



Presentación Corporativa

2T23





01

Cencosud en Resumen





1.1

Cencosud, Una Mirada Integral

a junio 2023



5,5 billones

Market Cap Cencosud
Free Float: 44,5%

3,1 billones

Market Cap CencoShopp
Free Float: 27,7%

+120.000

Colaboradores

5,5 millones

M² de banco de terrenos

60 años

De historia



Presencia Latam & EEUU

Retail multiformato con presencia operacional en América Latina y Estados Unidos, Hub Tecnológico, Digital y de Innovación en Uruguay y una oficina comercial en China.

5 Unidades de Negocio



Además, la Compañía opera el negocio de Servicios Financieros a través de JV en Chile, Brasil, Perú y Colombia. En Argentina, la operación es gestionada de manera directa por Cencosud.



⁽¹⁾ 'Otros' incluye Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow (37 tiendas en Colombia y 151 tiendas en Brasil).



1.2 Liderazgo Internacional y Estructura Organizacional



MANAGEMENT CON EXPERIENCIA +16 años promedio

- 1 Sinergias entre Negocios**
Fomentar la colaboración y el uso compartido de los recursos de la Compañía.
- 2 Conocimiento Local para la Toma de Decisiones**
Autonomía de cada país en la toma de decisiones debido a su presencia en mercados locales.
- 3 Flexibilidad y Adaptabilidad**
La estructura permite la adaptación y respuesta a nuevas tendencias en cada mercado.
- 4 Estructura de *Back-Office* Eficiente**
Revisión y optimización de procesos, incorporando tecnología para aumentar la eficiencia.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL VIGENTE DESDE 2020

⁽¹⁾ La antigüedad contempla el periodo desde marzo de 2013 hasta enero de 2019 y su retorno desde julio de 2021 en su función como CEO de Cencosud Shopping.



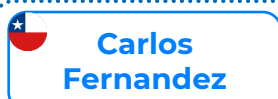
1.3

Sólido Gobierno Corporativo Atrae Diversidad de Inversionistas



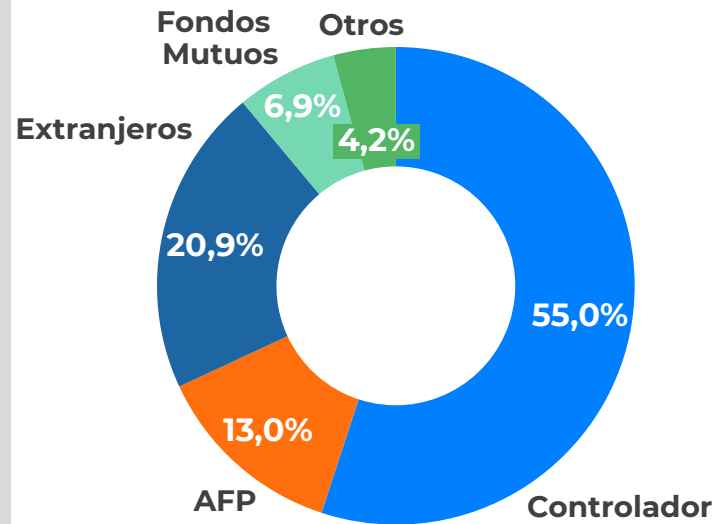
Diversidad

5 nacionalidades - 1/3 mujeres



Miembros Independientes

Estructura de Propiedad Junio 2023



Volumen Promedio Diario Transado 2T23

US\$ 9,7 MM
(+27,4% a/a)



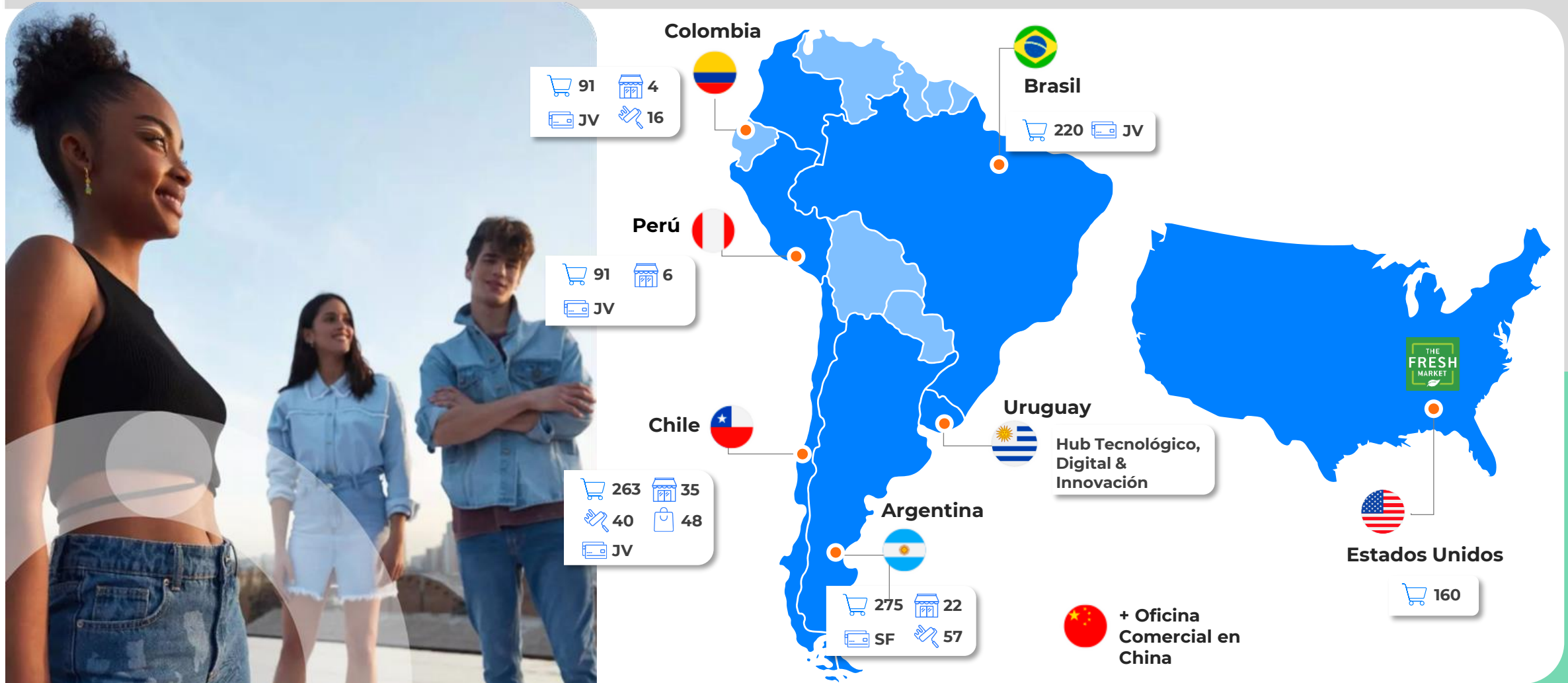
1.4 Aspectos Destacados de Inversión





1.5

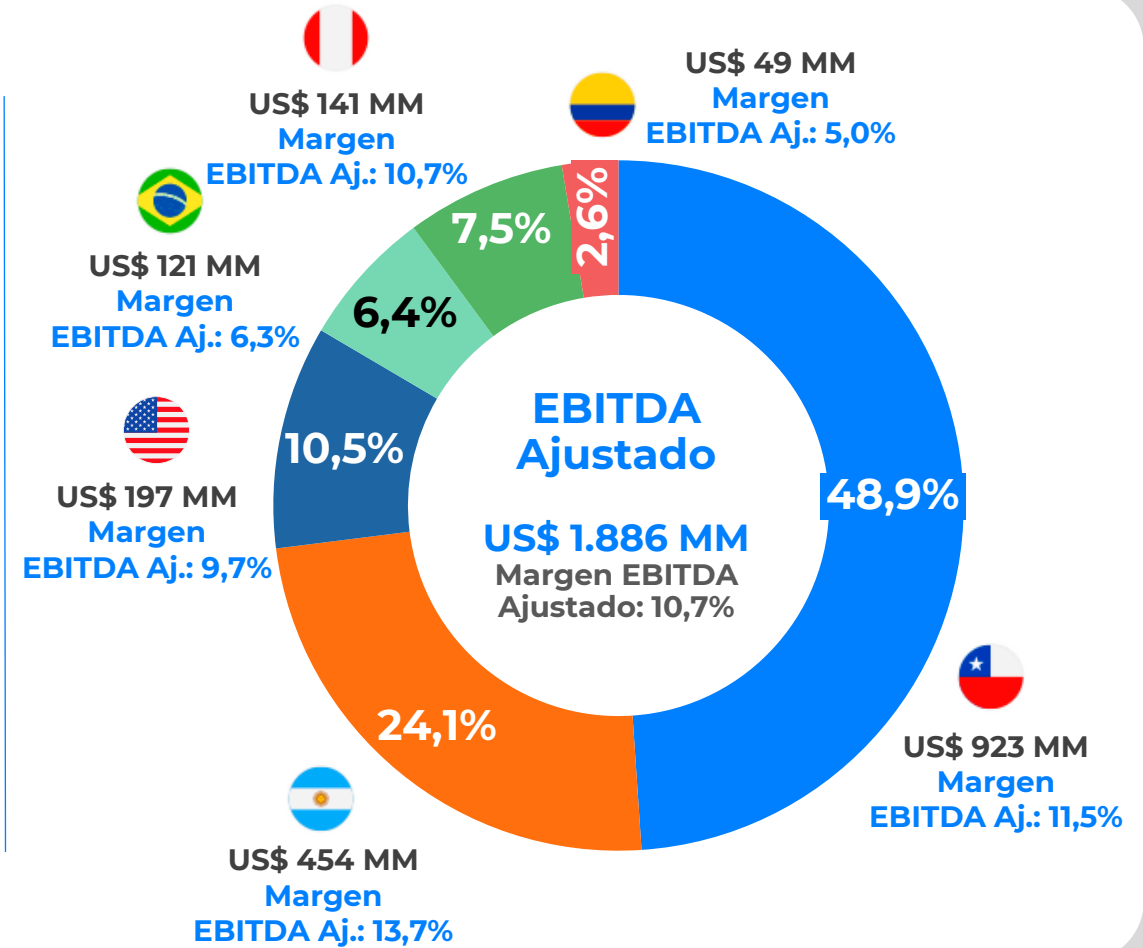
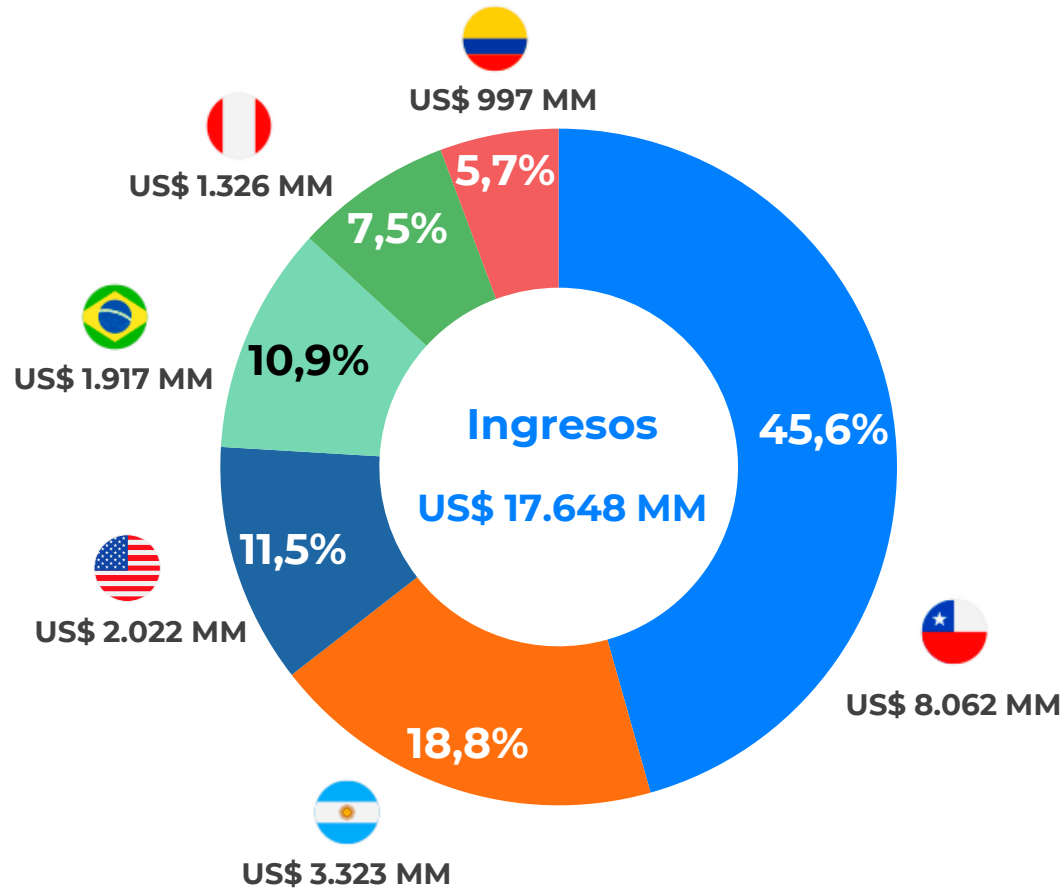
Posicionamiento Defensivo a través de la Diversificación Geográfica⁽¹⁾



⁽¹⁾ Las tiendas de *Retail* en la imagen no incluyen Otros negocios (Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow): 188 tiendas (37 en Colombia y 151 en Brasil).

1.6 Presencia Geográfica por País

LTM a junio 2023

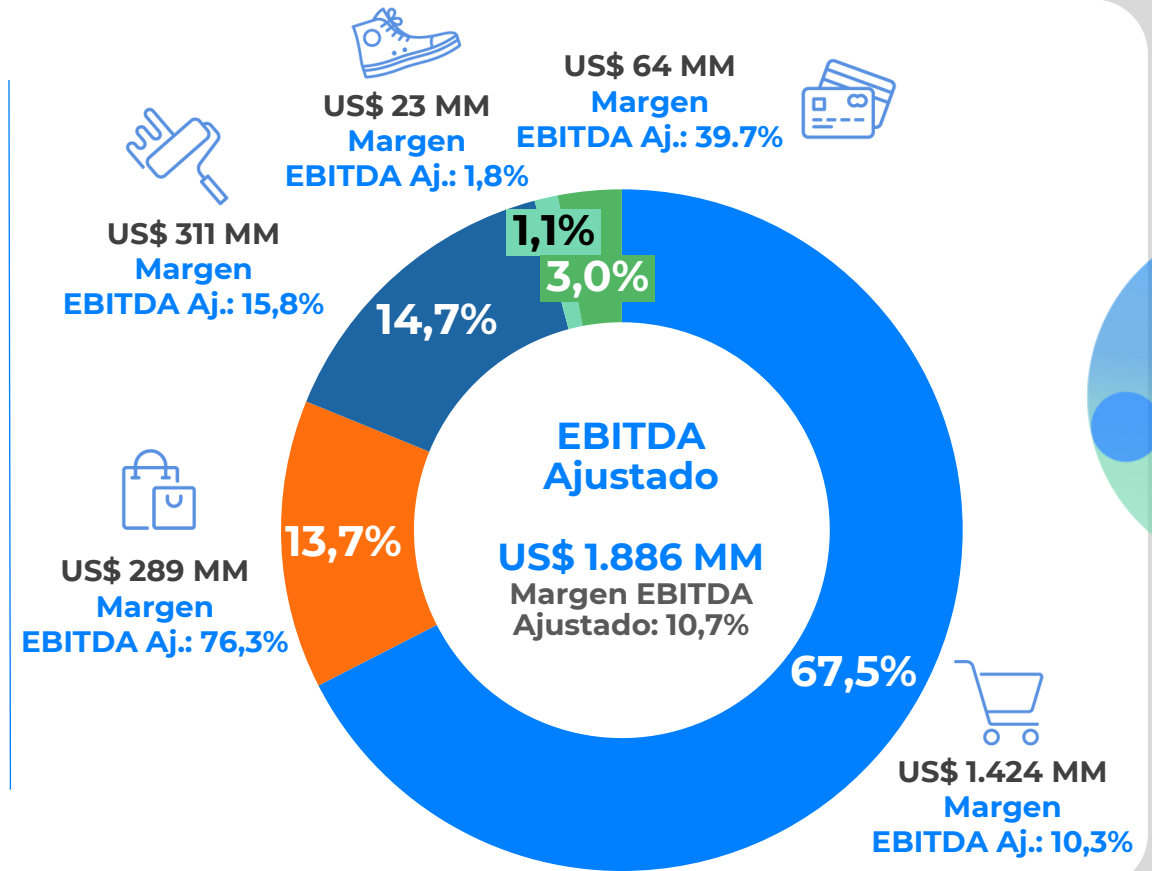
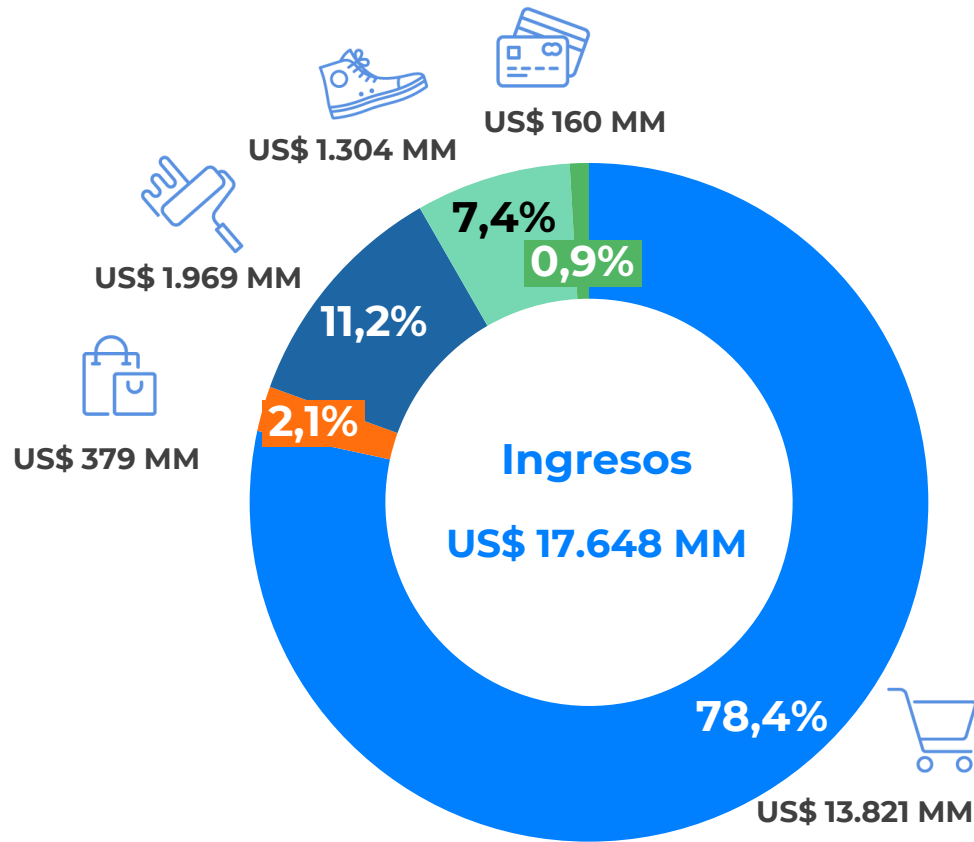




1.7

Empresa Líder en Supermercados en Latam, Respaldada por Otros Formatos⁽¹⁾

LTM a junio 2023



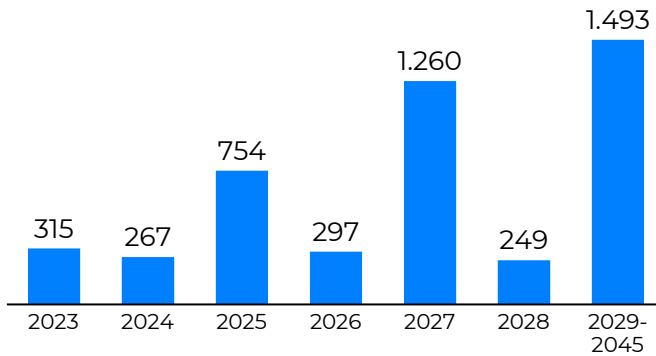
⁽¹⁾ Excluye el segmento 'Otros' con ingresos de US\$ 14 millones y EBITDA Ajustado de -US\$ 225 millones.



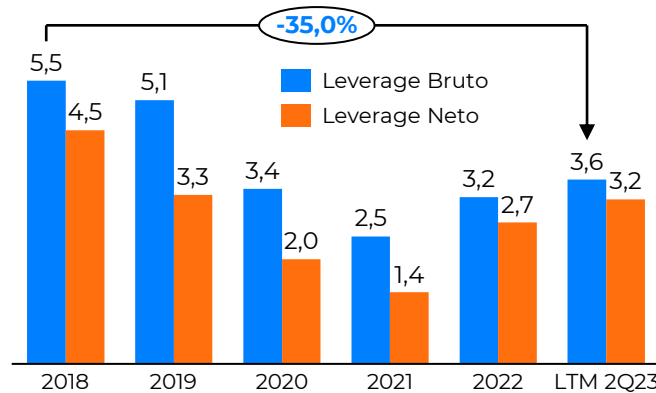
1.8 Sólida Estructura Financiera



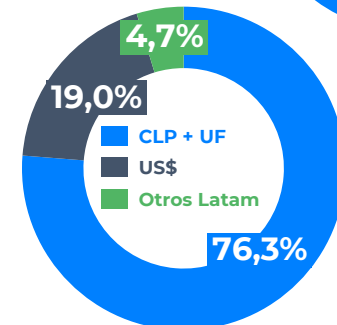
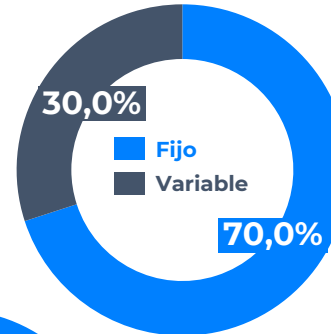
Calendario de Amortización
(US\$ millones)



Leverage Bruto & Neto



Deuda por Moneda
(post CCS y otras coberturas)



Deuda por Tipo de Tasa

Posición de Caja (Junio 2023)⁽¹⁾

US\$ 530 MM

Investment Grade

Desde 2011

Rating: Clasificadoras de Riesgo

Local
 Humphreys **AA** (Estable)
 Feller.Rate **AA** (Estable)

Internacional
MOODY'S **Baa3** (Positivo)
 FitchRatings **BBB** (Estable)

⁽¹⁾ Incluye Efectivo y Equivalentes de Efectivo & Otros Activos Financieros Corrientes.



02

Pilares Estratégicos





2.1 Desbloqueando Valor:

Los 5 Pilares Estratégicos





2.2 Fortalecimiento Financiero:

Marca Propia como Catalizador de Incremento en Ventas y Margen



Ingresos

US\$ 620 millones
+36,2% a/a

Penetración

14,6%
+106 bps a/a

Penetración Food

12,7%
+376 bps a/a



Cencosud fortalece el **intercambio comercial con productos de la marca 'The Fresh Market'** en Jumbo Chile, Prezunic Brasil, Supermercados Wong Perú y más recientemente en Jumbo Colombia.

	Food		Non-Food		Total	
	2T23	2T22	2T23	2T22	2T23	2T22
Chile	10,5%	9,8%	25,4%	26,5%	15,2%	15,9%
Argentina	10,4%	9,7%	11,2%	15,7%	10,7%	12,1%
EEUU	30,8%	N.A.	1,5%	N.A.	29,4%	N.A.
Brasil	3,1%	3,4%	4,1%	6,5%	3,3%	3,8%
Perú	12,8%	14,0%	36,0%	37,4%	16,2%	18,0%
Colombia	6,2%	5,5%	11,1%	10,8%	7,8%	7,5%
Total	12,7%	9,0%	19,9%	23,3%	14,6%	13,6%



2.3 Fortalecimiento Financiero:

Global Business Services Fomenta la Reducción y Eficiencia en Costos



Objetivos Destacados



Transformar el CSC⁽¹⁾ en
Global Business Services



Desarrollar Centro de Servicio y
Atención al Personal en *Retail* en
Brasil



Mejorar la calidad del proceso a
través de servicios, eficiencias y
tecnología



Ahorros

US\$ 3,3 millones
a junio 2023

Ahorro Anual Promedio

US\$ 9,0 millones
2017-2022

Iniciativas Completadas

2022: **434**

A junio 2023: **450**

⁽¹⁾ Centro de Servicios Compartidos.



2.4 Fortalecimiento Financiero:

Estrategia Ecosistema Digital



Servicio de compra

- Mejorar la oferta de productos únicos;
- Desarrollar herramientas de hiper-personalización;





Experiencia del cliente

- Asegurar garantía de devolución;
- Aprovechar las económicas de escala;




Rentabilidad


- Invertir en desarrollos tecnológicos;
- Profundizar la capacidad de generar, manejar y procesar datos;
- Consolidar el Marketplace.


(vs dic 2022)



+3,7 %
Suscriptores

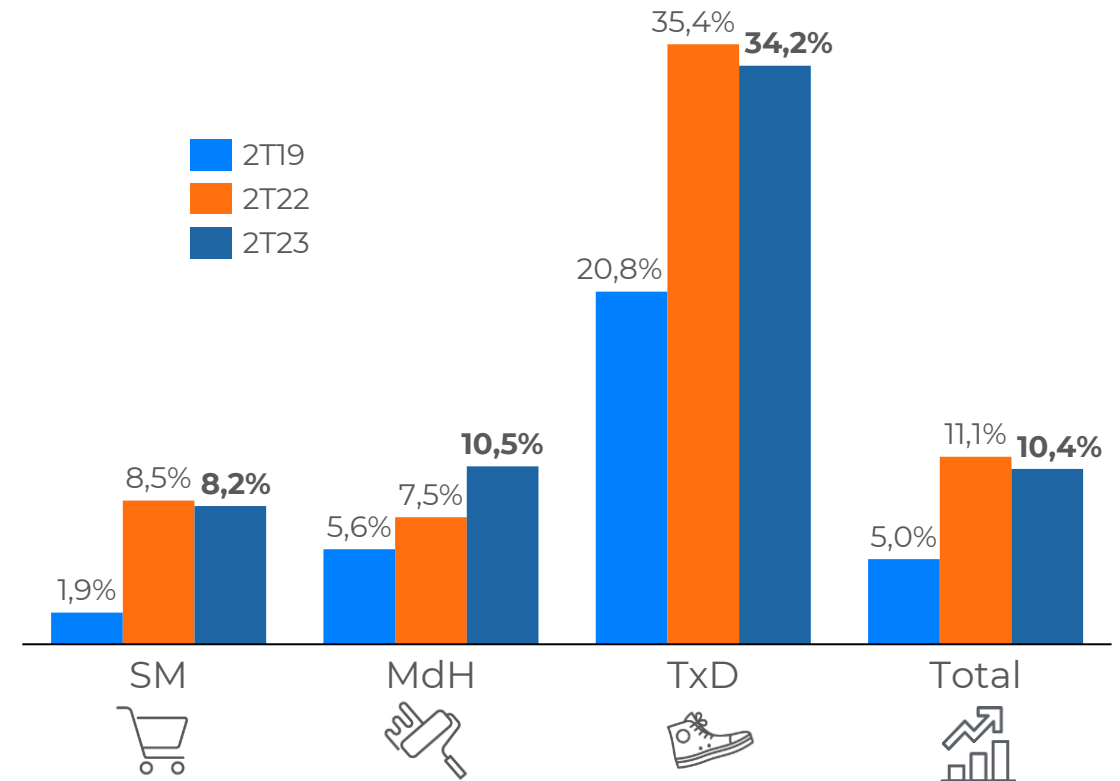


+84,2 %
Suscriptores



+234,9 %
Suscriptores

Evolución de Penetración Online





2.5 Innovación y Nuevas Tendencias



CencoPay

Complementa el ecosistema digital

Brinda una experiencia de cliente renovada y más integrada

Facilita las transacciones, permitiendo agrupar todas las tarjetas en una única aplicación, garantizando comodidad y seguridad

Proporciona ventajas únicas, incluyendo promociones especiales y acumulación de puntos Cencosud

Con CencoPay, Cencosud reafirma su dedicación a la innovación y a la optimización constante de la experiencia del cliente



Cencosud Media

Cencosud Media se expande a **Perú** con el objetivo de robustecer su propuesta de valor mediante la oferta de soluciones publicitarias eficaces y a medida



Cencosud Ventures

Cencosud invirtió en la *startup* brasileña de *Live Shopping* *Mimo Live Sales*

Facilitando la integración a los canales de ventas digitales de Cencosud

Ofreciendo una experiencia de compra espontánea, ágil e interactiva

Bretas -Brasil- y Jumbo -Colombia- ya han incorporado con éxito la plataforma para potenciar su venta *online*

Cencosud Ventures reafirma su compromiso con la innovación y evolución en el sector de *retail*





2.6 Crecimiento Orgánico:

Capex



Año
2023

	Aperturas		Transformaciones	Remodelaciones
	Tiendas	M ²	Tiendas	Tiendas
Chile	6	827	-	40
Argentina	-	-	1	7
EEUU ⁽¹⁾	1	2.342	-	1
Brasil	3	973	8	-
Perú	-	-	1	2
Colombia	-	-	-	-
TOTAL	10	4.142	10	50

Capex a junio 2023

Aperturas

10 tiendas con 4.142 m²

Transformaciones

10 tiendas con 25.232 m²

Remodelaciones

50 tiendas

Inversión

US\$ 202 millones

2023 GUIDANCE
US\$ 546 MM

El Guidance para el 2023 destina específicamente US\$96 millones para inversiones en tecnología y logística, entre otras iniciativas estratégicas.

⁽¹⁾ TFM tiene un plan de renovación denominado "Brand Work" para actualizar el visual de 46 tiendas, cuya implementación está programada para comenzar en julio.



2.7 Desarrollo de Talento



Mejorando la estrategia del equipo en diversas áreas y negocios, con un enfoque en cuatro puntos clave



Atracción de Talento

Sistema de Mejora del Proceso de Contratación

Sistema de Seguimiento de Solicitantes

Creación de un portal externo de referencia para la contratación de nuevos empleados

Crowdsourcing de Candidatos

Promoción de la movilidad interna

CencoTalento 2.0

Programa de capacitación centrado en la transformación digital

Bootcamps Retail Media

Programa Regional
Programa Trainee de MBAs



Liderazgo

Programa CencoMujeres para promover igualdad de oportunidades

2da edición en América Latina

Socialización y adopción del ADN de Cencosud por nuevos ejecutivos

Proyecto de ADN de Liderazgo



Cultura

Lanzamiento de nuevas estrategias

Diversidad, igualdad e inclusión

Identificación de colaboradores con potencial para asumir nuevos desafíos y cargos de mayor responsabilidad en Cencosud

Programa de Revisión de Talento y Plan de Sucesión de Cencosud



Desempeño

Programa de retención de ejecutivos a largo plazo con metas a 4 años que identifican 6 habilidades críticas

Programa de incentivos de largo plazo para ejecutivos



2.8 Sostenibilidad⁽¹⁾



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 iniciativas ASG, suscribirse al *Newsletter* de Sostenibilidad en la página web: <https://www.cencosud.com/sostenibilidad>.



2.9 Metas 2023: Prioridades Estratégicas



Market Share

Enfoque en el negocio de Supermercados, potenciando participación de mercado en mercados de alto potencial, específicamente en Estados Unidos, Brasil y Chile, al mismo tiempo que se mantienen las posiciones actuales del mercado en Perú, Colombia y Argentina.



ROIC

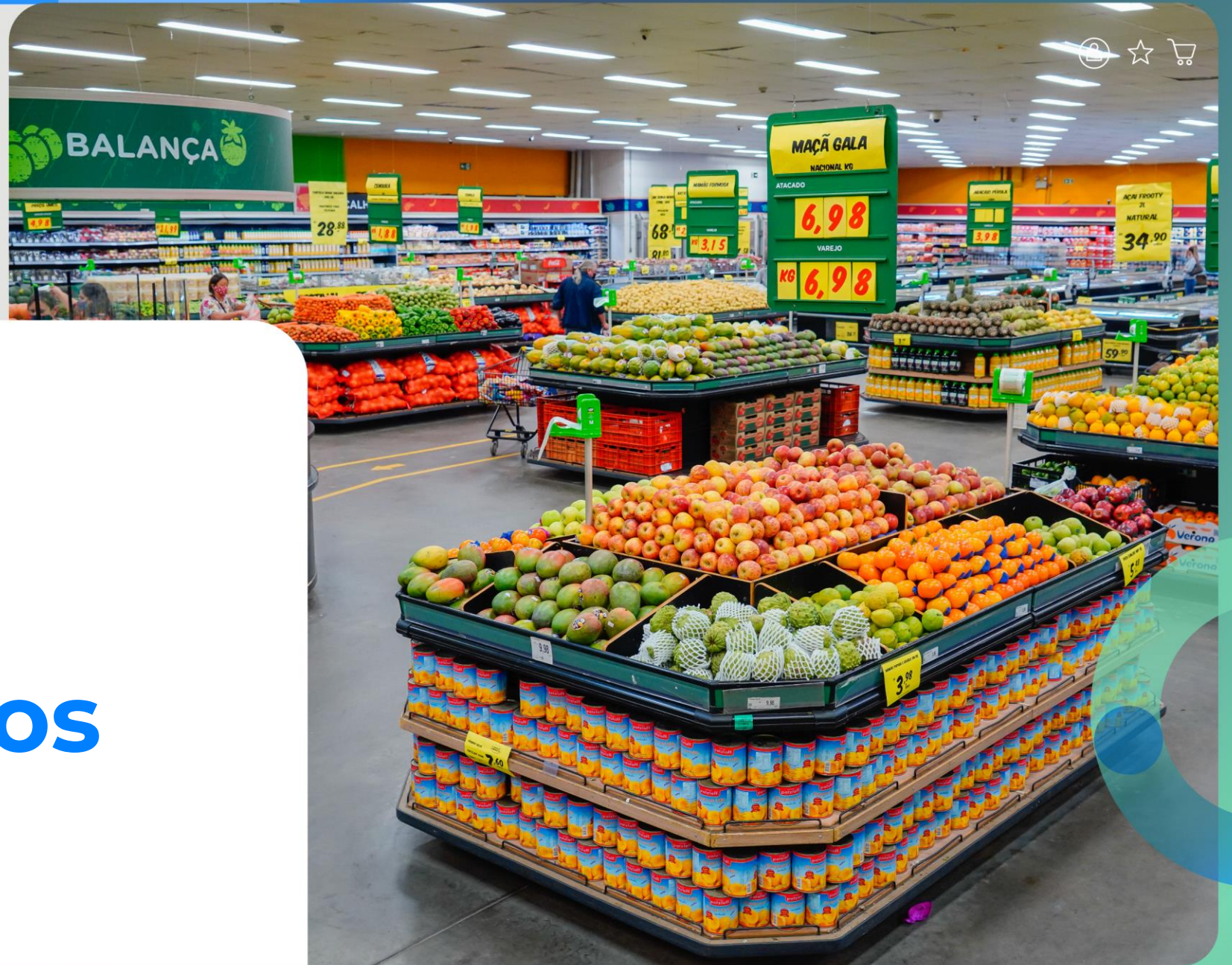
Optimizar el retorno sobre el capital mediante **medidas mejoradas de rentabilidad** y utilización estratégica de activos.



Ecosistema Digital

Buscar la consolidación de un marco **omnicanal integrado y eficiente** a través del despliegue de un robusto ecosistema digital.





03

Hitos Destacados 2023



3.1 Hitos Destacados 2023



01 Cencosud lanzó su nuevo medio de pago digital: CencoPay

CencoPay agiliza la experiencia de pago y ofrece beneficios exclusivos. Esta última adición al ecosistema digital de Cencosud refuerza el compromiso de la Compañía con la innovación y la mejora continua en la experiencia del cliente.

02 Cencosud Ventures invirtió en el capital de *Mimo*, startup de *Live Shopping*

Mimo Live Sales es una plataforma de compras interactivas en tiempo real que se integrará en los diversos canales de venta digitales de Cencosud.

03 Lanzamiento de app Easy Chile

La nueva app de Easy Chile potencia y fortalece la oferta digital del negocio, complementando su renovada página web, eventos de compras en vivo y su presencia como *seller* en el *Marketplace* de Paris.cl.

04 CEO de Cencosud recibió dos importantes reconocimientos

Matías Videla fue clasificado en el *ranking* de los *Mejores CEO's de LATAM* de Bloomberg, asegurando el tercer lugar en la categoría de *retail* para Latinoamérica. Además, fue honrado con el premio *Retailer Anual 2023* en el *Día del Retail*, en reconocimiento a los logros de su carrera en la industria.

05 Jumbo y Paris destacaron como líderes en *Ranking Praxis Index*

Ambas compañías aseguraron el primer lugar en sus respectivas categorías, reflejando su compromiso con proporcionar la mejor experiencia de compra para sus clientes.

06 *Ranking Best Customer Experience*

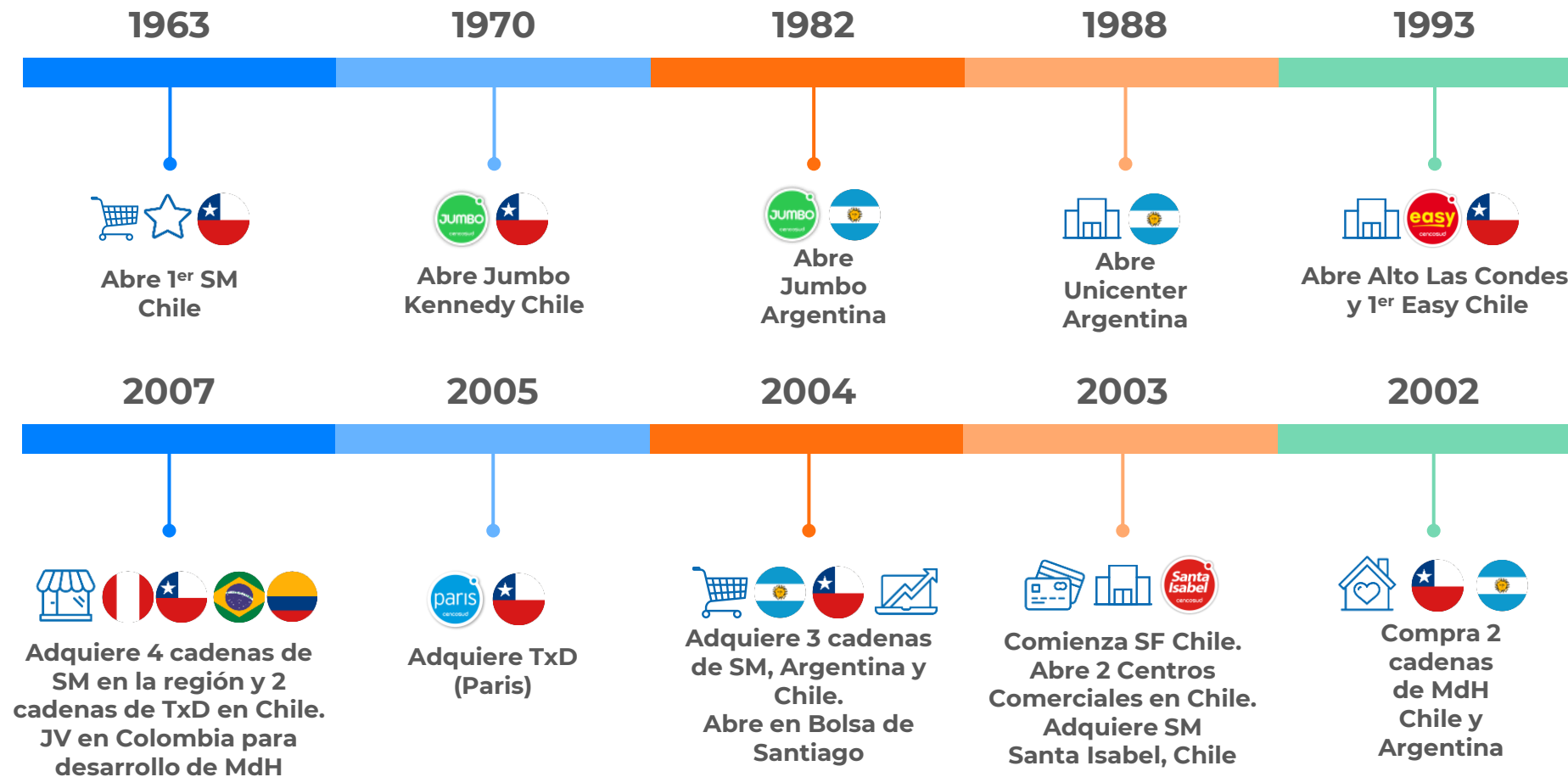
Los Supermercados Wong fueron reconocidos como el supermercado que ofrece la mejor experiencia al cliente en Perú, destacándose particularmente por su innovación en el canal de comercio electrónico.



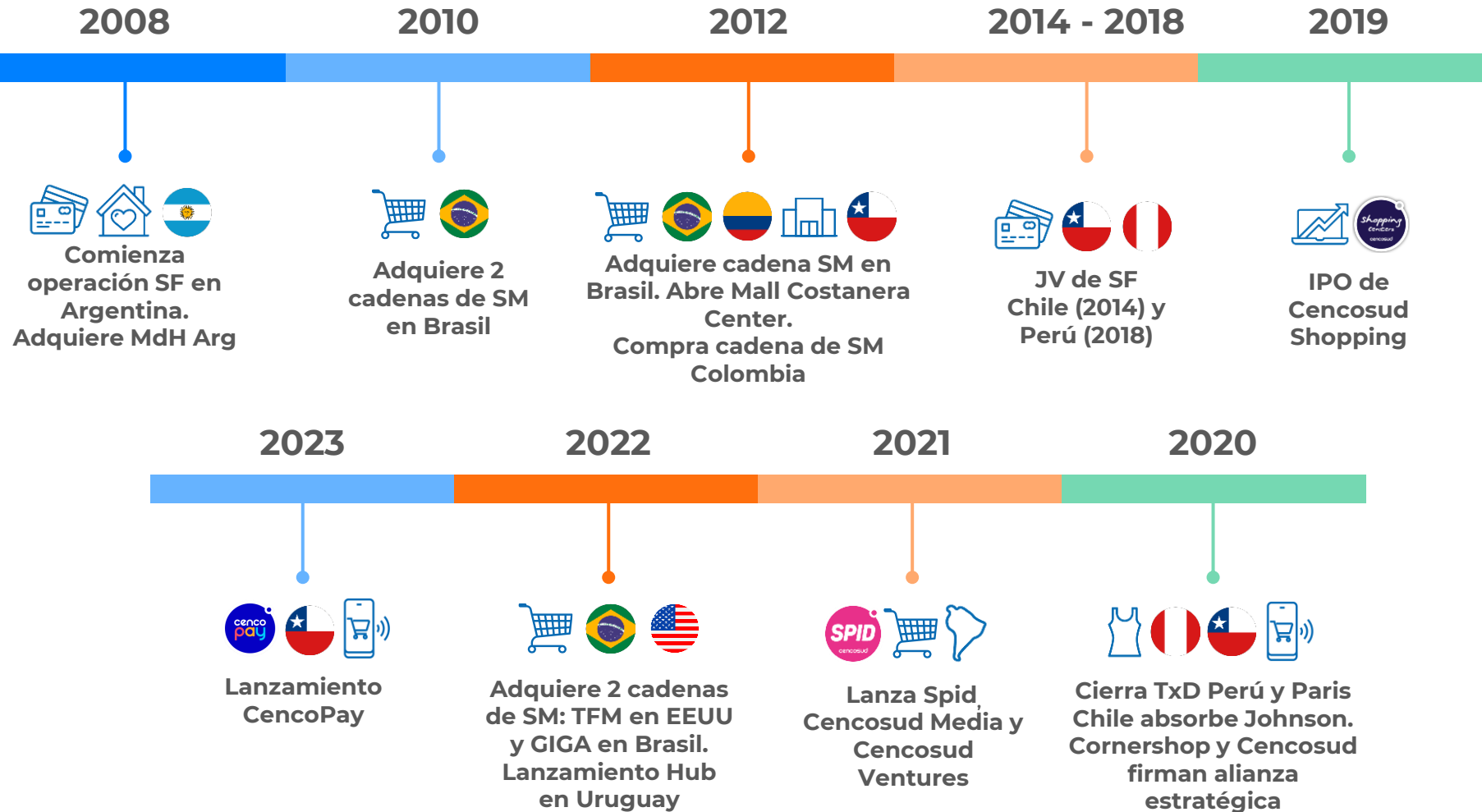


4.1

Anexos -Historia de Cencosud



4.2 Anexos - Historia de Cencosud





4.3 Anexos -Cálculos



Para el desarrollo de esta presentación, se han tomado en consideración los siguientes aspectos técnicos y financieros:

- El *Market Cap*, que se calculó con fecha de corte al 30 de junio de 2023, empleó un precio de cierre por acción de CLP 1.554 y una tasa de cambio de cierre de CLP 801,7 por cada US\$;
- El volumen promedio diario transado se basa en datos del segundo trimestre de 2023, teniendo en cuenta el precio de cierre diario de la acción y las tasas de cambio mensuales;
- El EBITDA Ajustado excluye varios elementos, entre ellos: diferencias de cambio, resultados por unidades de reajuste, y revaluación de activos;
- Ingresos y EBITDA Ajustado convertido a US\$ utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 926,4, CLP 916,2, CLP 811,4 y CLP 800,8 por US\$ para cada trimestre, respectivamente;
- EBITDA Ajustado incluye IFRS16;
- Gráfico de Ingresos y EBITDA Ajustado por negocio excluye el segmento *Otros*, el cual contribuyó US\$ 14 MM en Ingresos y una pérdida de US\$ 225 MM en EBITDA Ajustado;
- Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen el ajuste por Hiperinflación en Argentina (IAS29). Al incluir el efecto, los ingresos a junio de 2023 alcanzaron US\$17.299 MM y EBITDA Ajustado US\$1.718 MM utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 926,4, CLP 916,2, CLP 811,4 y CLP 800,8 por US\$ para cada trimestre, respectivamente. Argentina representó un 17,2% del total de Ingresos y un 16,7% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio de cierre al 30 de junio 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.



4.4 Anexos -Disclaimer



La información presente en esta presentación fue elaborada exclusivamente por Cencosud S.A. ("Cencosud") con el único propósito de ser informativa. No debe interpretarse como una invitación u oferta para la compra o venta de valores, ni como asesoramiento de inversión o de cualquier otra índole. No se ofrece ninguna garantía, ya sea explícita o implícita, respecto a la precisión, integridad y fiabilidad de la información aquí contenida. Las perspectivas expresadas en este documento pueden cambiar sin previo aviso y Cencosud no tiene obligación alguna de actualizar o mantener la información actualizada. Se debe notar que el contenido de esta presentación no es exhaustivo.

Cencosud, junto con sus afiliadas, directivos, socios y empleados, no se hacen responsables por ninguna pérdida o daño que pudiera surgir del uso de este material, en su totalidad o en parte.

Cabe mencionar que esta presentación puede incluir declaraciones prospectivas sujetas a riesgos e incertidumbres, fundamentadas en las expectativas y proyecciones actuales sobre eventos y tendencias futuras que pueden influir en las operaciones de Cencosud. Es importante tener en cuenta que estas proyecciones no garantizan resultados futuros. Existen múltiples factores, muchos de ellos fuera del control de la empresa, que pueden causar que los resultados reales difieran significativamente de los contemplados en las declaraciones a futuro.