



Presentación Corporativa

Tercer Trimestre 2023





01

Cencosud en Resumen





1.1

Cencosud en una mirada



60 años

De historia

+120.000

Colaboradores

3,7 millones m²

Superficie de Venta

5.333 millones

Market Cap
FREE FLOAT 44,4%

US\$ 17.862 MM

Ingresos Consolidados LTM

10,5%

Margen EBITDA Ajustado LTM



Liderazgo en Latam & EEUU

8

Países

Retail multiformato con presencia en 5 países Latam, Estados Unidos, Hub Tecnológico 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 / cifras al 29 de septiembre 2023

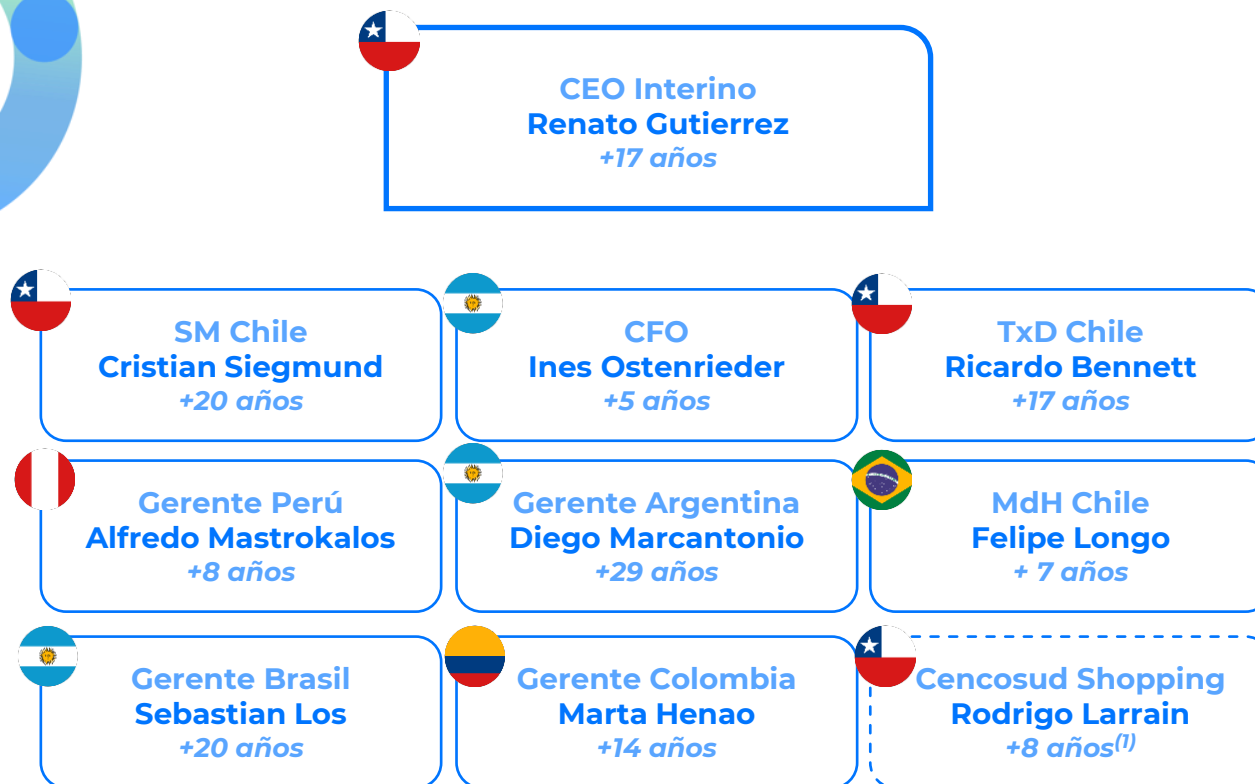


1.2 Estructura Organizacional

Management con Liderazgo Internacional



MANAGEMENT CON EXPERIENCIA EN INDUSTRIA Y DENTRO DE LA COMPAÑÍA



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL VIGENTE DESDE 2020

- 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.

⁽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 Accionistas y Directorio

Diversificación y Diversidad



Diversidad

5 nacionalidades - 1/3 mujeres

Heike Paulmann

Manfred Paulmann

Felipe Larrain

Jorge Pérez Alati

Julio Moura

Carlos Fernandez

Mónica Contreras

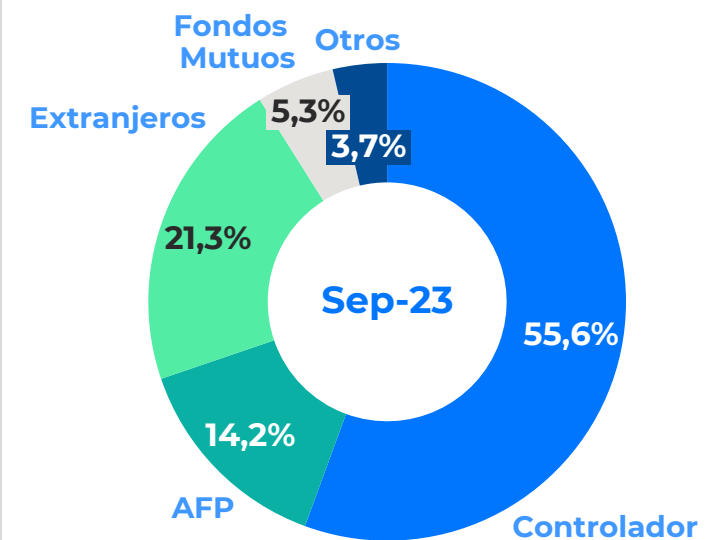
Ignacio Pérez

Lieneke Schol

Miembros Independientes



Estructura de Propiedad Septiembre 2023



Volumen Promedio Diario Transado
3T23

US\$ 8,5 MM
(+7,9% a/a)

1.4 Aspectos Destacados de Inversión





1.5

Empresa Líder en Supermercados en Latam

LTM a Septiembre 2023



NOTA: 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).

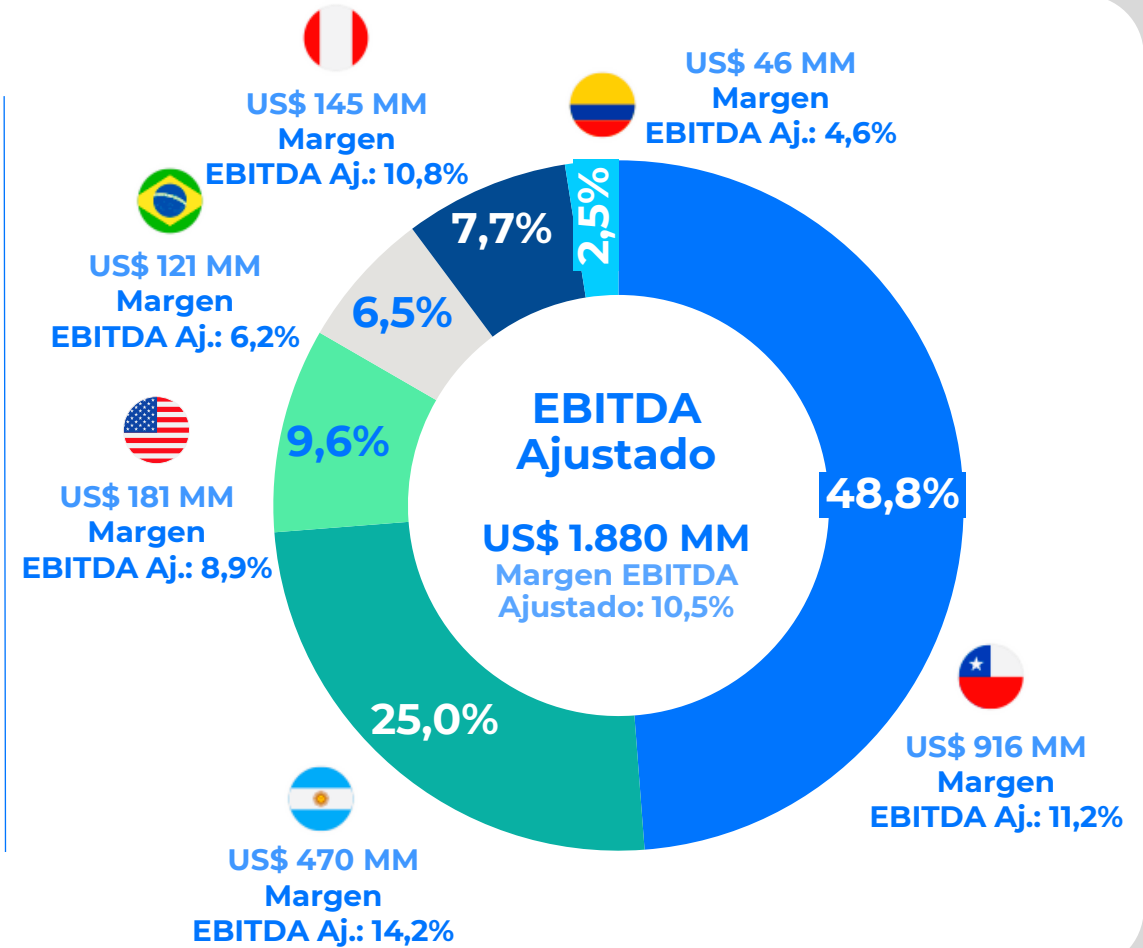
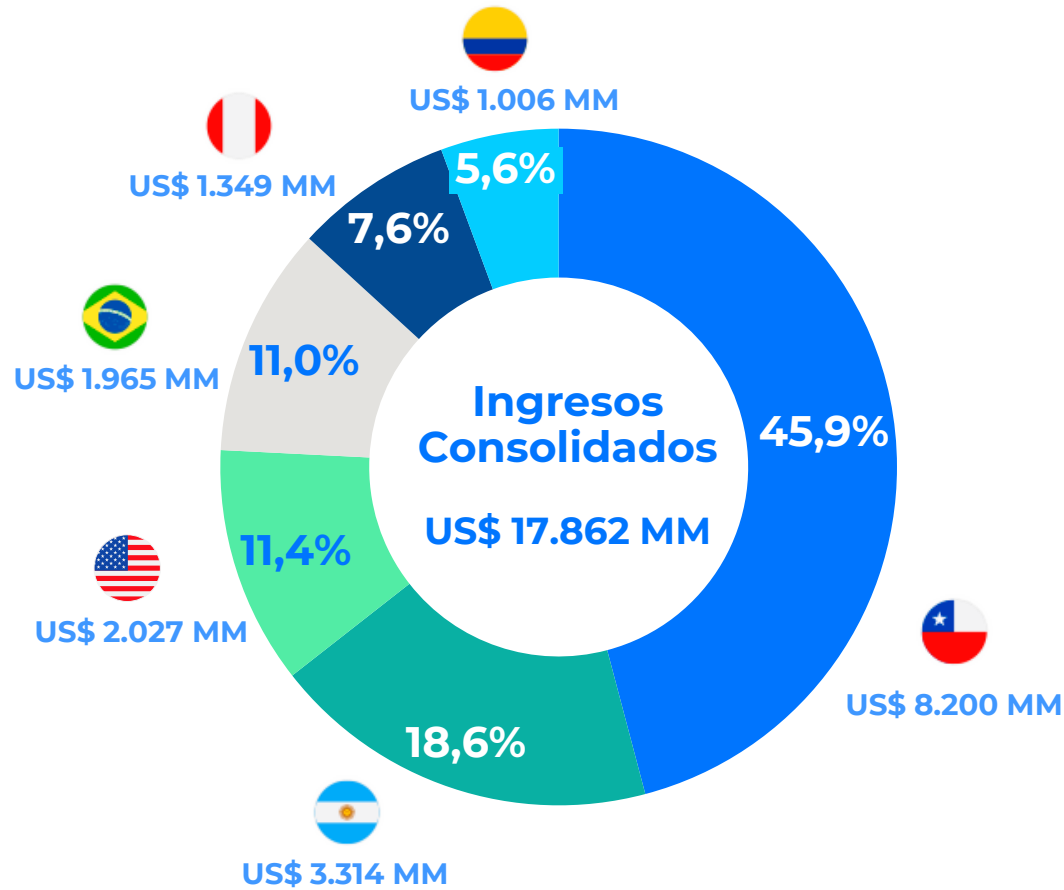


1.6

Posicionamiento estratégico a través de Diversificación Geográfica



LTM a Septiembre 2023



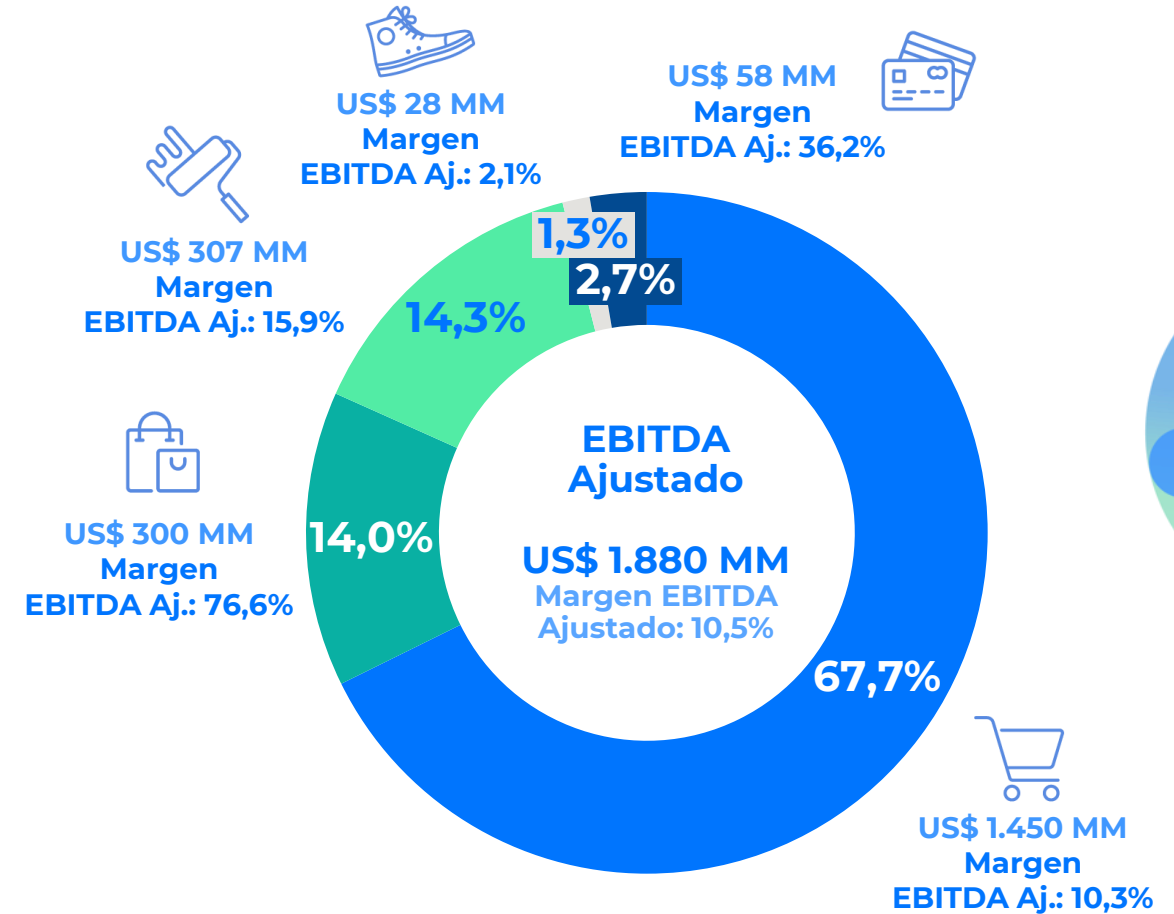
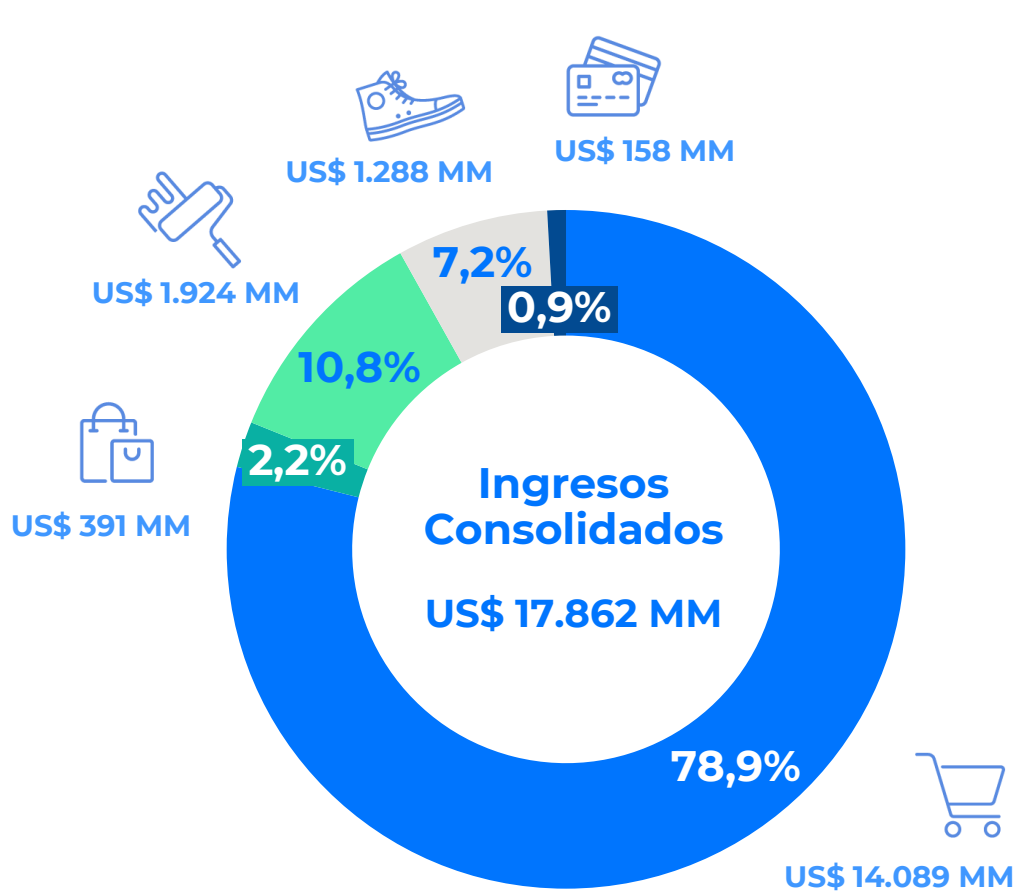


1.7

Diversificación de Negocios con foco en Supermercados



LTM a Septiembre 2023 ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Excluye el segmento 'Otros' con ingresos de US\$ 11 millones y EBITDA Ajustado de -US\$ 262 millones.

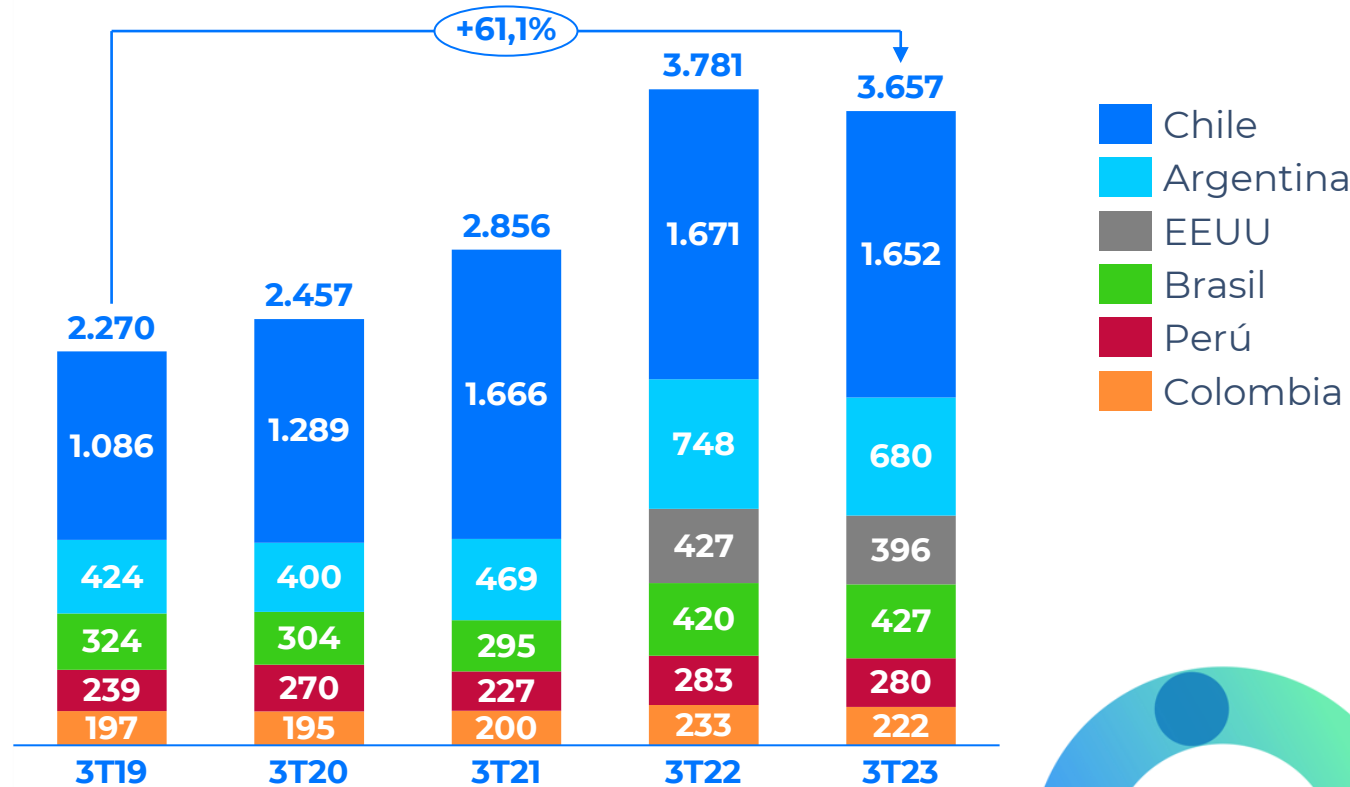


1.8

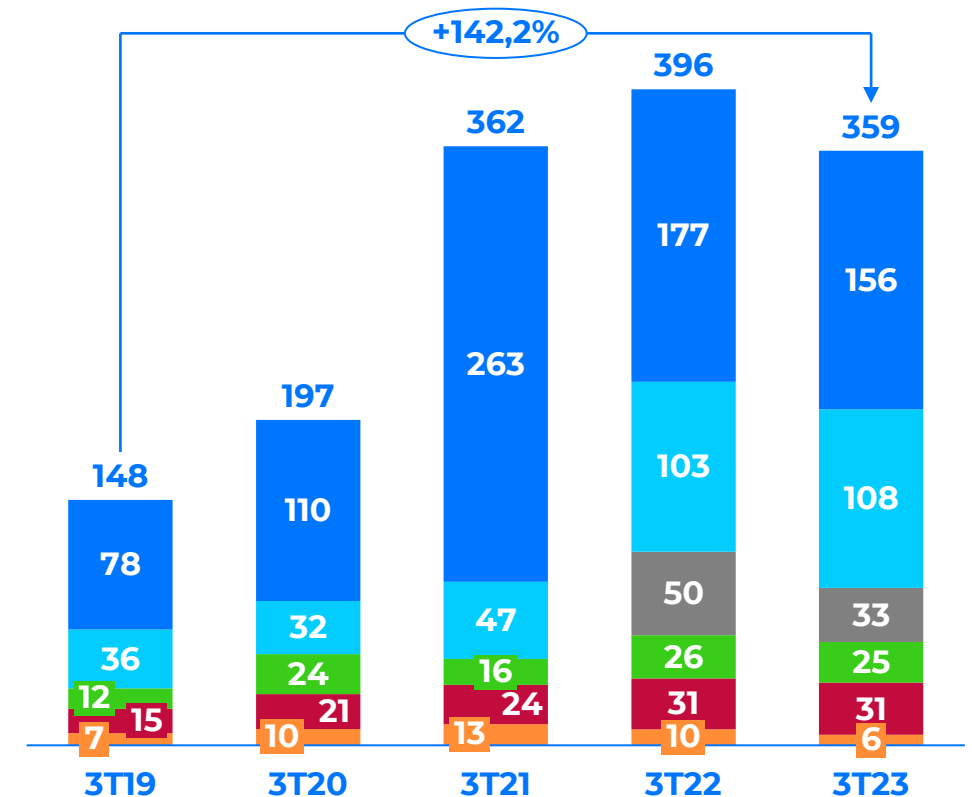
Crecimiento Sostenible con Enfoque en Rentabilidad a Largo Plazo



Ingresos Totales [CLP MM] ⁽¹⁾



EBITDA Ajustado [CLP MM] ⁽¹⁾



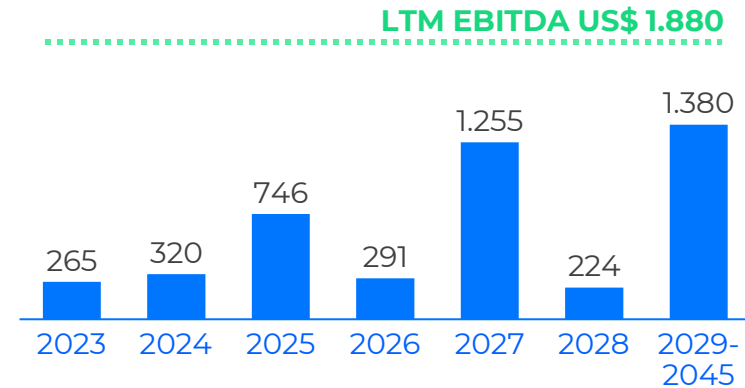
⁽¹⁾ Cifras excluyen ajuste por hiperinflación de Argentina (IAS29)



1.9 Sólida Posición Financiera

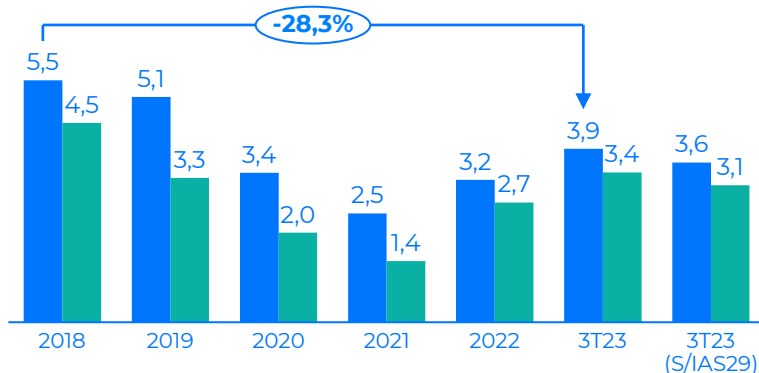


Calendario de Amortización (US\$ millones)

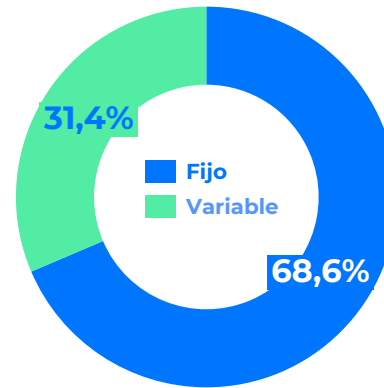


Leverage Bruto & Neto

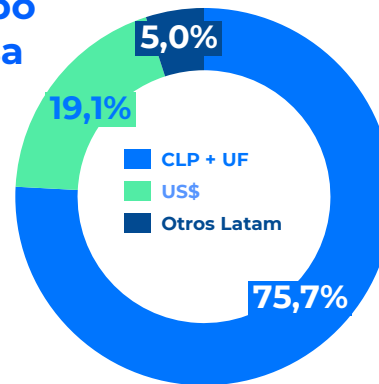
■ Leverage Bruto
■ Leverage Neto



Deuda por Moneda (post CCS y otras coberturas)



Deuda por Tipo de Tasa



Posición de Caja (Septiembre 2023)⁽¹⁾

US\$ 659 MM

Investment Grade

Desde 2011

Rating: Clasificadoras de Riesgo

Categoría	Clasificador	Rating
Local	Humphreys	AA (Estable)
	Feller.Rate	AA (Estable)
Internacional	MOODY'S	Baa3 (Positivo)
	FitchRatings	BBB (Estable)

Exposición a USD Post-Coberturas Septiembre 2023⁽²⁾

6,2%

⁽¹⁾ Incluye Efectivo y Equivalentes de Efectivo & Otros Activos Financieros Corrientes. ⁽²⁾ Considera deuda en USD y Coberturas



02

Pilares



**2.1**

Desbloqueando Valor:

Los 5 Pilares Estratégicos





2.2 Fortalecimiento Financiero:

Marca Propia: motor de crecimiento en ventas y mejora de márgenes



Ventas 3T23

US\$ 588 MM

+4,3% a/a

Penetración 3T23

14,6%

-93 bps a/a

Penetración Food 3T23

13,2%

-3 bps a/a



	Food		Non-Food		Total	
	3T23	3T22	3T23	3T22	3T23	3T22
Chile	11,6%	10,9%	25,1%	26,3%	15,5%	16,0%
Argentina	10,5%	9,7%	11,3%	14,3%	10,8%	11,6%
Estados Unidos	29,9%	30,0%	1,7%	2,1%	28,8%	29,0%
Brasil	3,0%	3,7%	3,9%	5,8%	3,1%	4,0%
Perú	15,2%	15,6%	34,2%	33,9%	17,9%	18,6%
Colombia	6,2%	5,7%	8,4%	10,4%	7,0%	7,4%
Total	13,2%	13,2%	18,8%	22,0%	14,6%	15,5%





2.3 Fortalecimiento Financiero:

Centro de Servicios Compartidos



Iniciativas desarrolladas en el CSC

Ahorros a septiembre 2023	US\$ 10 millones
Ahorros promedio anual 2017-2022	US\$ 9 millones
N° de iniciativas en año 2022	434
N° de iniciativas a sep. 2023	483

Objetivos del Centro de Servicios Compartidos (CSC)



Transformar el CSC en un
"Global Business Services"



Desarrollar el Servicio al
Retail y Centro de Personas
en Brasil



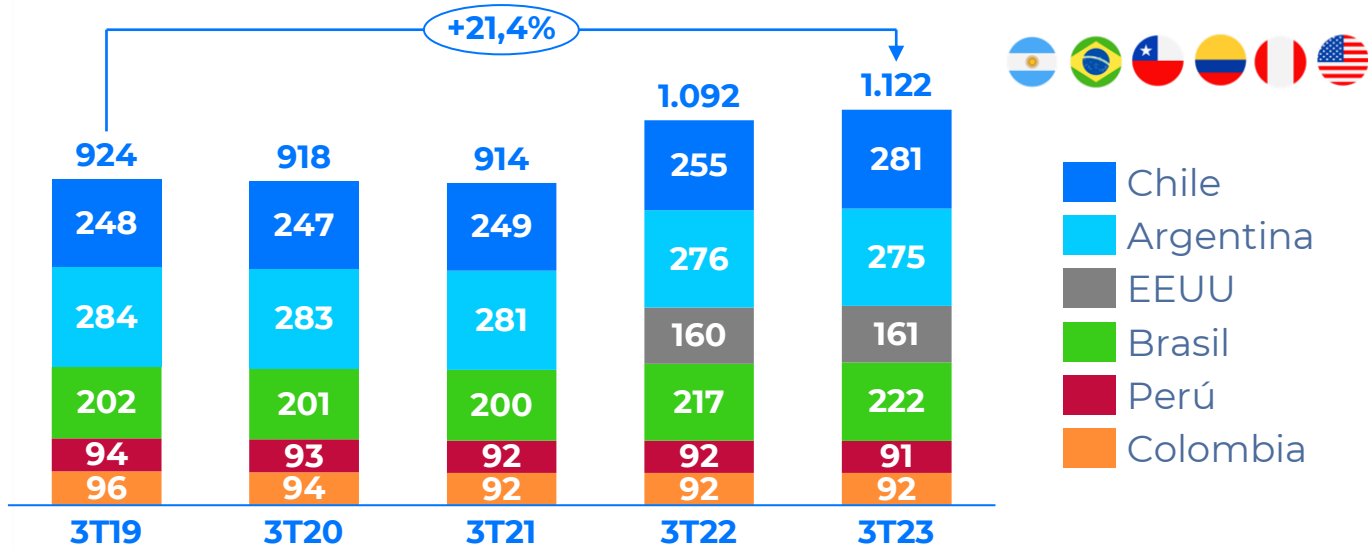
Incrementar la calidad de los
procesos mediante servicios,
eficiencias y tecnología



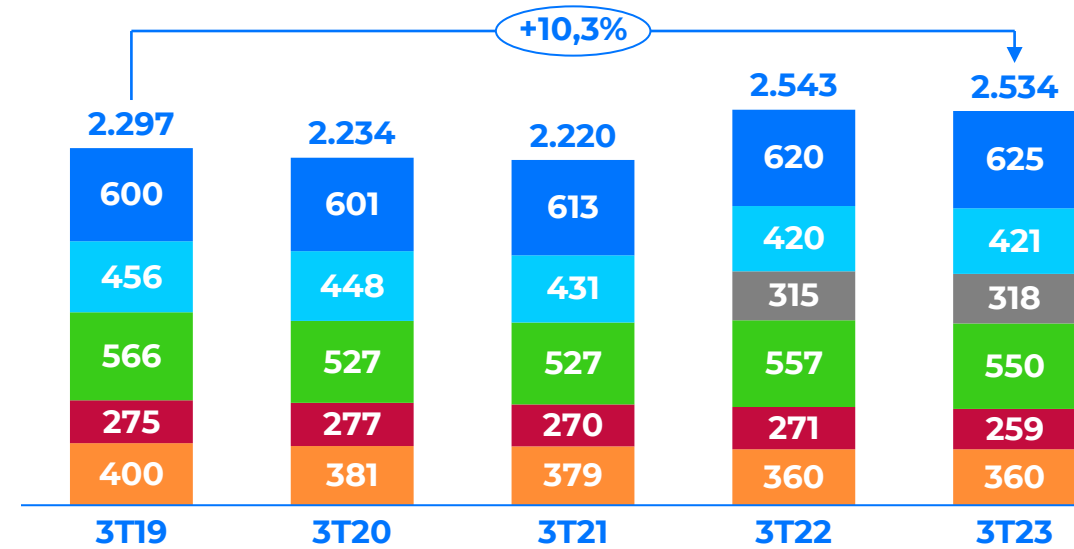
2.4 Capex: Foco en Mercados con Alto Potencial de Crecimiento



Evolución N° Tiendas SM



Evolución Superficie de Venta SM ('000 m²)



3T23	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones		Cierres	
	#	M²	#	M²	#	#	M²	M²
Chile	18	3.490	-	-	10	-	-	-
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	-
EEUU	1	2.230	-	-	85	-	-	-
Brasil	2	1.841	-	-	3	-	-	-
Perú	-	-	-	-	8	-	-	-
Colombia	1	546	-	-	-	-	-	-
Total	22	8.107	-	-	106	-	-	-



2.5 Innovación y Nuevas Tendencias



- > CencoPay continúa con la consolidación del ecosistema digital luego del lanzamiento en Argentina, en colaboración con Tarjeta Cencosud
- > Desde su inicio en Chile, CencoPay ya alcanza las **1,3 MM** transacciones y suma más de **620.000** descargas.

Cencosud refuerza su compromiso con la innovación y la mejora continua de la experiencia de sus clientes mediante CencoPay

Transacciones +1,3 MM **Descargas +620 K**



- > CV concretó una inversión minoritaria en *Vopero*, una plataforma que conecta vendedores y compradores de ropa usada, promoviendo la moda sustentable y generando nuevas oportunidades comerciales.

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

VOPERO



- > Cencosud Media llegó a **Brasil** para fortalecer su propuesta de valor, ofreciendo soluciones publicitarias efectivas y personalizadas.

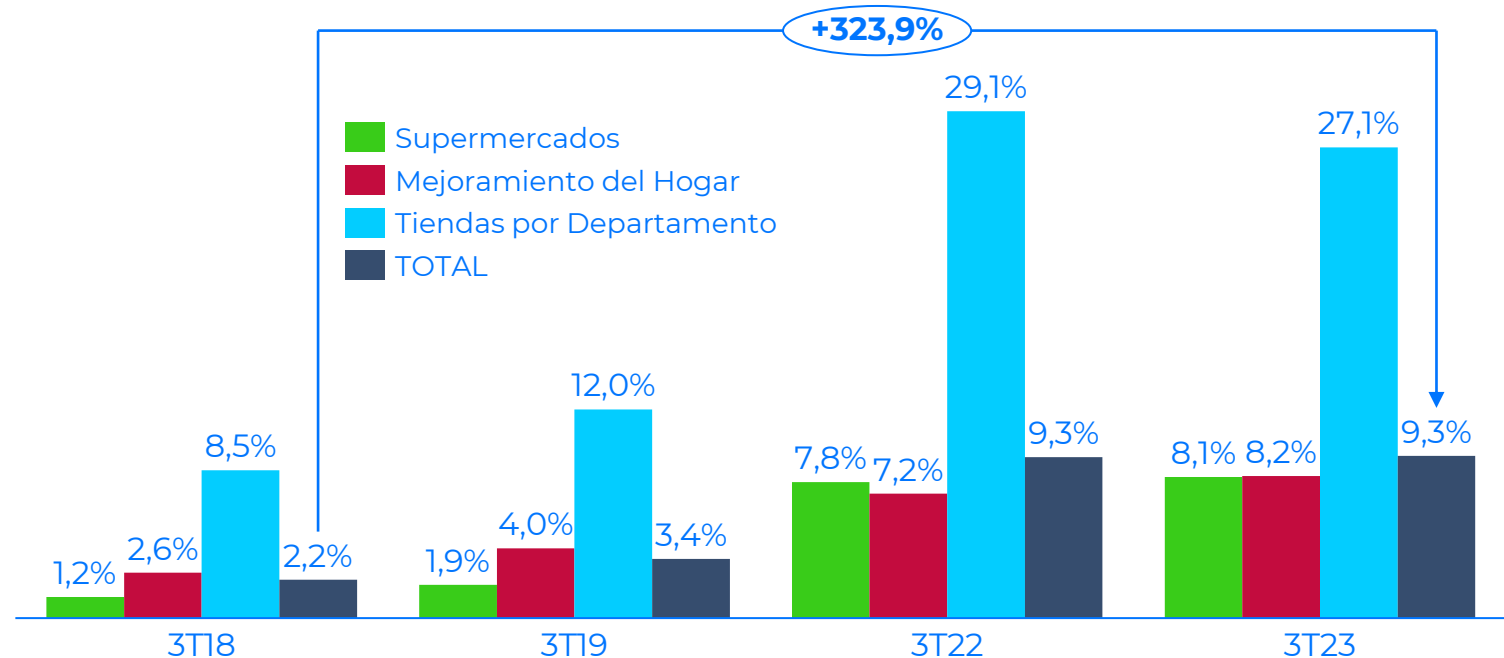
2.6 Innovación y Nuevas Tendencias:

Estrategia Ecosistema Digital



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

Evolución de Penetración Online





2.7 Sostenibilidad

Tendencias de sostenibilidad en el retail



01

Sistema de **biodiversidad** y **alimentos regenerativos**



02

Cambio climático: gestión de riesgos, oportunidades y adaptabilidad



03

Mundo Digital con **nativos sostenibles** y **conscientes**



04

Finanzas ESG y bonos sostenibles



05

Aumento de **normativas ASG**



06

Nuevas dinámicas en la forma de trabajar y en las prácticas de empleabilidad



07

Derechos fundamentales a lo largo de la cadena de suministro





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 *News/letter* de Sostenibilidad en la página web: <https://www.cencosud.com/sostenibilidad>.



2.9 Sostenibilidad



Premio ABE 2023

La Asociación de Buenos Empleadores (ABE) otorgó a Cencosud Perú el premio ABE 2023, en reconocimiento por beneficiar a 3 mil colaboradores mediante su programa 'SENTIDO', el cual fomenta los derechos y oportunidades, además de sensibilizar y capacitar en temas de equidad, derechos de la comunidad LGTBIQ+, discapacidad, entre otros.



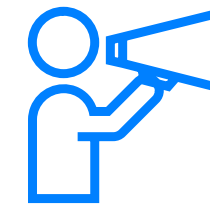
Fashion Transparency Index

El estudio examinó y clasificó a 250 de las marcas más grandes del *Retail* a nivel global basándose en políticas, prácticas e impactos en derechos humanos y medio ambiente, mostrando un aumento de 5 puntos en comparación con 2022 y alcanzando un 25% de cumplimiento.



Guía de Declaraciones Sostenibles

Cencosud, líder en el sector *Retail* de Latinoamérica, ha desarrollado e implementado un documento guía de uso interno que proporciona lineamientos y criterios para fomentar una comunicación transparente y objetiva en todos sus productos, servicios y programas con características de sostenibilidad.





2.10 Sostenibilidad (1)



Programa Cenconstrucción

Brindar a los niños los conocimientos y habilidades para tomar decisiones saludables en cuanto a la alimentación tiene un impacto significativo en su crecimiento, desarrollo y bienestar a lo largo de toda la vida. Los programas enfocados en educar a los niños en este tema tuvieron los siguientes resultados:

Estudiantes
Capacitados

+152%

Nº
Capacitaciones

+563%

KPI			Total 2Q	Total 3Q
Nº Estudiantes Capacitados	229	1.620	733	1.849
Nº de Capacitaciones	27	185	32	212
Nº de Provincias/Regiones	4	11	9	15
Horas de Capacitación	82	16.650	43	16.732

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Programa Rescate de Alimentos

El desperdicio de alimentos afecta tanto a las personas como al medio ambiente.

Es responsabilidad de todos trabajar juntos para prevenir el desperdicio de alimentos y promover prácticas más sostenibles.

+ 1,000

Tons Rescatadas
1er Semestre 2023



	Tons S1 2021	Tons S1 2022	Tons S1 2023	% Variación año anterior
	304	610	314	-49%
	33	80	139	73%
	161	144	235	64%
	47	78	59	-24%
	269	259	274	6%
Total	813	1.117	1.021	-13%



03

Hitos





3

Hitos Destacados



01 Cencosud Media inicia sus operaciones en Brasil

Cencosud Media, la unidad de negocios de Retail Media, inició sus operaciones en Brasil, extendiendo así su presencia a cinco países de América Latina fortaleciendo la estrategia regional de marketing.

02 Cencosud Ventures fortalece la moda sustentable con inversión en VOPERO

Cencosud Ventures concretó una inversión minoritaria en Vopero, una plataforma uruguaya que conecta vendedores y compradores de ropa de segunda mano, destacando su modelo operativo y tecnología como fortalezas.

03 CencoPay pone en marcha operaciones en Argentina

Cencosud continúa consolidando su ecosistema digital con el lanzamiento de CencoPay en Argentina, en colaboración con tarjeta Cencosud, a través de su App.

04 The Fresh Market fue galardonado como el “Mejor supermercado de America”

The Fresh Market fue galardonado como el “Mejor Supermercado en America” por tercer año consecutivo en los “10 Best Readers Choice Awards” de USA Today, destacando su enfoque en productos frescos y de alta calidad.

05 Apertura de 14 tiendas SPID

En Septiembre se agregaron 14 tiendas de conveniencia, las cuales suman más de 2.800 m2 bajo la marca SPID, tras haberse celebrado la cesión de contratos de estos locales a favor de Cencosud.

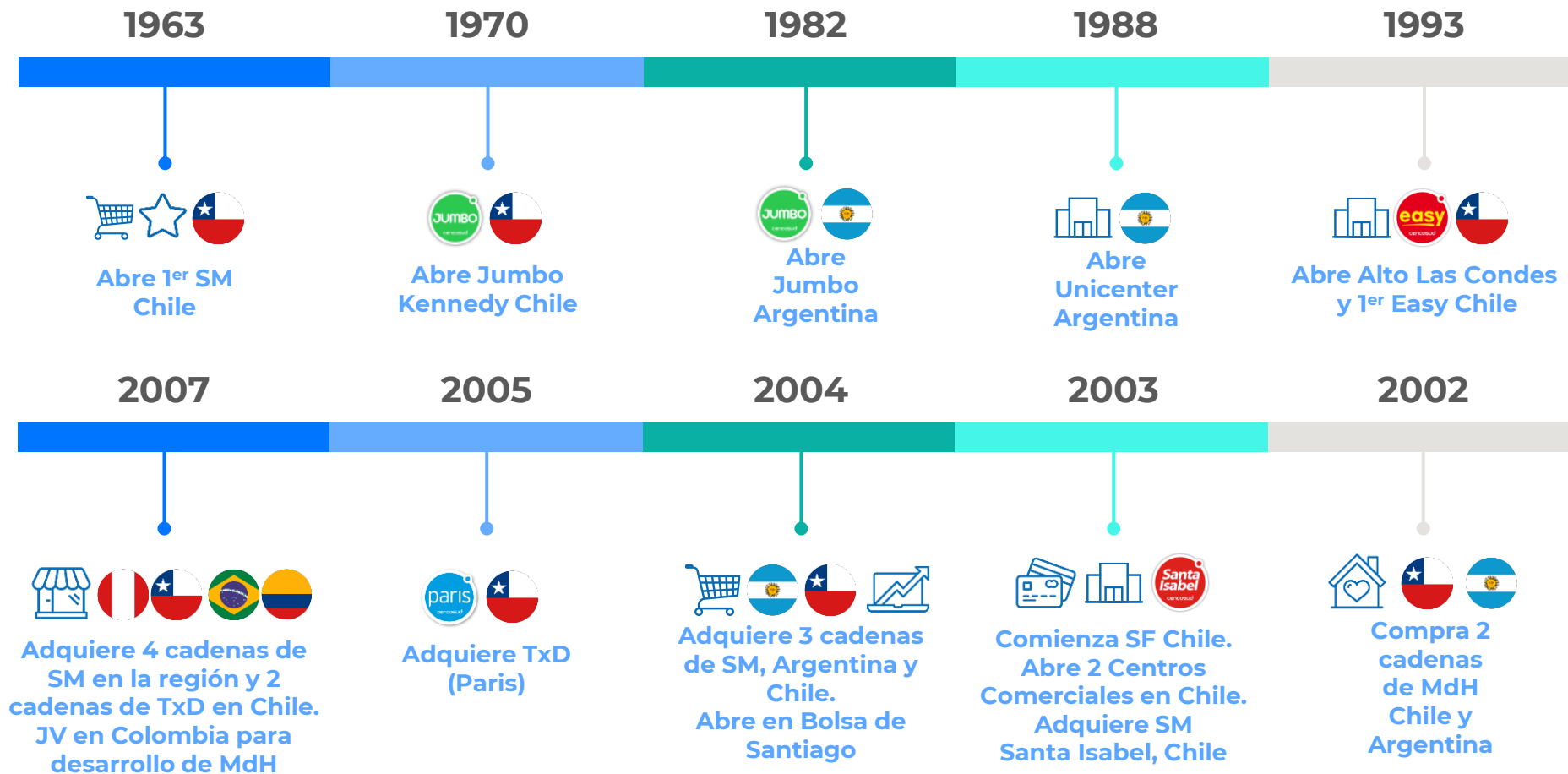
06 Cuisine & Co galardonada con el “Best Branding Award 2023”

La marca fue honrada con el primer puesto en la categoría ‘Best New Brand’ durante los Best Branding Awards 2023. Además, se ubicó en el top 10 de marcas con mayor vigencia en el ranking “total Brands 2023”.





4.1 Anexos -Historia de Cencosud



4.2 Anexos - Historia de Cencosud



2008



Comienza
operación SF en
Argentina.
Adquiere MdH Arg

2010



Adquiere 2
cadenas de SM
en Brasil

2012



Adquiere cadena SM en
Brasil. Abre Mall Costanera
Center.
Compra cadena de SM
Colombia

2014 - 2018



JV de SF
Chile (2014) y
Perú (2018)

2019



IPO de
Cencosud
Shopping

2023



Lanzamiento
CencoPay

2022



Adquiere 2 cadenas
de SM: TFM en EEUU
y GIGA en Brasil.
Lanzamiento Hub
en Uruguay

2021



Lanza Spid,
Cencosud Media y
Cencosud
Ventures

2020



Cierra TxD Perú y Paris
Chile absorbe Johnson.
Cornershop y Cencosud
firman alianza
estratégica



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 29 de Setiembre de 2023, empleó un precio de cierre por acción de CLP 1.426 y una tasa de cambio de cierre de CLP 895,6 por cada US\$;
- El volumen promedio diario transado se basa en datos del tercer 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 916,2 - CLP 811,4 - CLP 800,8 - y CLP 851,2 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\$ 11 MM en Ingresos y una pérdida de US\$ 262 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\$17.593 MM y EBITDA Ajustado US\$1.718 MM utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 916,2 - CLP 811,4 - CLP 800,8 - y CLP 851,2 por US\$ para cada trimestre, respectivamente. Argentina representó un 17,3% del total de Ingresos y un 17,9% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio de cierre al 29 de Septiembre 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.