tiendas (37 en Colombia y 152 en Brasil).

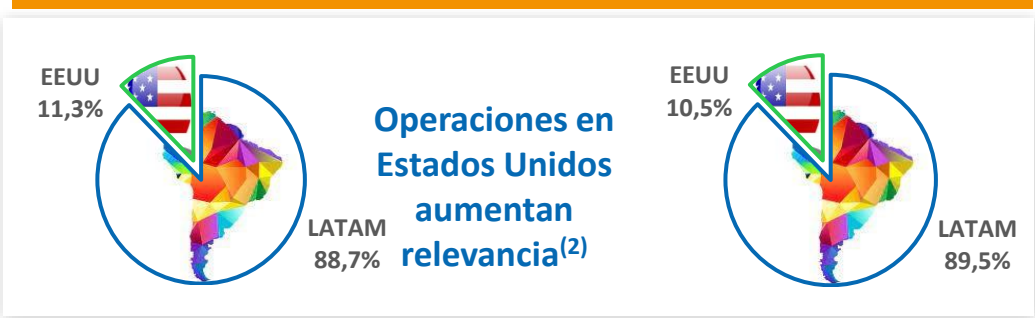
1.3

Diversificación Geográfica en Países con Menor Riesgo

Ingresos ⁽¹⁾
US\$16,9 bn



EBITDA Ajustado ⁽¹⁾
US\$1,8 bn
Margen EBITDA Ajustado
10,6%

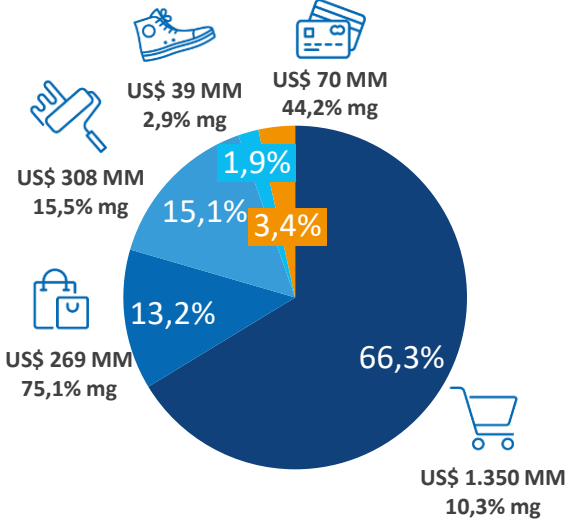
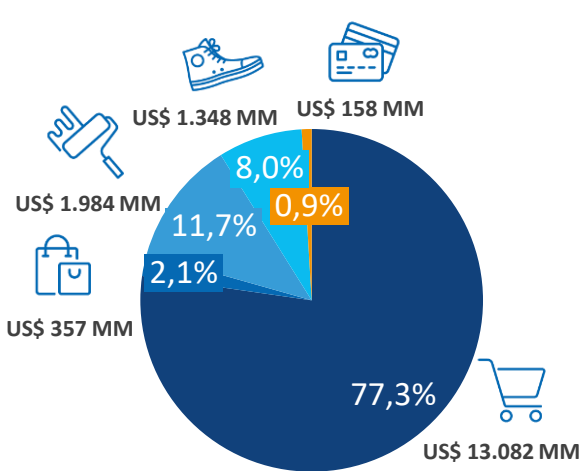


(1) Cifras últimos 12 meses a marzo 2023
(2) Cifras del primer trimestre 2023

1.4

Retailer Líder con Foco en Supermercados apoyado por otros formatos

Ingresos ⁽¹⁾
US\$16,9 bn



EBITDA Ajustado ⁽¹⁾
US\$1,8 bn
Margen EBITDA Ajustado
10,6%



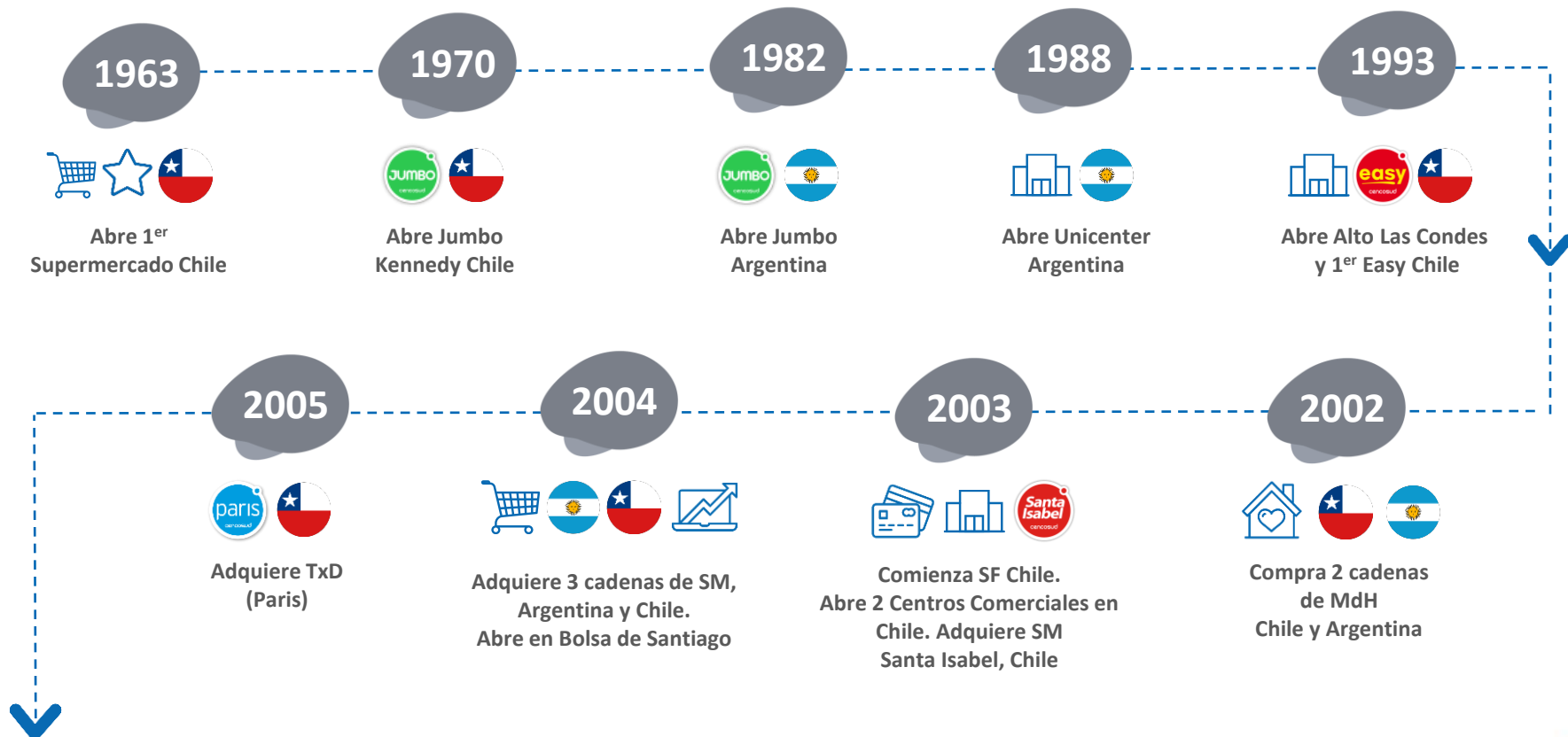
RECONOCIDO PORTFOLIO DE MARCAS

GANANCIA EN PARTICIPACION DE MERCADO EN SM CHILE, ARGENTINA, BRASIL Y PERÚ EN MARZO 2023

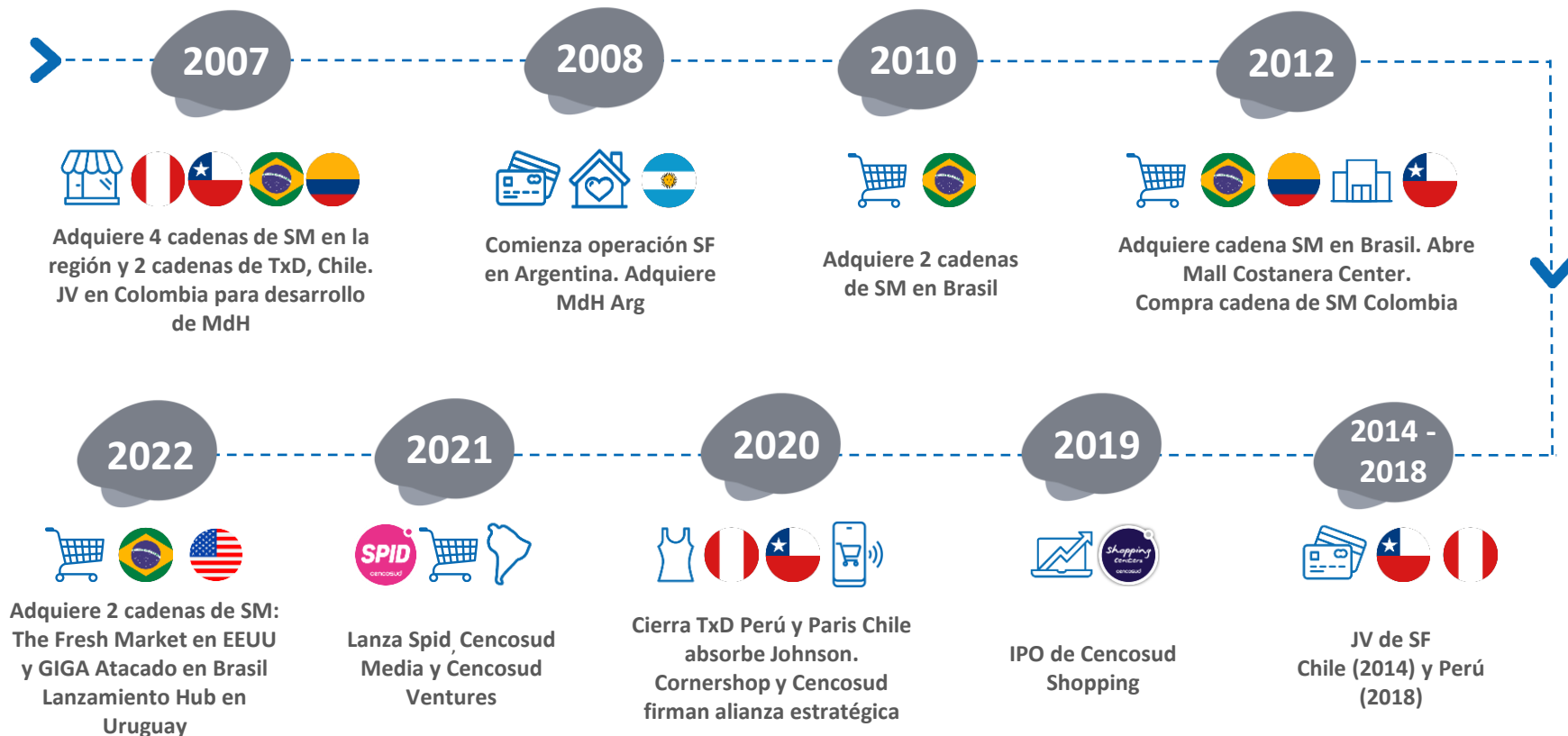
LIDER EN E-GROCERY EN CHILE, PERÚ Y 2° EN ARGENTINA

⁽¹⁾ Cifras últimos 12 meses a marzo 2023, excluyendo segmento "Otros" (ingresos US\$12 MM y EBITDA Ajustado -US\$239 MM)

1.5 Historia de Cencosud



1.6 Historia de Cencosud (cont.)

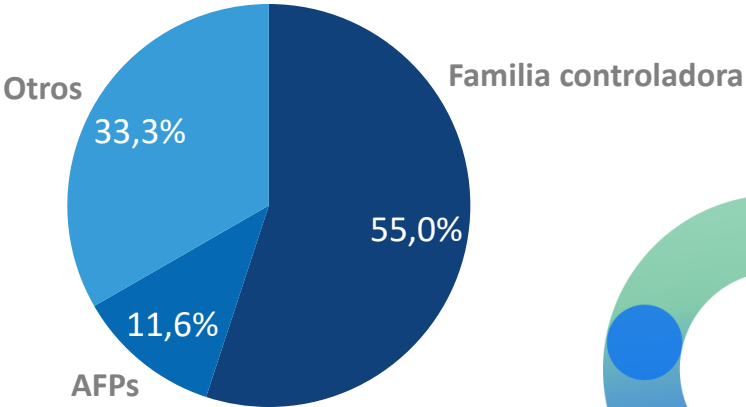
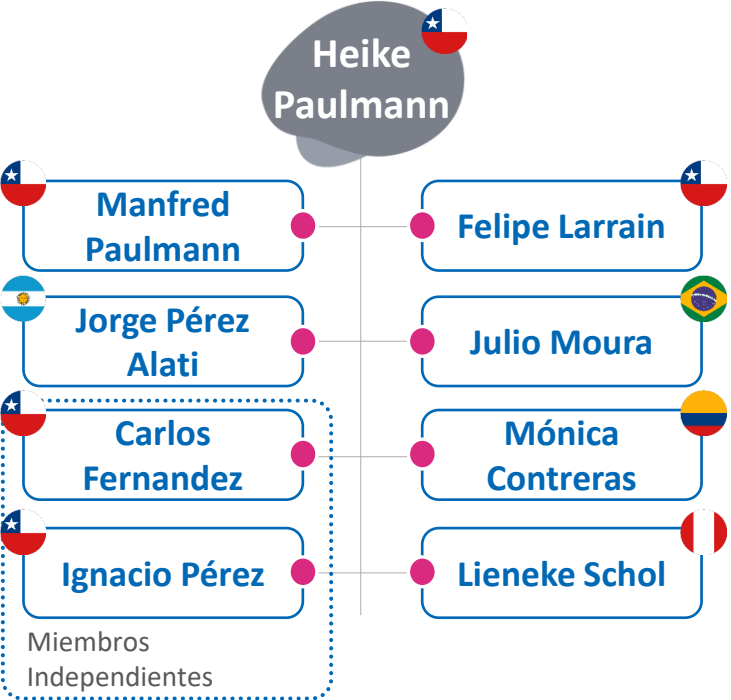


1.7

Directorio y Estructura de Propiedad

Diversidad
5 nacionalidades - 1/3 de mujeres

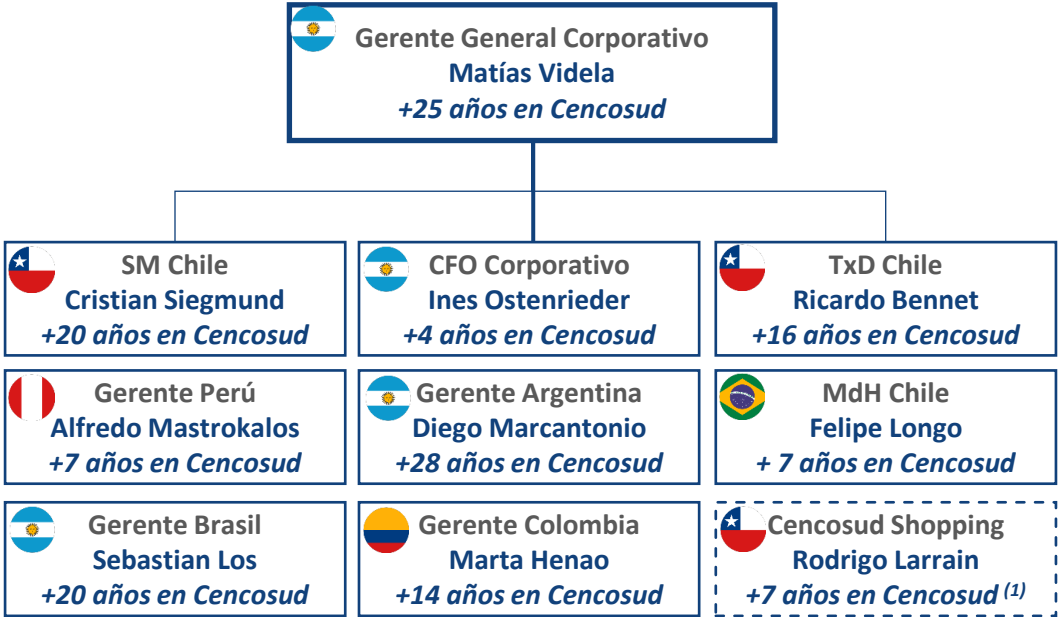
Estructura de Propiedad
Principales accionistas



Volumen promedio diario transado 1T23
US\$7.864.840

1.8

Estructura Organizacional por País desde 2020



Sinergias entre negocios

Fomenta la colaboración y el uso compartido de recursos de la Compañía

Conocimiento local para la toma de decisiones

Autonomía de cada país en la toma de decisiones por su cercanía de la realidad local

Flexibilidad y Adaptabilidad

Estructura permite adaptación y respuesta a las nuevas tendencias en cada mercado

Estructura *back-office* eficiente

Revisión y optimización de procesos, incorporando tecnología para aumentar eficiencia

Sinergias entre negocios
Fomenta la colaboración y el uso compartido de recursos de la Compañía

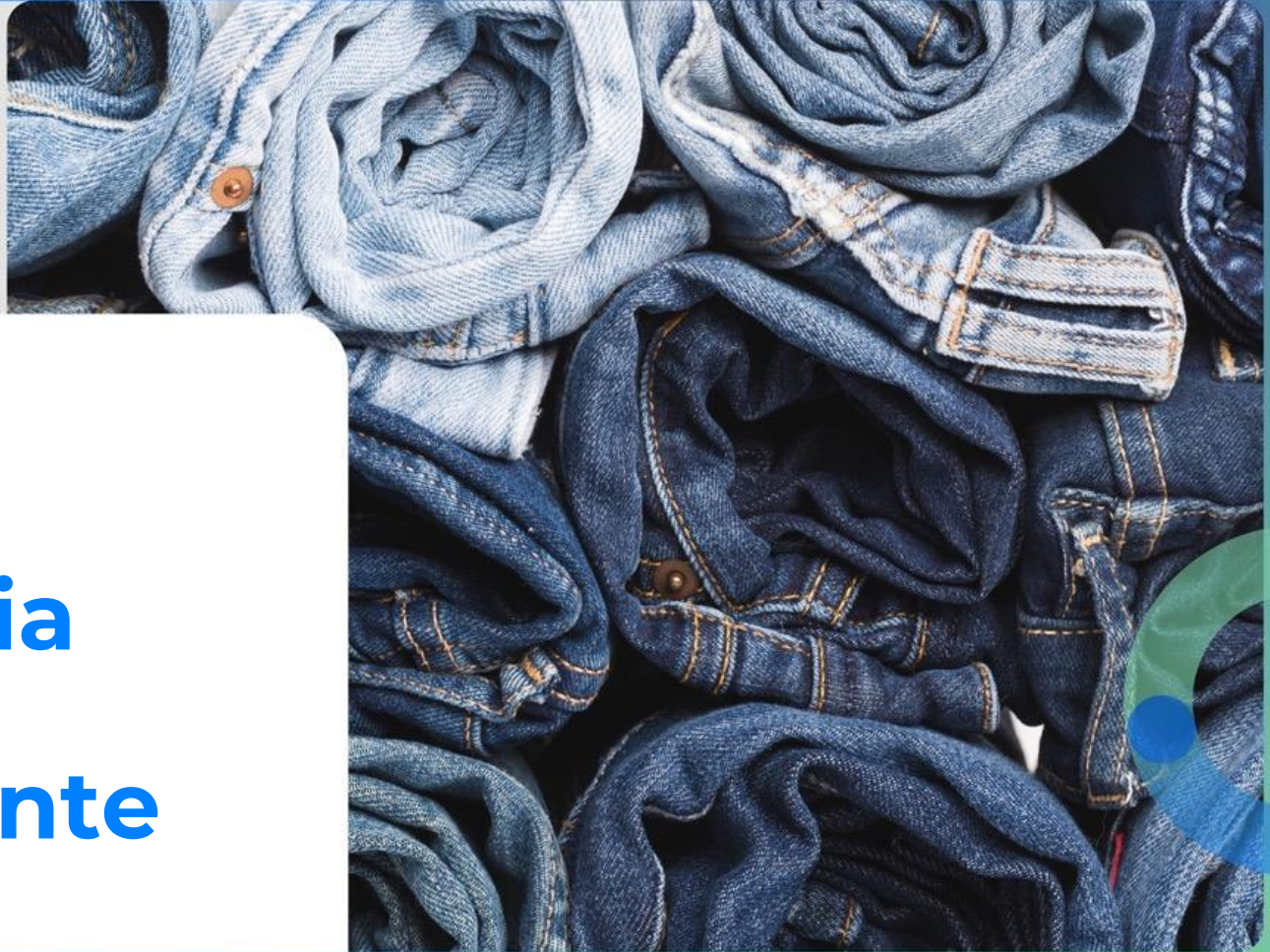
Conocimiento local para la toma de decisiones
Autonomía de cada país en la toma de decisiones por su cercanía de la realidad local

Flexibilidad y Adaptabilidad
Estructura permite adaptación y respuesta a las nuevas tendencias en cada mercado

Estructura *back-office* eficiente
Revisión y optimización de procesos, incorporando tecnología para aumentar eficiencia

Estructura vigente desde 2020

(1)Después de 6 años se reincorpora, en 2021, como CEO Cencosud Shopping.



02

Estrategia Clara y Consistente

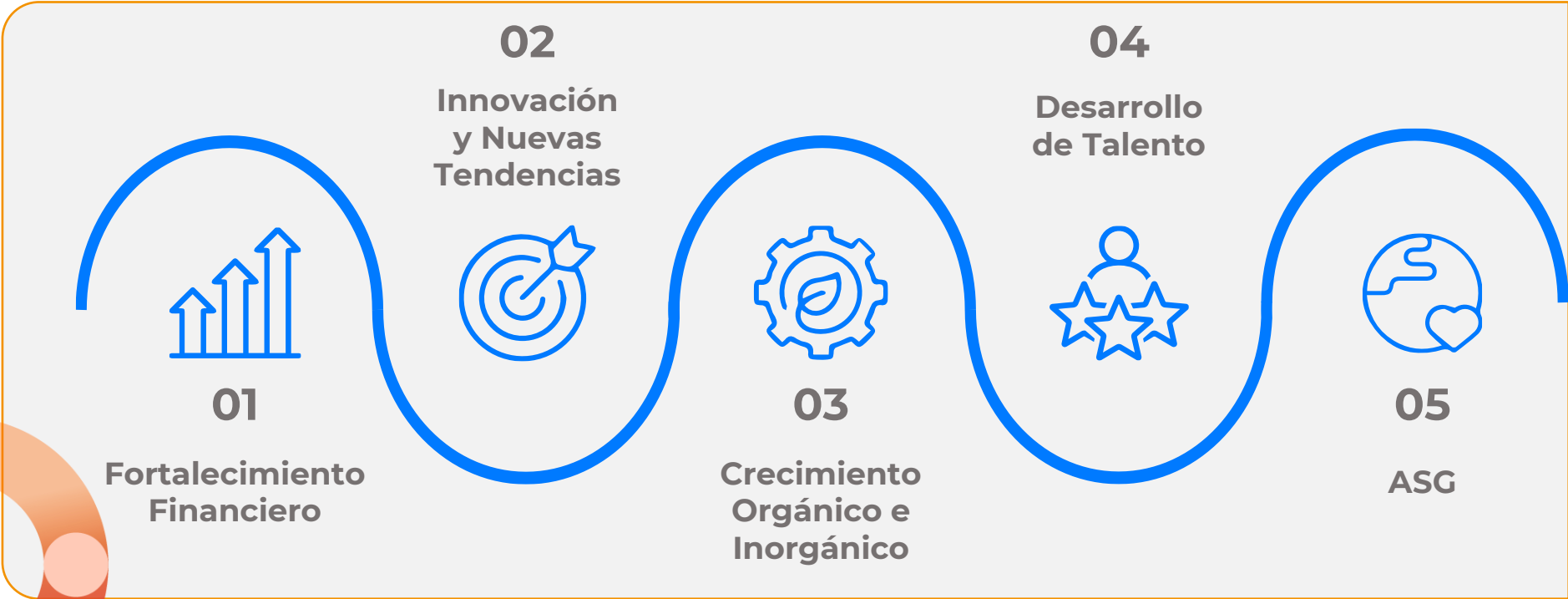
2.1

¿Por qué invertir en Cencosud?



2.2

Pilares Estratégicos de la Compañía



2.3

Sostenibilidad como Foco Estratégico



- **Código de Ética** revisado anualmente y firmado por todos los empleados
- Más de **100.000 personas capacitadas en temas de ética** y sostenibilidad, incluyendo colaboradores y directores
- **Línea directa e independiente** para reportar comportamiento.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro *Newsletter* de Sostenibilidad en nuestra página web: <https://www.cencosud.com/sostenibilidad>.

2.4

Prioridades en 2023

Market Share

Aumentar participación de mercado en mercados con mayor potencial como EEUU y Brasil.

Mantener participación de mercado en Perú, Colombia y Argentina.



ROIC

Maximizar el retorno sobre el capital al mejorar la rentabilidad de los negocios y utilizar los activos de la forma más eficiente posible.



Ecosistema digital

Continuar afianzando una solución omnicanal integral y eficiente, mediante la implementación de un ecosistema digital.





03

Avances en 2023



3.1 Hitos del Negocio



Marca Propia de TFM en Jumbo Chile



Como parte de las sinergias comerciales generadas entre The Fresh Market y el negocio de Supermercados en Latinoamérica, a marzo comenzó la **comercialización** de productos de **Marca Propia de “The Fresh Market”** en supermercados **Jumbo** en Chile.

Lanzamiento de app Easy Chile



Nueva app de Easy Chile **complementa y potencia la propuesta digital** del negocio, y se suma a su renovada página Web, eventos de *Liveshopping*, y presencia en *Marketplace* de Paris.cl.

Memoria Anual Integrada 2022



Cencosud publicó su **Memoria Anual Integrada 2022**, donde se resume el desempeño de la Compañía en los ámbitos ambientales, sociales y financieros.

Ranking *Best Customer Experience* ⁽¹⁾



Supermercados **Wong** fue reconocido como el supermercado con la **mejor experiencia de cliente** del Perú, donde destaca por la innovación en el canal *e-commerce*.

⁽¹⁾ Ranking efectuado por consultora IZO.



3.2 Hitos de Sostenibilidad (1)



PLANETA

Programa Rescate de Alimentos

Se han rescatado + 493 tons. de alimentos, beneficiando +9.000 organizaciones.

Sumando Energías Renovables no Convencionales (ERNC):

- Brasil llegó a una cobertura del 76% de ERNC, aumentando en 511 bps respecto al 1T22.
- Chile mantuvo su cobertura con 68% de ERNC, respecto al 1T22.

Certificaciones

- Cencosud Chile obtuvo la certificación en los Acuerdos de Producción Limpia (APL) de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (TRAEE) y en Eco Etiquetado.
- Supermercados Chile y Colombia obtuvieron la Certificación IFCO, la cual reconoce el uso de envases reutilizables en la logística de productos frescos.

Firma en Perú de APL

Junto a MINAM y PRODUCE, para minimizar la generación de residuos sólidos y desplegar acciones e información que promuevan el consumo responsable.



PERSONAS

Liderazgo femenino: Cencosud Chile en alianza con Fundación Emplea, y con fondos del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE) capacitará a más de 200 mujeres emprendedoras durante este año.



PRODUCTO

Oferta sostenible de productos: 42% de los locales Jumbo en Chile cuentan con oferta de carne con certificación de ganadería regenerativa.

3.3

Mejora Continua en Productividad y Eficiencia

Modelo Servicios al Retail CENTRO DE SERVICIOS GLOBAL

Modelo creado para optimizar los procesos de Retail



Objetivos

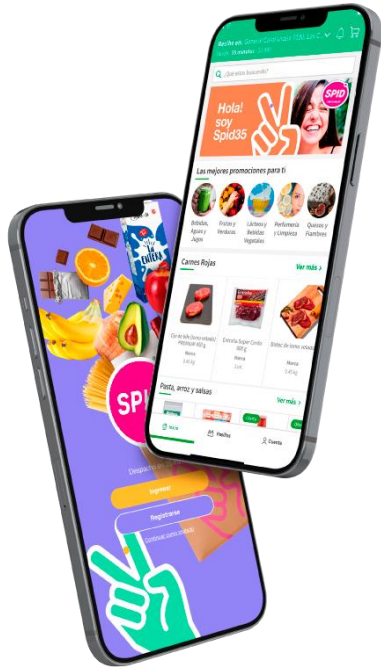
	Eficiencia y Mejora Continua		Cercanía con el Negocio
	Monitoreo de RPA		Servicios al Retail Digital

Logros

- > Automatización de procesos representa: **1.000.000 horas automatizadas** ⁽¹⁾
- > Ahorro anual promedio: **US\$ 9 MM**
- > Iniciativas concretadas: **+300**
- > Otras iniciativas: **+600 iniciativas en evaluación a la fecha**
- > Opera en **4 países**. Próximamente se sumará **Brasil**

⁽¹⁾ Desde 2017 a la fecha

Mejora Continua Productividad y Eficiencia (cont.)



Big Data Analytics

- Modelo de Suscripción de Jumbo Prime;
- Iniciativas que mejoran la experiencia de Clientes a partir de recomendaciones personalizadas;
- Predicción temprana de quiebres para mejorar la experiencia digital a través de la app Mi Local;
- Proyectos de Optimización de Precios para la gestión de inventarios y potenciar las divisiones comerciales;
- Proyectos de Eficiencia Operacional a partir de algoritmos de analítica avanzada; y
- Scan&Go con la App de Paris.cl, optimizando experiencia de cliente desde la compra en tienda sin pasar por caja.

Optimización y Rentabilidad

- Cambios de formato desde Supermercado a Cash&Carry;
- Optimización de espacios al reducir m² utilizados en tiendas o al utilizar espacio reducido para incorporar una segunda otra tienda;
- Desarrollo del formato SPID en toda la región;
- Lanzamiento App “Mi Local” (eficiencia de logística y distribución de productos *in-store* para colaboradores).

3.5

Mejora Continua Productividad y Eficiencia (cont.)

Estrategia de Marcas Propias



Crecimiento: Ventas aumentaron un 47,6% a/a, llegando a los US\$597 MM.



Relevancia: +192 bps de crecimiento en participación sobre ventas, llegando a 14,6%.



Rentabilidad: se sostiene la mejor rentabilidad en todos los negocios, tanto en *food* como *non-food*.

	1T23	1T22
Chile	14,4%	14,7%
Argentina	11,4%	12,4%
Estados Unidos	30,7%	N.A.
Brasil	3,3%	3,7%
Perú	15,7%	15,5%
Colombia	7,7%	7,3%
TOTAL	14,6%	12,6%

Procurement Regional

Cencosud creó un equipo regional de compras con el propósito de tener mayor disponibilidad de productos fuera de temporada.

Tecnología & E-commerce

- Llevar la compañía a un siguiente nivel, más ágil, dinámico, habilitado y apoyado con las mejores tecnologías, considerando la infraestructura, arquitectura, productos digitales y *Analytics*.
- Creación de CencoTech: Área que engloba a 7 gerencias asociadas a tecnología, que busca promover una nueva forma de hacer negocios, siendo parte del desarrollo y aceleración de los negocios digitales en conjunto con nuestra cultura digital.



3.6 Estrategia Ecosistema Digital



Servicio de compra



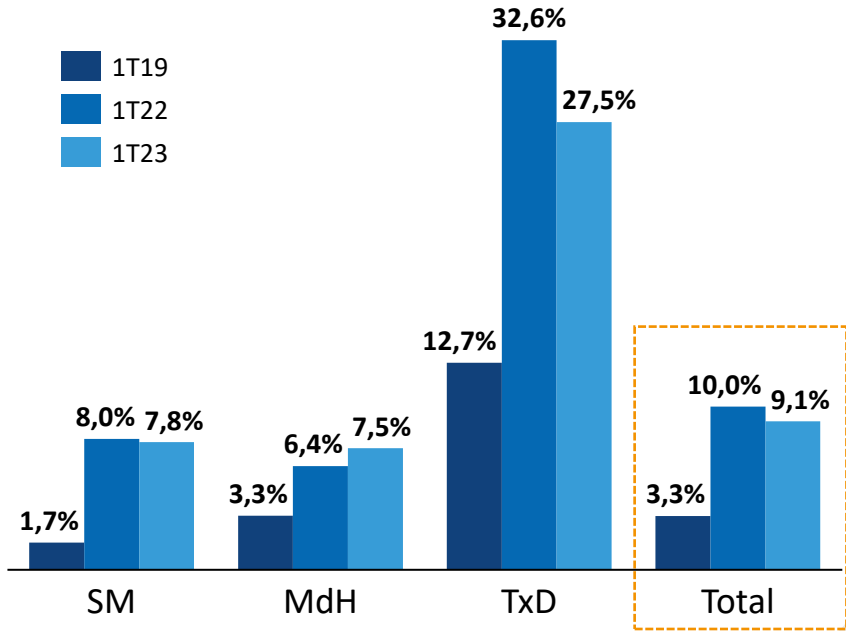
Experiencia del cliente



Rentabilidad

- Desarrollo de Marketplace;
- Mejorar la oferta de productos únicos;
- Desarrollar herramientas de híper-personalización;
- Asegurar garantía de devolución;
- Aprovechar las económicas de escala;
- Invertir en desarrollos tecnológicos;
- Profundizar la capacidad de generar, manejar y procesar datos.

Evolución de Penetración Online



¹ Incluye last milers de terceros como Cornershop

3.7

Crecimiento Orgánico Primer Trimestre 2023

	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones
	N° Tiendas	M² Sala Venta	N° Tiendas	M² Sala Venta	N° Tiendas
Chile	2	276	-	-	7
Argentina	-	-	1	1.655	3
Brasil	2	219	8	20.360	-
Total	4	495	9	22.015	10



4

Aperturas



9

Transformaciones



10

Remodelaciones



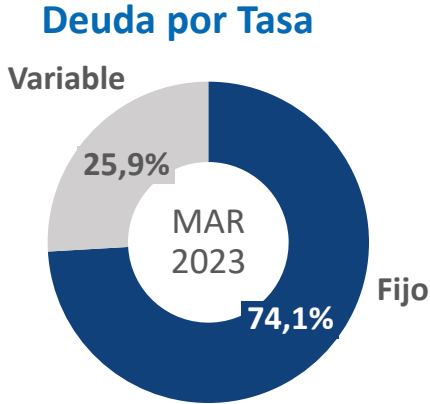
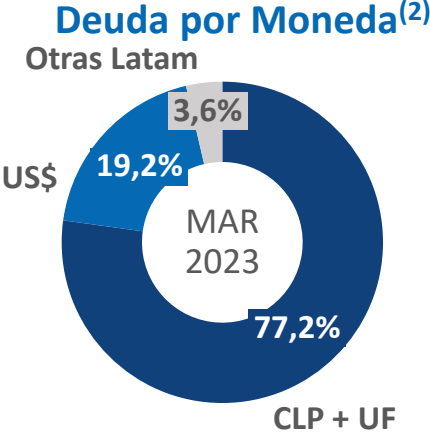
3.8 Sólida Estructura Financiera

Destacados

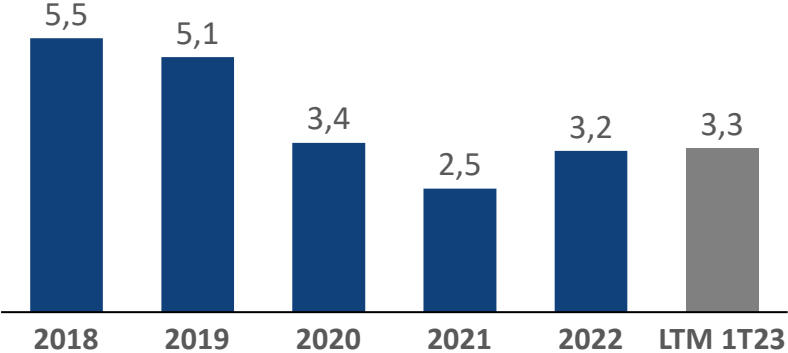
Investment Grade desde 2011:

- Fitch Ratings: BBB (estable)
- Moody's: Baa3 (positivo)

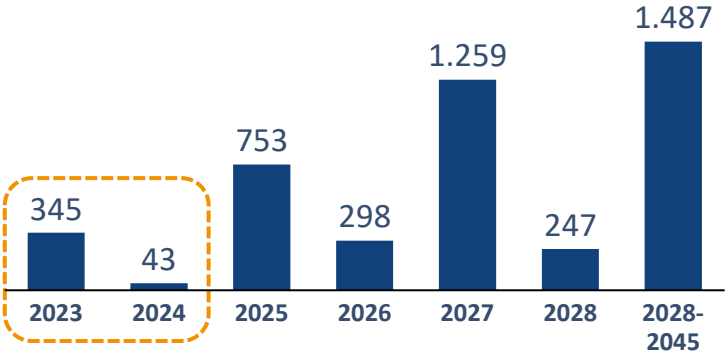
A marzo de 2023, la Compañía tenía **US\$ 631 MM** en caja (incluyendo activos financieros corrientes).



Evolución Leverage Bruto⁽¹⁾



Calendario de Amortizaciones (US\$ MM)



⁽¹⁾ No incluye One Off del periodo y calculado usando tipo de cambio 790,4 CLP/US\$. ⁽²⁾ Post CCS y otras



cencosud

The logo for Cencosud features the word "cencosud" in a white, lowercase, sans-serif font. The text is centered within a white circular outline. A small yellow dot is positioned at the top right of the circle, and a white line extends from this dot, curving downwards and to the right, ending in a small pink dot. The background of the logo is a solid blue color.

Anexo de Cálculos

Para esta presentación los siguientes tipos de cambio, cálculos y detalles se consideraron:

- *Market Cap* calculado al 31 de marzo de 2023 utilizando precio de cierre de acción CLP 1.536 y tipo de cambio de cierre de CLP 790,41 por US\$;
- El volumen transado promedio incluye cifras del 1T23 utilizando el precio de cierre de la acción y los tipo de cambio mensuales de CLP 826,3, CLP 798,3 y CLP 809,5 por US\$;
- EBITDA Ajustado representa: EBITDA + diferencias de cambio + resultados por unidades de reajuste - revaluación de activos;
- Ingresos y EBITDA Ajustado convertido a US\$ utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 840,8, CLP 926,4, CLP 916,2 y CLP 811,4 por US\$ para cada trimestre, respectivamente;
- Ingresos y EBITDA Ajustado incluyen IFRS16;
- Gráfico de ingresos y EBITDA Ajustado por negocio excluye el segmento otros, el cual contribuyó US\$12 MM en ingresos y una pérdida de US\$239 MM en EBITDA Ajustado;
- Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen el ajuste por Hiperinflación en Argentina (IAS29). Al incluir el efecto, los ingresos a marzo de 2023 alcanzaron US\$16.847 MM y EBITDA Ajustado US\$1.666 MM utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 840,8, CLP 926,4, CLP 916,2 y CLP 811,4 por US\$ para cada trimestre **de los últimos doce meses (LTM)**, respectivamente. Argentina representa un 18,8% del total de ingresos y un 18,0% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio de cierre al 31 de marzo de 2023. La deuda incluye los pasivos por arrendamiento, por adopción de norma IFRS16. Adicionalmente incluye el efecto por hiperinflación en Argentina reflejo de la norma IAS29. El calendario de amortización se presenta neto de ganancia/pérdidas obtenidas por los derivados, sobregiros y deuda Comex (excluye futuros);
- Deuda neta presentada luego de *Cross Currency Swaps* y otras coberturas;
- SM se refiere a Supermercado, SF corresponde a Servicios Financieros, MdH a Mejoramiento del Hogar y TxD a Tiendas por Departamento, mientras Arg significa Argentina y ML se refiere a Moneda Local.

Información importante

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Cencosud S.A. ("Cencosud") únicamente con fines informativos, no debe ser interpretada como una solicitud o una oferta para comprar o vender valores y no debe ser entendido como consejo de inversión o de otro tipo. Ninguna garantía, expresa o implícita, se proporciona en relación con la exactitud, integridad y confiabilidad de la información contenida en el presente documento. Las opiniones expresadas en esta presentación están sujetas a cambios sin previo aviso y Cencosud no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en el presente documento. La información contenida en este documento no pretende ser completa.

Cencosud y sus respectivas filiales, directores, socios y empleados no aceptan responsabilidad alguna por cualquier pérdida o daño de cualquier tipo que surja de la utilización de la totalidad o parte de este material.

Esta presentación puede contener afirmaciones que son, a futuro, sujetas a riesgos e incertidumbres, factores que se basan en las expectativas actuales y proyecciones sobre eventos futuros y tendencias que pueden afectar al negocio de Cencosud. Se le advierte que dichas prospectivas no son garantías de rendimiento futuro. Hay varios factores que pueden afectar negativamente a las estimaciones y supuestos en que se basan estas declaraciones a futuro, muchos de los cuales están fuera de nuestro control.