



Presentación de Resultados

Primer trimestre 2024

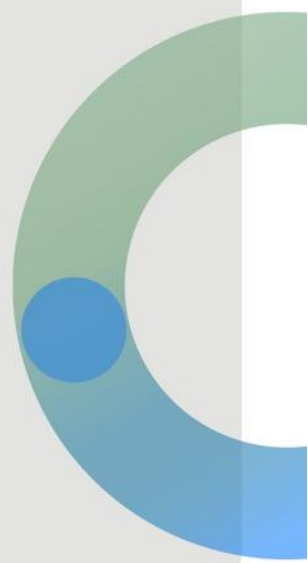




01

Eventos Relevantes

IT24





1.1 Eventos Relevantes IT24



- 01** **La Junta Ordinaria de Accionistas eligió Directorio por el periodo 2024 – 2027**
El 26 de abril, la Junta Ordinaria de Accionistas eligió a los nuevos miembros del directorio, el cual quedó compuesto por 7 miembros no independientes propuestos por el controlador, además de dos miembros independientes propuestos por AFP Modelo.
- 02** **Cencosud informó su nueva estructura organizacional**
Cencosud dio a conocer su nueva estructura organizacional, creando una nueva Gerencia de *back office* denominada “Ecosistema Retail”, para potenciar tanto sinergias como el pilar estratégico de Innovación y Nuevas Tendencias. Asimismo, la Gerencia de Administración y Finanzas de Cencosud incorpora nuevas responsabilidades con el Centro de Servicios Compartidos.
- 03** **Aumento de Capital Cencosud Brasil**
El día 30 de enero de 2024 la filial de Cencosud en Brasil concretó un aumento de capital de BRL 1.641 millones. A través de este aumento de capital la Compañía pagó la totalidad de la deuda financiera, con el objetivo de generar eficiencias financieras al capitalizar la diferencia de tasas entre Chile y Brasil.
- 04** **Alianza con Cheaf impulsa mejora en el manejo de la pre-merma en Chile**
La alianza de la Compañía con Cheaf logró el rescate de más de 320 toneladas de alimentos, a marzo 2024 esta iniciativa está presente en 125 locales de Supermercados en Chile.



1.2 Eventos Relevantes IT24



- 05 Mes de la Mujer en Cencosud**
La Compañía conmemoró a las mujeres de la Compañía realizando 8 charlas a más de 2.200 participantes, sesiones de reconocimiento a 390 mujeres de la Compañía que fueron destacadas por los mismos colaboradores, entre otras.
- 06 The Fresh Market – Top 10 marcas de Grocery más confiables**
Newsweek y Statista publicaron la lista de empresas más confiables de EE.UU., donde The Fresh Market se posicionó en el 7^{mo} lugar de las empresas más confiables dentro de la categoría “*Grocery & Convenience Stores*”.
- 07 Wong es reconocida nuevamente por su destacada experiencia cliente**
Supermercados Wong, en Perú, fue valorada como la cadena con la mejor experiencia de cliente del país por 2^{do} año consecutivo dentro del ranking “*Best Customer Experience 2023*” por parte de IZO.
- 08 Easy Chile recibe premio Entel Connect Center**
El negocio de Mejoramiento del Hogar, en Chile, recibió el premio Entel Connect Center relacionado al trabajo colaborativo para lograr una mejora en el sistema de *contact center*, alcanzando un 98% de resoluciones en el primer llamado.
- 09 Cencosud Brasil fue reconocida con el Schneider Electric Sustainability Impact Awards 2023**
Cencosud Brasil fue reconocido a nivel regional por el liderazgo en operaciones de descarbonización, en línea con la estrategia de Sostenibilidad de la Compañía.





02

Resultados Financieros IT24





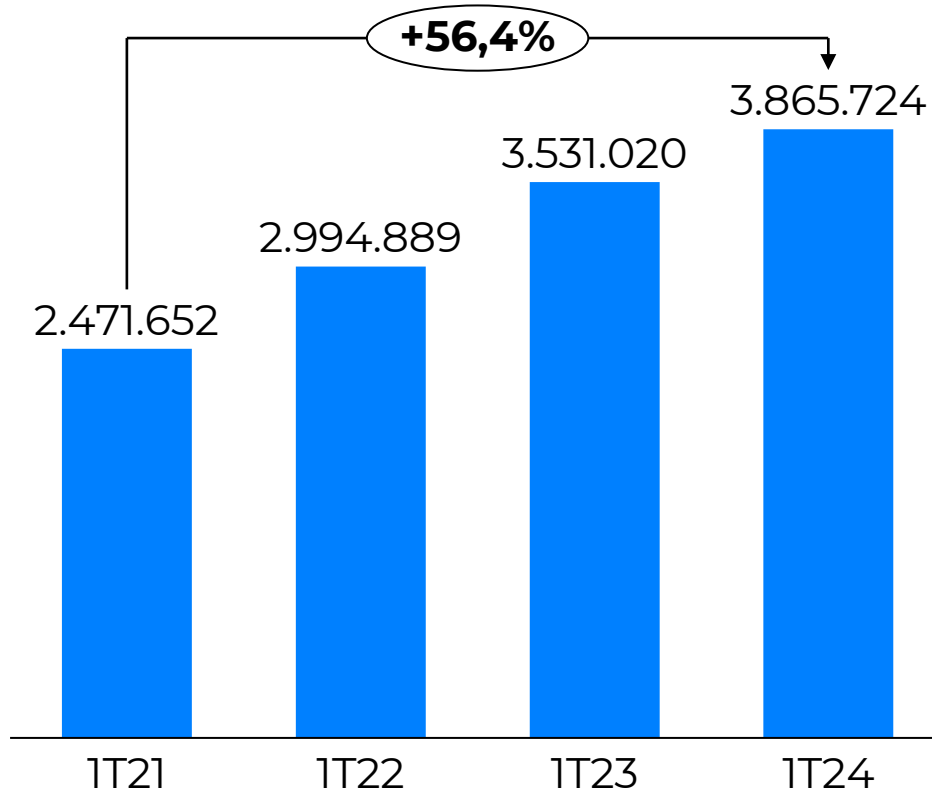
2.1

Ingresos crecen pese a menor consumo e inflación de alimentos, reflejando solidez en SM y devaluación del CLP ⁽¹⁾



Ingresos

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



INGRESOS a/a

Consolidado Cencosud

+9,5%

Excl. NIC 29

+12,4%

Reportado

1T24

- ▲ Resiliencia en SM Chile y formato C&C en Brasil y Perú con SSS de 4,2% en ambos países.
- ▲ Ventas *online* de SM a nivel regional se incrementaron 9,4% a/a
- ▲ Impacto de devaluación del peso chileno
- ▼ Disminución de venta *Non-Food*, por menor dinamismo en consumo en Latam y EE.UU.

⁽¹⁾ Cifras excluyen el efecto de hiperinflación en Argentina.



2.2

EBITDA Ajustado doble dígito en 1T24 impulsado por Argentina, EE.UU., Chile y Perú ⁽¹⁾



EBITDA Ajustado a/a
Consolidado Cencosud

+10,2%

Excl. NIC 29

+0,1%

Reportado

10,6%

Margen
EBITDA Ajustado

+ 7 bps a/a

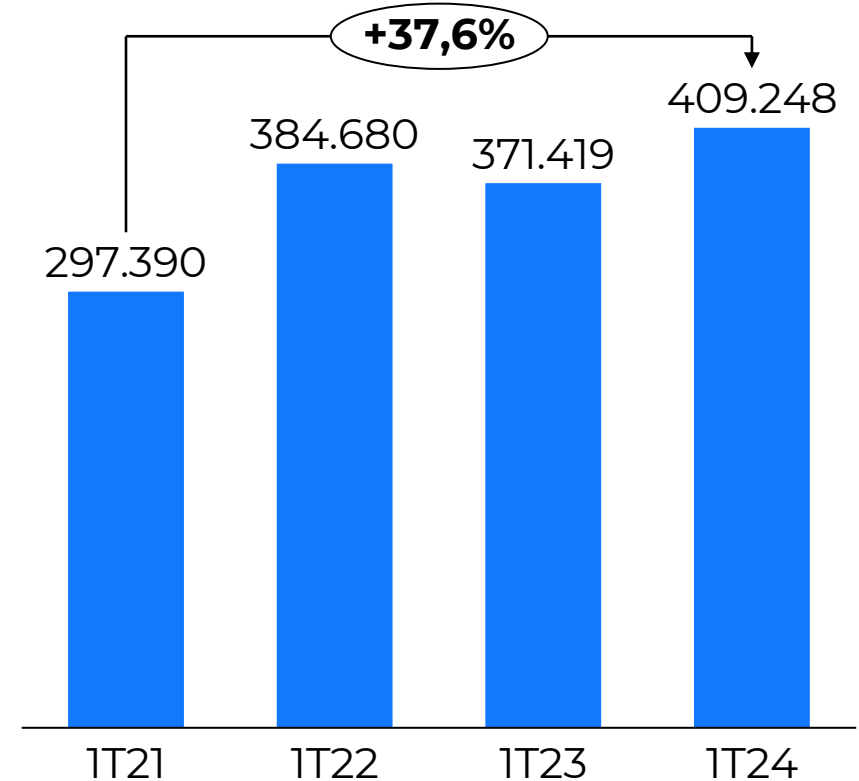
1T24

4 PAÍSES CON MARGEN EBITDA AJUSTADO DE DOBLE DIGITO

- ▲ Argentina expande su margen EBITDA Ajustado en 195 bps a/a
- ▲ Perú expande margen EBITDA 66 bps, alcanzando un 10,6% a/a
- ▲ Mejores negociaciones y menor actividad promocional mejoran margen bruto en Chile, Argentina, Estados Unidos y Perú
- ▼ Bajo nivel de consumo

EBITDA Ajustado

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



⁽¹⁾ Cifras excluyen el efecto de hiperinflación en Argentina.

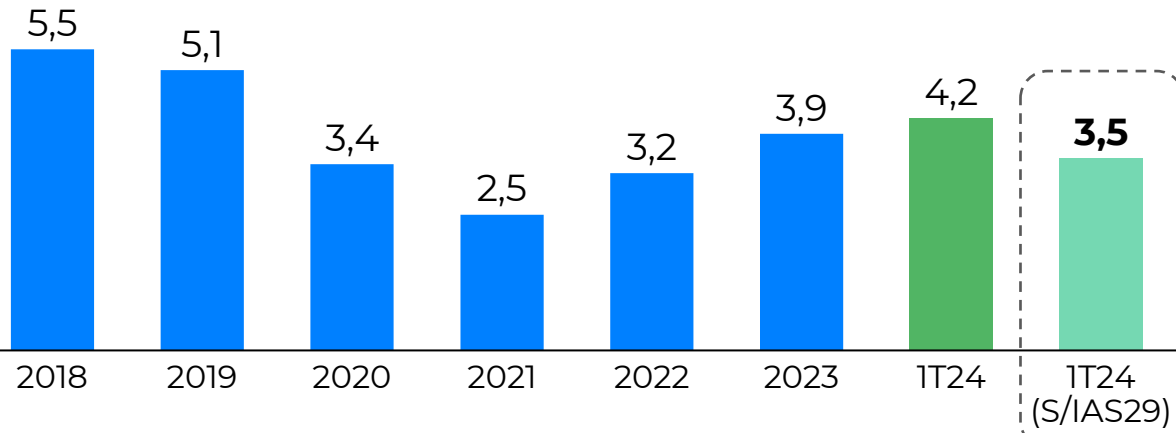


2.3

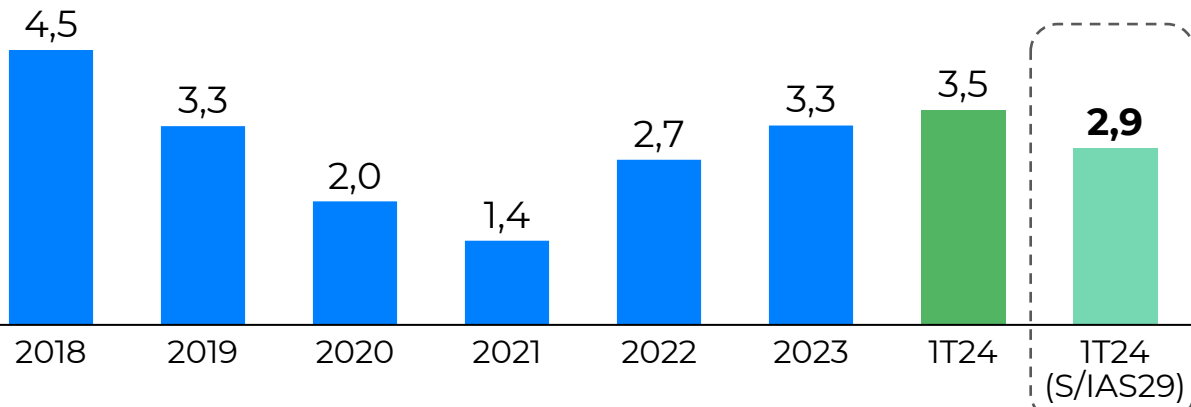
Leverage impactado por ajuste por hiperinflación de Argentina (NIC 29)



Leverage Bruto ⁽¹⁾



Leverage Neto ⁽²⁾



Aumento de Leverage Bruto y Neto respecto a diciembre 2023 dado por:

- Impacto en el EBITDA Ajustado LTM Reportado por ajuste por hiperinflación de Argentina
- Aumento de los pasivos financieros por aumentos en el valor del dólar y UF.
- Compensado por un aumento del Efectivo y Equivalentes al Efectivo por CLP 81.800 millones

Excluyendo NIC 29

Leverage Bruto y Neto consideran **EBITDA Reportado**. Excluyendo los ajustes por hiperinflación (NIC29) en Argentina, estos serían:

3,5 x
Leverage Bruto

2,9 x
Leverage Neto

⁽¹⁾ Leverage Bruto: Deuda Financiera + Pasivos por Arrendamiento / EBITDA Ajustado LTM Reportado excluyendo *One Offs*, ⁽²⁾ Leverage Neto: descuenta Caja y Activos Financieros a la Deuda Bruta.

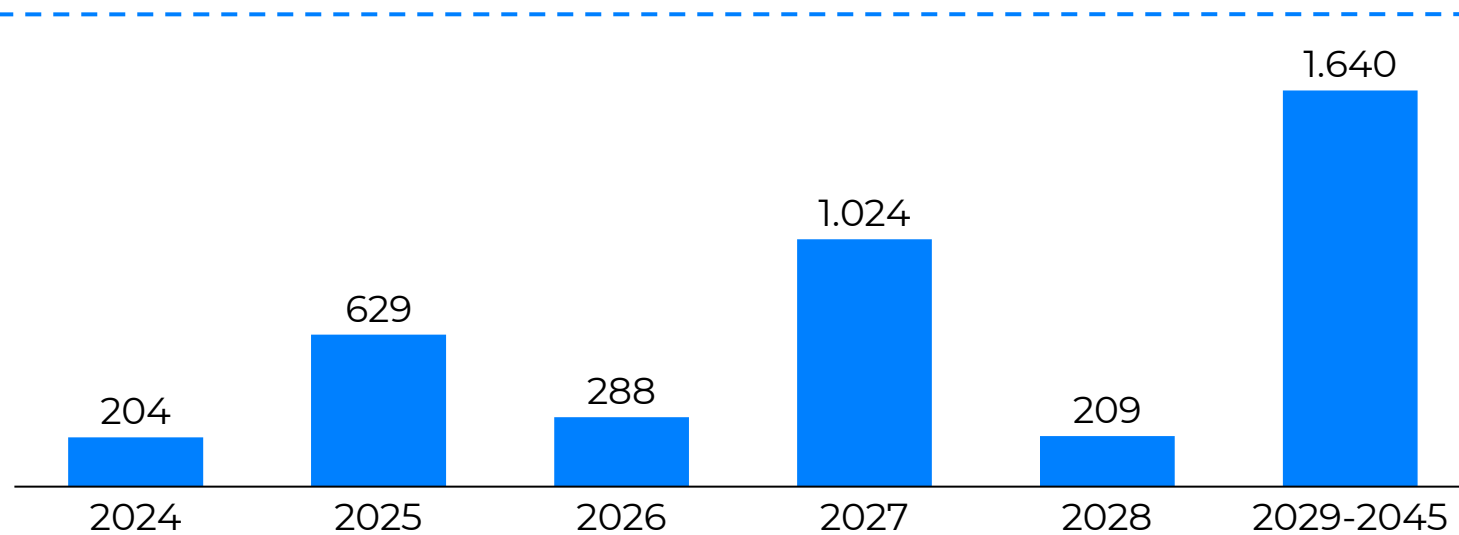


2.4 Posición Financiera



Calendario de Amortización (USD MM)²

EBITDA LTM US\$ 1.703 MM ⁽¹⁾



USD 757 MM
Posición de caja ⁽¹⁾

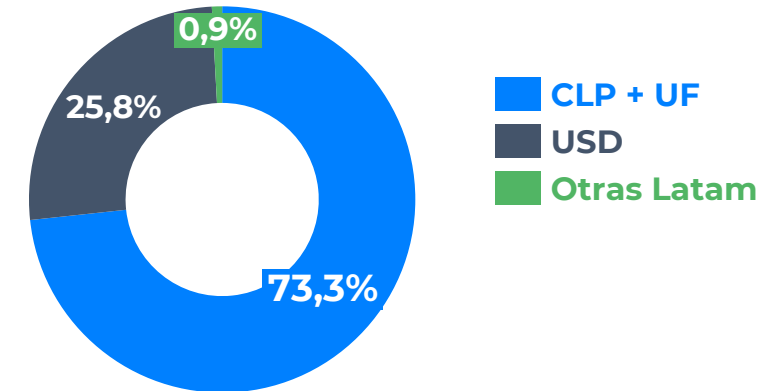
Deuda Denominada en USD

68,4%

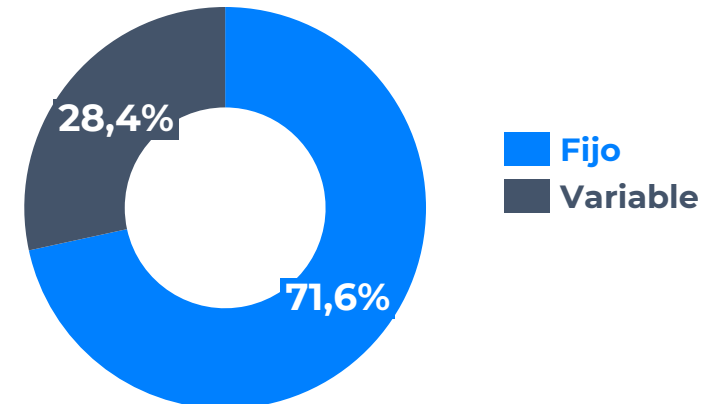
Riesgo Descubierto USD ⁽²⁾

11,9%

Deuda por Moneda (Post CCS y otras coberturas) ⁽³⁾



Deuda por Tipo de Tasa



⁽¹⁾ A tipo de cambio de cierre: 981,71. ⁽²⁾ Luego de coberturas cambiarias. ⁽³⁾ CCS corresponde a *Cross Currency Swaps*.



03

Resultados Por País

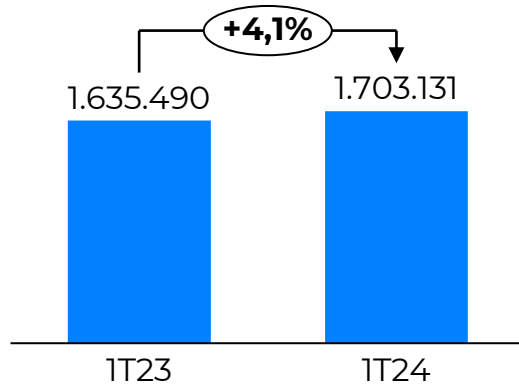




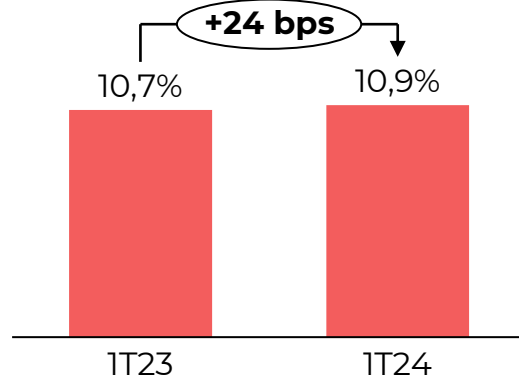
3.1 Chile reporta crecimiento en ingresos y EBITDA Ajustado a pesar de consumo desafiado

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Chile

- > Los **ingresos** crecieron frente al 1T23 producto de efectos calendario, un mayor consumo en Supermercados y la recuperación de Tiendas por Departamento, parcialmente compensado con una caída en Mejoramiento del Hogar.
- > El **EBITDA Ajustado** aumentó 6,4% a/a impulsado por crecimientos en todas las unidades de negocios, atribuido a la mejora en el margen bruto en todos los negocios, en general, impulsado por una mejora en la estrategia de compras y una menor actividad promocional.

1T24 vs 1T23
Δ % CLP

+4,1%

Ingresos
Consolidados

+6,4%

EBITDA
Ajustado

10,9%

Margen EBITDA
Ajustado

JUMBO
prime

Suscriptores Jumbo
Prime vs 1T23

+21,0%



Venta online SM
vs 1T23

+5,0%



Same Store Sales
TxD

+8,2%

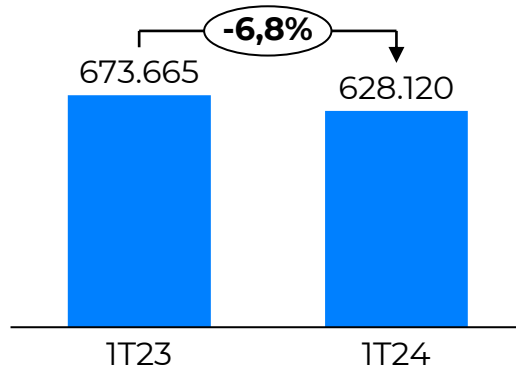


3.2 Argentina logra crecimiento en rentabilidad a pesar de entorno desafiante, con mayor resiliencia de SM

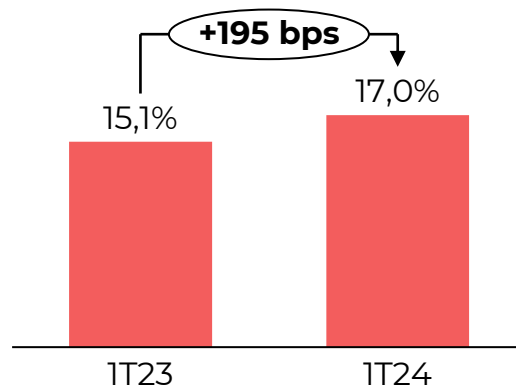


INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



1T24 vs 1T23

	Δ % CLP	Δ % ML
Ingresos	(6,8)	246,6%
EBITDA Ajustado	5,3%	293,4%
Margen EBITDA Ajustado		17,0%



Argentina

- Los **ingresos** aumentaron 246,6% en ARS y cayeron 6,8% en CLP. El crecimiento en moneda local refleja la capacidad de traspaso de inflación al precio final y la resiliencia del negocio en un entorno macroeconómico desafiante.
- El **EBITDA Ajustado** creció 293,4% en ARS y 5,3% en CLP respecto al 1T23 con una expansión en el margen EBITDA Ajustado impulsado por el término de las restricciones de precio, sumado a la revalorización de inventarios.



Ganancia Marketshare SM

+45 bps a/a



Same Store Sales SM

+274,6%

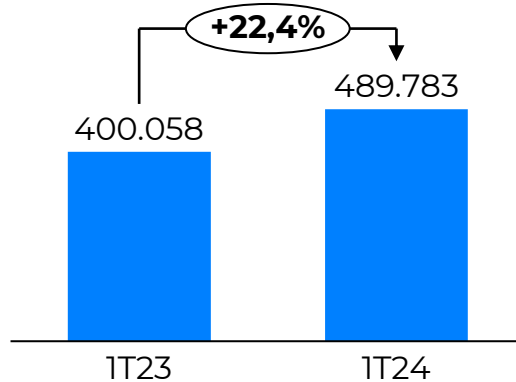


3.3 EE.UU. registra expansión de 163 bps en el margen EBITDA Ajustado, alcanzando un 11,4%

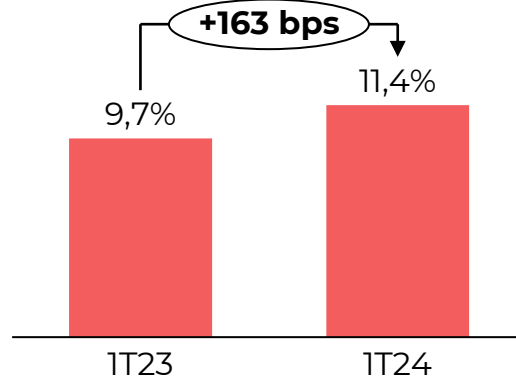


INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



1T24 vs 1T23

	Δ % CLP	Δ % ML
Ingresos	22,4%	4,9%
EBITDA Ajustado	43,0%	22,4%
Margen EBITDA Ajustado		11,4%



EEUU

- > Los **ingresos** aumentaron 4,9% en USD y de 22,4% en CLP frente a 2023. El alza en moneda local se explica por mejores dinámicas comerciales, aumento de tráfico en el canal físico (*Same Store Sales* +1,9%) y aumento de ventas *online* de 34,1% en USD.
- > El **EBITDA Ajustado** aumentó 22,4% en USD y 43,0% en CLP producto de una menor actividad promocional, la reducción de mermas y la mayor rentabilidad del canal *online*.



Same Store Sales SM

+1,9% a/aVenta *online* vs 1T23**+34,1%** en ML

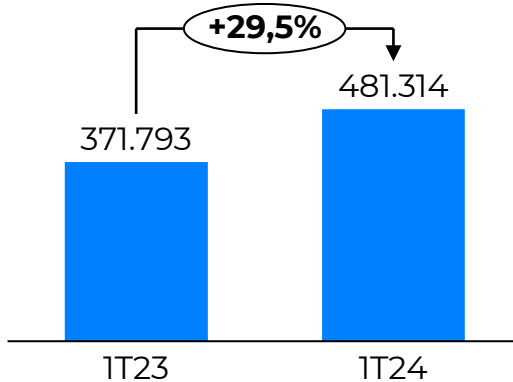


3.4

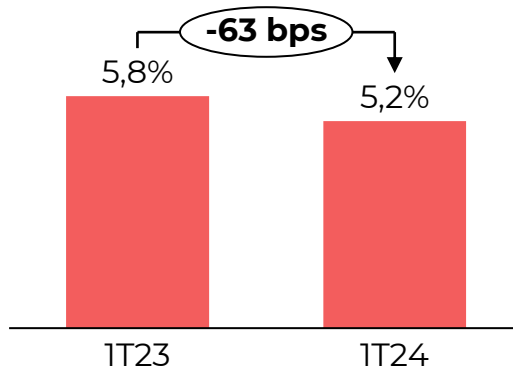
Ventas en Brasil impulsadas por formato *Cash&Carry* y canal *online*

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



1T24 vs 1T23

	Δ % CLP	Δ % ML
Ingresos	29,5%	5,7%
EBITDA Ajustado	15,5%	(5,9%)
Margen EBITDA Ajustado		5,2%



Brasil

- Los **ingresos** experimentaron un crecimiento del 5,7% en BRL y del 29,5% en CLP frente a 1T23. El formato C&C logró un crecimiento en ingresos del 10,8%, y las ventas del canal *online* crecieron 71,5% en moneda local a/a.
- El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 5,9% en moneda local y aumentó 15,5% en CLP frente al mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por un aumento en gastos y una compresión del margen bruto (-45 bps).

C&C Same Store Sales
+4,2% a/aVentas Cash & Carry ⁽¹⁾
+10,8% a/aVenta *online* vs 1T23
+71,5% en ML⁽¹⁾ Variación en moneda local.



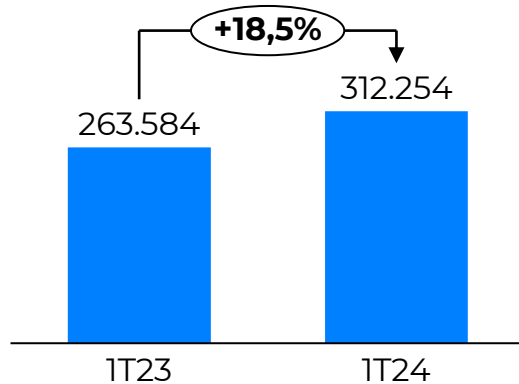
3.5

Perú expandió su margen EBITDA Ajustado en 66 bps a/a, siendo el 11° trimestre consecutivo de doble dígito

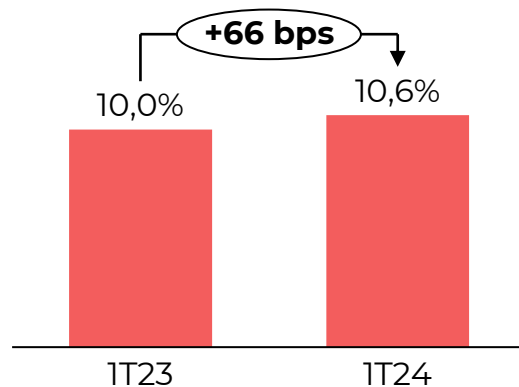


INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



1T24 vs 1T23

	Δ % CLP	Δ % ML
Ingresos	18,5%	(0,1%)
EBITDA Ajustado	26,3%	6,5%
Margen EBITDA Ajustado	10,6%	



Perú

- > Los **ingresos** disminuyeron 0,1% en PEN y aumentaron 18,5% en CLP producto del mejor desempeño en el formato C&C con crecimiento SSS de 4,2% y el canal *online* con un incremento de 3,7% a/a en moneda local.
- > El **EBITDA Ajustado** tuvo un incremento de 6,5% en PEN y de 26,3% en CLP producto de la generación de eficiencias tanto en tiendas como en *back-office*.



C&C
Same Store Sales

+4,2% a/a



GAV/Ingresos
vs 1T23

-186 bps



Venta *online*
vs 1T23

+3,7% en ML



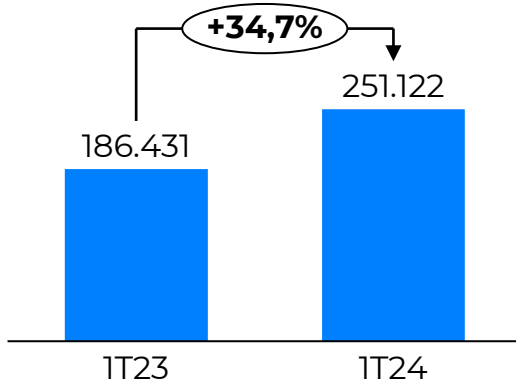
3.6

Colombia impactada por menor consumo y alta competencia

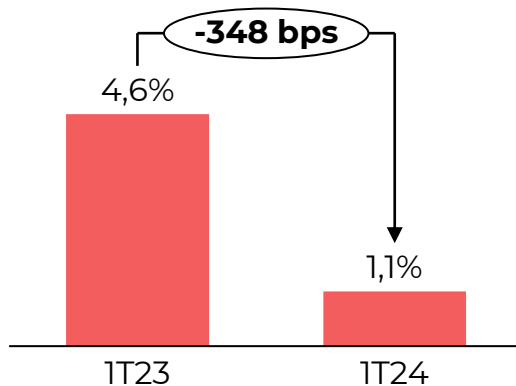


INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP Millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



1T24 vs 1T23

	Δ % CLP	Δ % ML
Ingresos	34,7%	(3,9%)
EBITDA Ajustado	(68,3%)	(77,9%)
Margen EBITDA Ajustado		1,1%



Colombia

- Los **ingresos** tuvieron una caída de 3,9% en COP y un crecimiento de 34,7% en CLP, atribuible a un contexto de menor consumo principalmente en la categoría *Non-Food* y una contracción general de la economía.
- El **EBITDA Ajustado** disminuyó 77,9% en COP y 68,3% en CLP producto de una mayor actividad promocional y de la caída en ingresos.

Suscriptores Jumbo
Prime vs 1T23

+7,3%



Penetración *online* MdH

+94 bps a/a



04

Pilares Estratégicos






4.1

Marcas Propias: Fortalecimiento Financiero



Cuisine & Co. 	Food		Non-Food		Total	
	1T24	1T23	1T24	1T23	1T24	1T23
Chile	11,5%	10,7%	24,5%	24,8%	15,7%	15,4%
Argentina	15,3%	14,5%	14,3%	13,9%	15,0%	14,2%
EEUU	32,6%	32,7%	1,2%	1,2%	31,1%	31,2%
Brasil	3,0%	3,2%	3,9%	4,4%	3,1%	3,4%
Perú	14,4%	14,3%	32,6%	32,9%	17,2%	17,2%
Colombia	7,7%	7,6%	7,9%	11,5%	7,8%	8,9%
Total	14,7%	14,2%	19,8%	21,1%	15,9%	15,9%

Los productos de **Marcas Propias** registraron crecimientos en venta de 15,7% a/a, donde la marca **Cuisine&Co** continúa desarrollando su estrategia de regionalización, llegando a Brasil durante el 1T24.



Ventas Consolidadas
1T24

US\$ 609 MM

+15,7% a/a

Penetración 1T24

15,9%

+2 bps a/a



4.2 CAPEX: Crecimiento Orgánico



Avances IT24



7

Aperturas



19

Remodelaciones

IT24	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones		Cierres	
	#	M ²	#	M ²	#	#	M ²	
Chile	2	264	-	-	-	14	2	5.109
Argentina	3	4.336	-	-	-	1	-	0
EE.UU.	-	-	-	-	-	-	-	0
Brasil	2	2.531	-	-	-	-	1	1.125
Perú	-	-	-	-	-	4	-	0
Colombia	-	-	-	-	-	0	-	0
Total	7	7.131	-	-	-	19	3	6.234

Aperturas IT24:

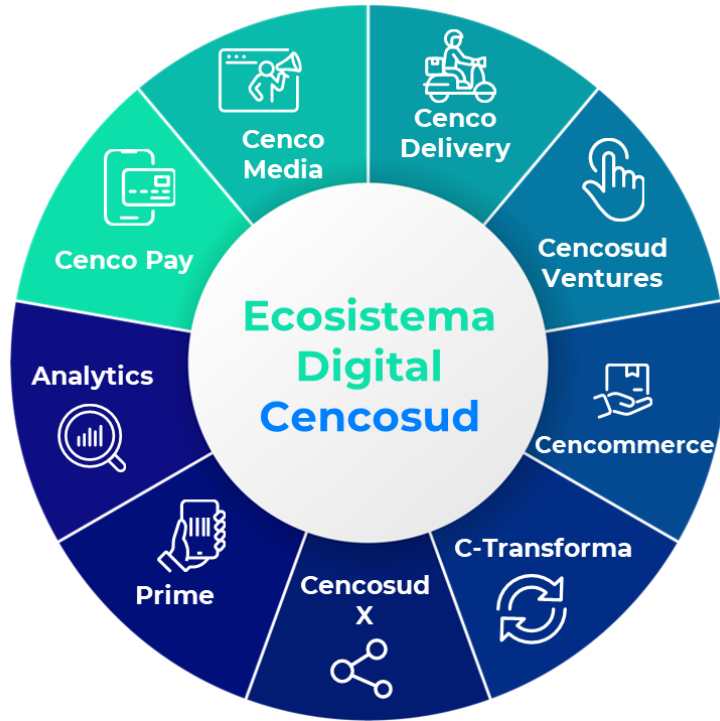


Nuevas tiendas Prezunic Marapendi y Vila Isabel





4.3 Innovación y nuevas tendencias



Con el propósito de potenciar el crecimiento, innovación y liderazgo de la Compañía, Cencosud dio a conocer su nueva estructura organizacional, la cual crea una nueva Gerencia de *back office* denominada **“Ecosistema Retail”** para potenciar sinergias e impulsar el pilar estratégico de Innovación y Nuevas Tendencias.



La alianza de la Compañía con Cheaf ha logrado el rescate de más de 320 toneladas de alimentos, a marzo 2024. Esta iniciativa está presente en 125 locales de Supermercados en Chile.

125
Supermercados

320
Toneladas de Alimentos rescatadas

En 2024:



Implementación de Servicios de Apoyo al Retail (SAR) en Bretas



+62
Iniciativas de Automatización

RPA
VBA
Python
Power BI



prime

+54,4%
Nº total de Suscriptores vs IT23





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.

