



—
—
Año

20
22

Presentación Conferencia JPMorgan EME Credit

Septiembre 2022



Agenda

01

Sobre Cencosud

02

Pilares Estrategicos

03

Resultados
Trimestrales

04

Sostenibilidad



01

Sobre Cencosud



Cencosud en resumen



Descripción de la Compañía

+55

Años de Historia

1.271

Tiendas Retail

3,3 MM m²

Sala de Venta

+100 M

Colaboradores¹

67

Centros Comerciales

2,3 MM m²

GLA arrendado a Locatarios

IPO 2004

US\$ 4,5 bn

Market Cap Cencosud²

Free Float: 45,0%

IPO 2019

US\$ 2,4 bn

Market Cap CencoShopp²

Free Float: 27,7%

+5,5 MM m²

de banco de
terrenos

¹ Dotación Equivalente (FTE): Total de Colaboradores llevados a Jornada Completa.

² Al 5 de septiembre de 2022 / Tipo de Cambio: 881.2 USD

Uno de los retailers más diversificados de América Latina



Supermercados





Mejoramiento del Hogar





Tiendas por Departamento





Centros Comerciales



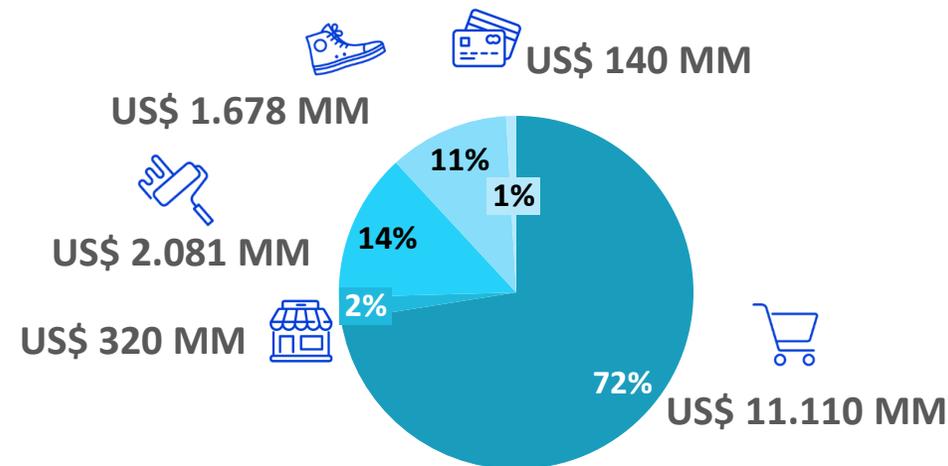


Servicios Financieros



Ingresos LTM 2T22

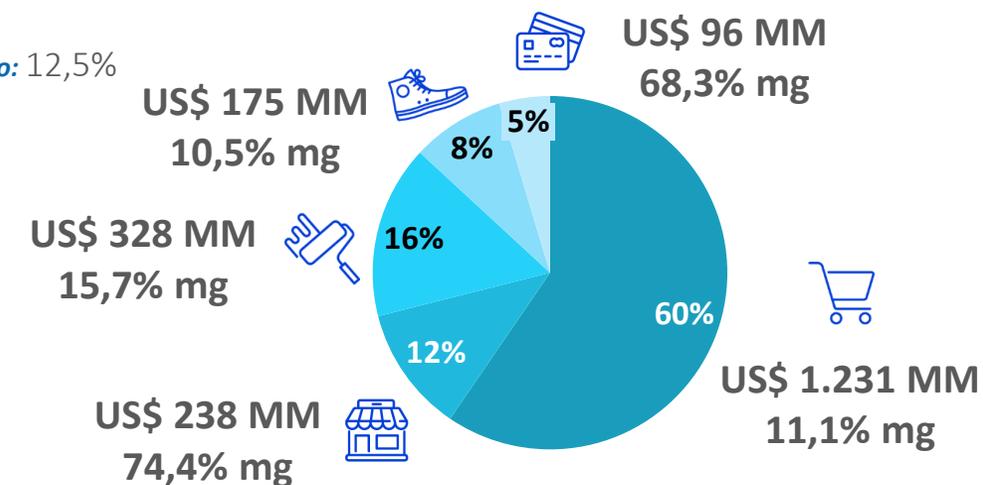
US\$ 15,3 bn



EBITDA Ajustado LTM 2T22

US\$ 1,91 bn

Margen EBITDA Ajustado: 12,5%

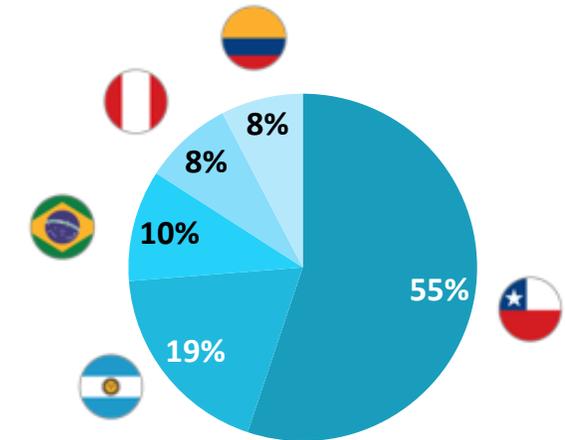


Uno de los retailers más diversificados de América Latina



Ingresos LTM 2T22

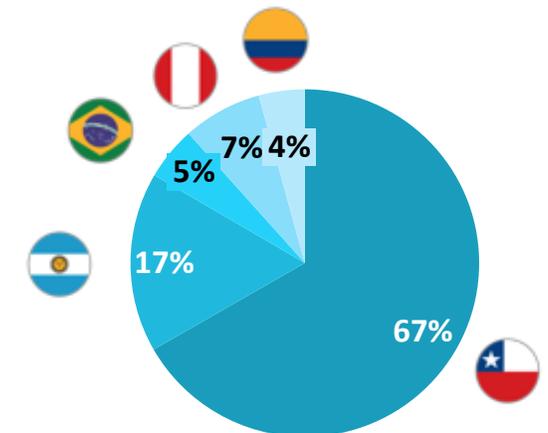
US\$ 15,3 bn



EBITDA Ajustado LTM 2T22

US\$ 1,91 bn

Margen EBITDA Ajustado: 12,5%



Estrategia de diferenciación



Servicio inigualable de atención al cliente

- 6 marcas con +75% en CSI
- 76% de los colaboradores recibieron capacitación en servicio y calidad
- Capacitación anual de ética obligatoria



Mayor surtido en Latam

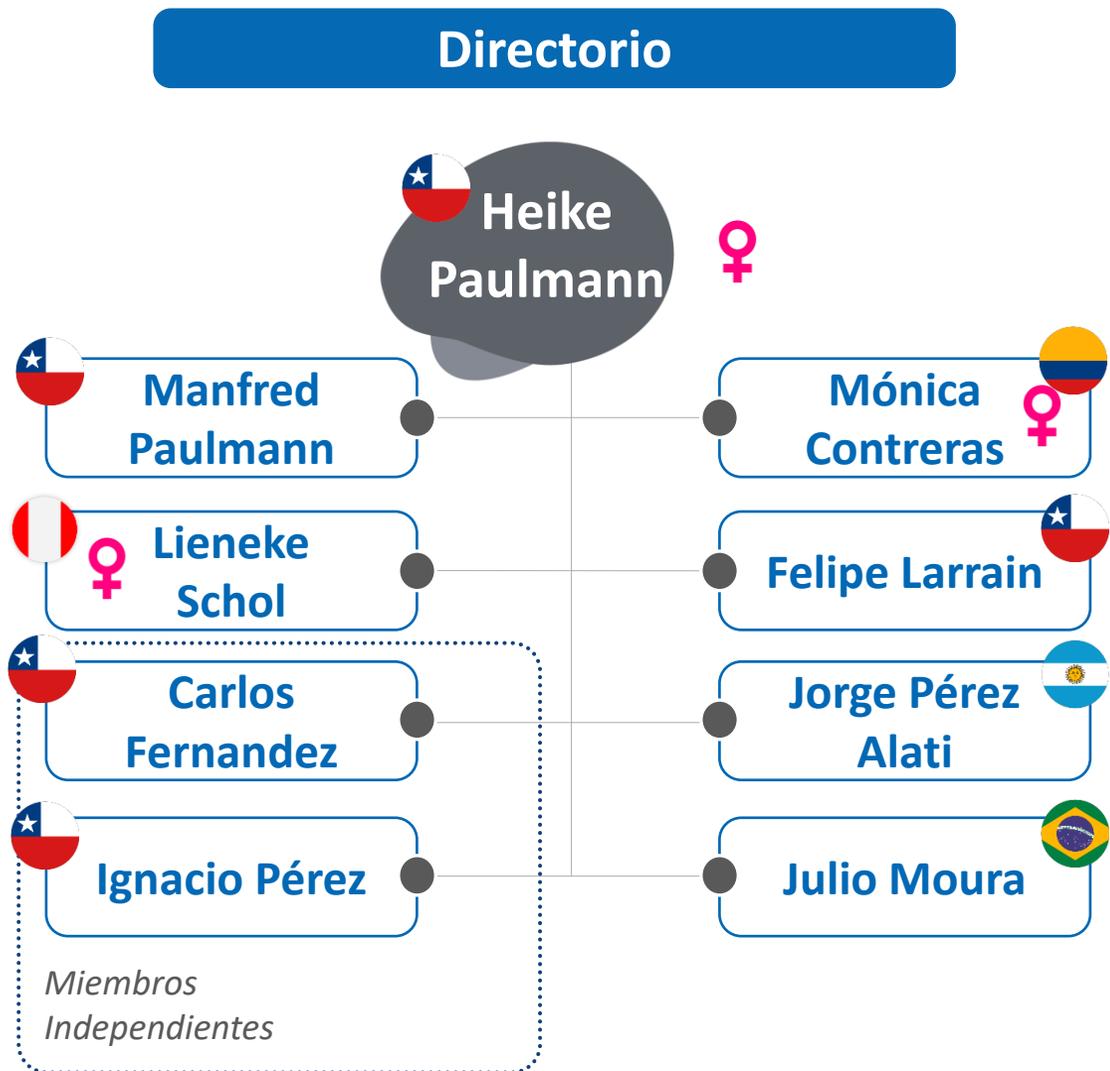
- Más de 60.000 SKU



Mejor calidad y disponible

- Sellos de calidad
- Garantía doble –se devuelve el doble del valor de compra si la calidad no es satisfactoria

- Aspiramos a mejorar la calidad de vida de nuestros clientes con una propuesta de valor diferenciada
- Enfocándonos en la calidad de nuestros productos y excelente servicio, fortaleciendo el desarrollo sustentable y la rentabilidad del negocio
- Cultura diversa e inclusiva enfocada en las personas, siendo agentes activos en las comunidades para promover el equilibrio entre el crecimiento, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social



- Directorio elegido el 22 de abril de 2022
- Dos miembros de la Familia Controladora
- Directorio reconocido y diverso, con una participación de mujeres superior al promedio de Chile¹ y representado por todas las nacionalidades donde opera Cencosud
- Edad promedio del Directorio: 59,5 años

¹ Promedio en Chile de 14% en 2021 versus 33% de Cencosud, según DF.

Administración con alta experiencia

Ejecutivos Expertos



Estructura organizacional por país, con el objetivo de:

- Generar sinergias entre las unidades de negocio;
- Agilizar la toma de decisiones; y
- Tomar el beneficio del conocimiento local.





CEO
Matías Videla
+25 años en Cencosud



Gerente Perú
Alfredo Mastrokalos
7 años en Cencosud



SM Chile
Cristian Siegmund
20 años en Cencosud



CFO
Inés Ostenrieder
4 años en Cencosud



Gerente Argentina
Diego Marcantonio
28 años en Cencosud



Gerente Brasil
Sebastian Los
20 años en Cencosud



TxD Chile
Ricardo Bennett
16 años en Cencosud



Gerente Colombia
Marta Henao
14 años en Cencosud



CencoShopp
Rodrigo Larrain
7 años en Cencosud¹



MdH Chile
Felipe Longo
7 años en Cencosud

Las banderas representan la nacionalidad de los ejecutivos.

¹ 6 años en Cencosud hasta 2018. Se reincorpora en 2021 como CEO de Cencosud Shopping (subsidiaria de Cencosud).

Agenda

01

Sobre Cencosud

02

Pilares Estrategicos

03

Resultados
Trimestrales

04

Sostenibilidad



Cencosud

Pilares Estratégicos



01

**FORTALECIMIENTO
FINANCIERO**

02

**OPORTUNIDADES
DE EXPANSIÓN
ORGANICA &
INORGANICA**

03

**INNOVACIÓN Y
NUEVAS
TENDENCIAS**

Fortalecimiento Financiero



Bajo nivel de endeudamiento debido a la capacidad de autofinanciamiento, basada en la generación de caja.

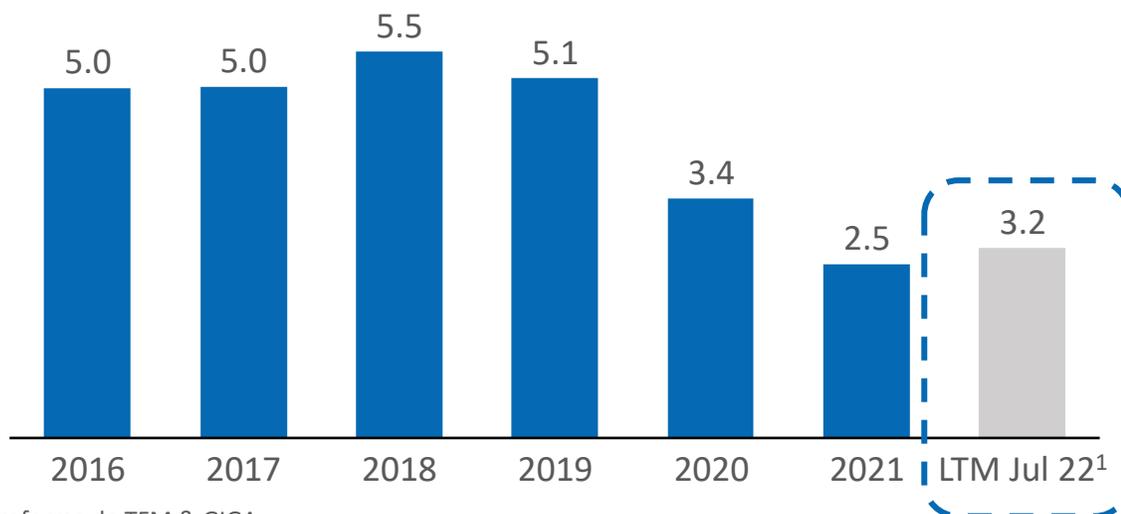


Rating 'BBB', por primera vez en la historia de la Compañía.



Posición de caja de **USD 1.193 millones** a junio de 2022.

Leverage Bruto



Fitch Ratings elevó la calificación de Cencosud a 'BBB' de 'BBB-'

FitchRatings BBB (Outlook Estable)

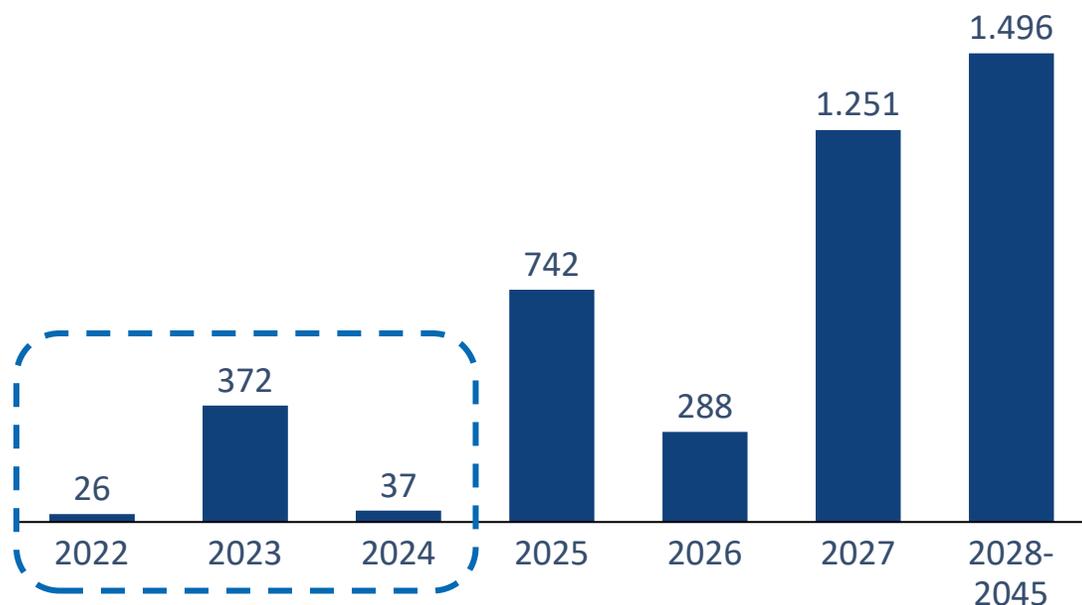
MOODY'S Baa3 (Outlook Positivo)



¹EBITDA proforma de TFM & GIGA.

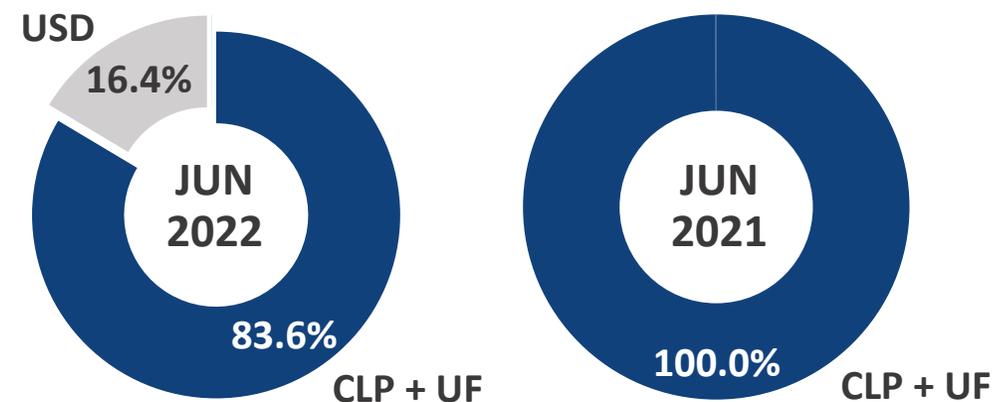
Fortalecimiento Financiero

Calendario de Amortizaciones (USD MM)¹



Promedio de **US\$ 145 millones** en amortizaciones hasta 2025, manteniendo un **holgado calendario de pagos**.

Deuda por Moneda (después de CCS)



La Compañía mantiene **57,5%** de su **deuda denominada en dólares**.



Luego de la cobertura de derivados, la exposición en USD alcanza a 16,4%, manteniéndose dentro de la política de la Compañía –**deuda en USD cubierta en torno al 80%**.



A junio de 2022, las filiales de Cencosud no mantienen deuda.

¹Amortizaciones al 31 de julio de 2022.

Fortalecimiento financiero



Metas a Corto Plazo

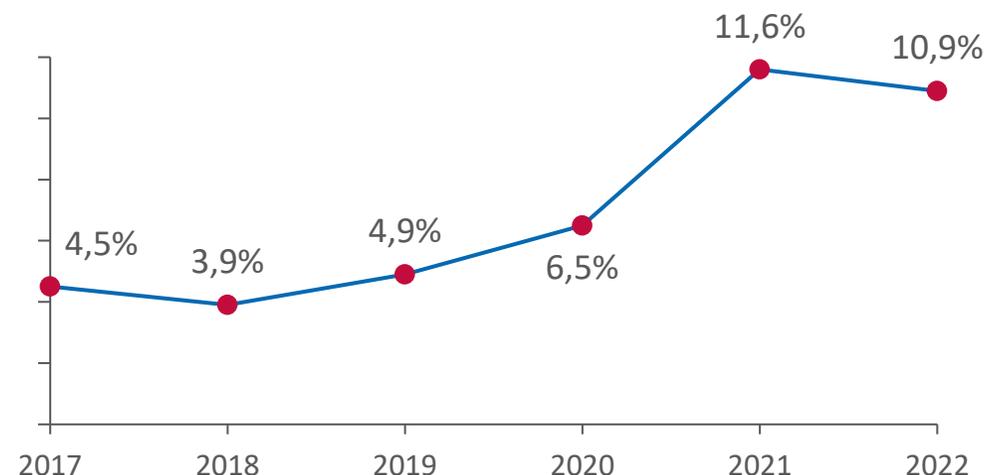
- Cadena de suministro: fusión de la logística de non-food en Chile y Argentina;
- Optimización de GLA;
- Digitalización de procesos;
- Robotización de Dark Stores y Pick-up en tiendas.



Para mejorar el ROIC

- Cambios de formato de Supermercado a Cash&Carry – Perú y Brasil;
- Optimización del negocio de Supermercado al incorporar tiendas de Mejoramiento del Hogar – Colombia y Argentina;
- Desarrollo del formato de SPID en toda la región.

ROIC de Cencosud



Cencosud

Pilares Estratégicos



01

**FORTALECIMIENTO
FINANCIERO**

02

**OPORTUNIDADES
DE EXPANSIÓN
ORGANICA &
INORGANICA**

03

**INNOVACIÓN Y
NUEVAS
TENDENCIAS**

Oportunidades de Expansión Orgánica & Inorgánica

Guidance 2022

- Abrir más de 37 tiendas en 2022;
- Plan de remodelación del 100% de las tiendas (hasta 2023), estimando alcanzar un 67% de cumplimiento en 2022;
- Inversiones en tecnología;
- Un nuevo Centro Comercial en Perú, la expansión de 2 Centros Comerciales en Colombia y la comercialización de 40.000 m² de GLA en Chile en proceso de habilitación.
- Plan de inversiones 2022 considera USD 640 millones, USD 553 millones en Capex y USD 87 millones en Opex.

Expansión orgánica a Junio de 2022

Capex a junio 2022		
6M22	N° Tiendas	M ²
Aperturas	23	12.818
Cierres ¹	8	8.190
Transformaciones	7	15.562
Remodelaciones	35	N.A.



¹ Considera 7 cierres definitivos, 1 cierre temporario debido a remodelación.

Adquisiciones Premium impulsan el crecimiento

The Fresh Market, US

Transacción

- Adquisición del 67% con caja propia y deuda bancaria a 12 meses (US\$300 millones);
- Se estima agregar ~US\$600 millones al pasivo bancario de Cencosud, sumado a los nuevos pasivos por arrendamiento;
- *Leverage* bruto de la Compañía se incrementaría a ~3x;
- Fecha de consolidación: 5 de julio de 2022.

The Fresh Market en Cencosud

- Supermercado premium con foco en productos frescos de alta calidad y experiencia de compra diferenciadora;
- 160 tiendas en 22 estados y mas de 10.000 colaboradores;
- Sinergias comerciales –a través del acceso a proveedores y mejores acuerdos- y sinergias operacionales, tales como fidelidad, marketing, Advanced Analytics, tecnología y procesos *E-commerce*.

¹ Fuente: <https://www.newsweek.com/rankings/americas-best-customer-service-2023>



#4 Supermercado con mejor servicio al cliente en USA¹.

The Fresh Market

Atractivo potencial de sinergias

Sinergias financieras

- Estructura de capital mejorada y flexibilidad financiera;
- Reducción significativa de los intereses en efectivo;
- Aumento del Flujo de Caja adecuado para autofinanciar la estrategia de crecimiento de The Fresh Market.

Sinergias operacionales

- Sinergias de ingresos a través de la venta cruzada de los mejores productos y del desarrollo de marcas propias;
- Acceso a nuevos proveedores con mejoras en costo;
- Transferencia de tecnología y mejores prácticas incluyendo *merchandising*, programa de fidelización, comercio electrónico y *know-how* en alimentos frescos, orgánicos y comida preparada.

Capitalización			
En MM USD	2021	Proforma	Tasa
Pagarés Súper Senior Garantizados	133	-	L + 8,50%
Pagarés senior garantizados	800	-	9,75%
Préstamo Plazo A	-	597	S + 185 bps ⁽³⁾
Deuda Total Pendiente	933	597	
<i>Leverage</i> Bruto	4.8x	3.0x ⁽¹⁾	
Interés en efectivo	92	24 ⁽²⁾	

¹ Proforma usando EBITDA total 2021.

² Interés anualizado al cierre

³ S = SOFR de 90 días

Oportunidad de Cencosud de **incrementar los ingresos** alrededor de USD265 millones y generar un **EBITDA incremental** de USD50 millones/año⁽⁴⁾

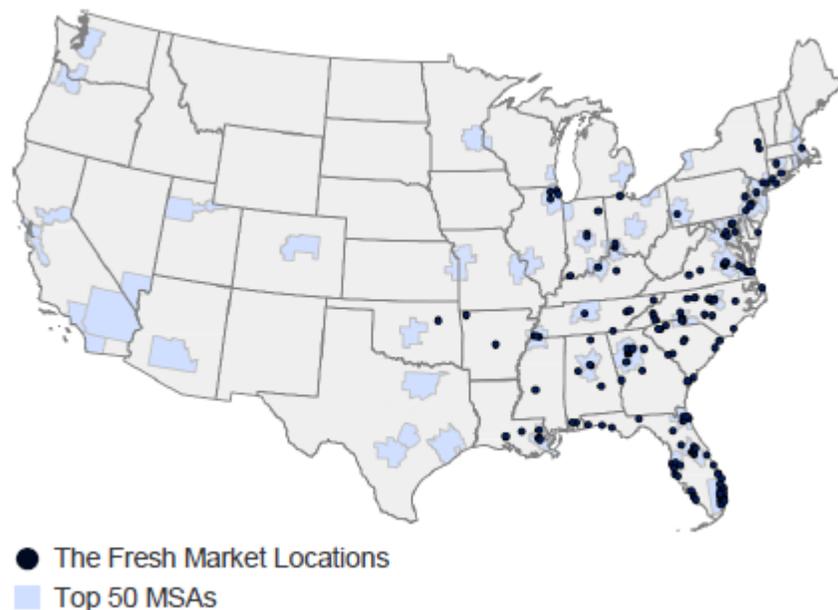
⁴ Cifras a mayo de 2022.

The Fresh Market

Oportunidad significativa de crecimiento

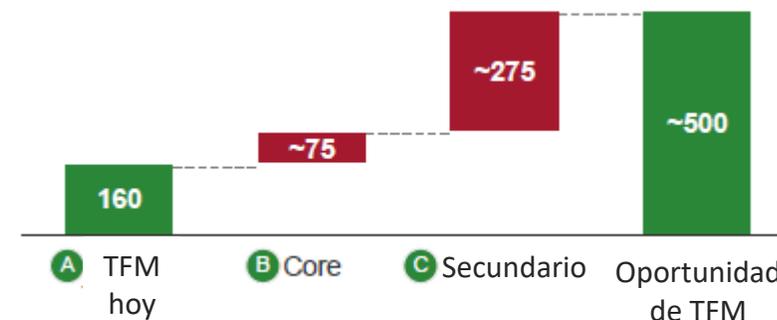
- Creemos que tenemos una visibilidad significativa de ~75 oportunidades de tiendas a corto plazo y de bajo riesgo dentro de nuestros mercados principales, lo que representa una oportunidad de ingresos de más de \$900 millones o un aumento del 50% en nuestra base de tiendas.
- Oportunidad más amplia para ~275 tiendas incrementales en nuestros mercados secundarios.

Oportunidad significativa de crecimiento



Potencial para triplicar la base de tiendas

Numero de tiendas



- Datos demográficos atractivos, MSA en crecimiento, menores costos de arrendamiento y mano de obra, amplia disponibilidad de bienes raíces;
- Lo que creemos es una expansión de bajo riesgo, enfocada principalmente en ubicaciones de relleno y áreas metropolitanas circundantes dentro de los mercados principales.
- Ubicaciones donde TFM tiene un fuerte reconocimiento de marca pero una penetración limitada.

Adquisiciones Premium impulsan el crecimiento

GIGA Atacado, Brasil

Transacción

- Adquisición del 100% por un total de ~US\$100 millones;
- Fecha de consolidación: 1 de julio de 2022.

GIGA en Cencosud

- Formato Cash&Carry en el estado de São Paulo;
- 10 tiendas, 1 Centro de Distribución y más de 1.300 empleados;
- Con la incorporación de GIGA, Cencosud alcanza el 30% de sus ingresos en el formato Cash&Carry, en Brasil.



Metas de largo plazo de Cencosud



Liderar el negocio de Supermercados en América



Liderar e-grocery en Latam



Top3 Marketplace Chile

Liderar el negocio de Supermercados en América

Fortaleciendo el Market Share en Supermercados

Market Share Supermercados				
País	Ranking	2T22	2T21	Var (Bps)
Chile	#2	32,7%	31,1%	+160 bps
Argentina	#2	16,1%	16,0%	+12 bps
Brazil ¹	#2 / #4	13,6%	13,6%	+4 bps
Peru	#3	28,2%	27,4%	+72 bps
Colombia	#4	8,5%	9,0%	-56 bps

Chile

Principalmente en Santa Isabel.

Argentina

Supermercados Vea gana Market Share a pesar del cierre de 6 tiendas durante el semestre.

Perú

Impulsado principalmente por Metro, reflejando la transformación de tiendas al formato Cash&Carry que generó mejores resultados.

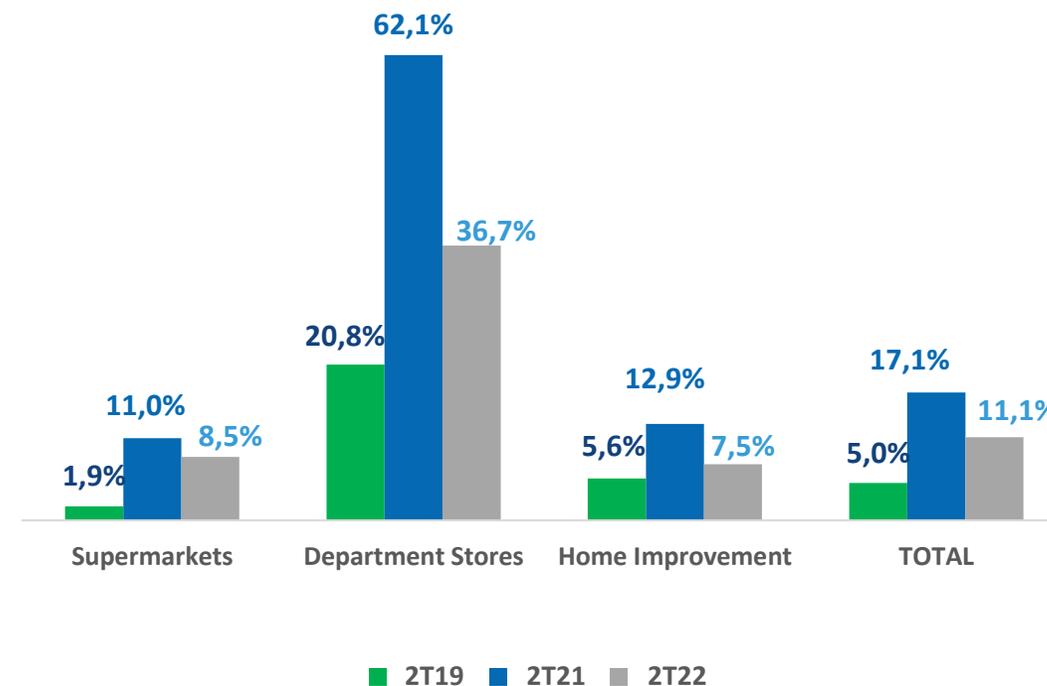


¹ #2 en el Nordeste / #4 en Rio de Janeiro.

Liderar e-grocery en Latam

Metas

- Apps en todas nuestras marcas;
- Consolidación del Marketplace;
- Ampliación de la capacidad logística y construcción de nuevos Dark Stores;
- Profundizar CRM y Analítica Avanzada;
- Nuevos áreas de negocio.



11,1%

Penetración Online
Consolidada
2T22

Ingresos Online: US\$ 402 MM

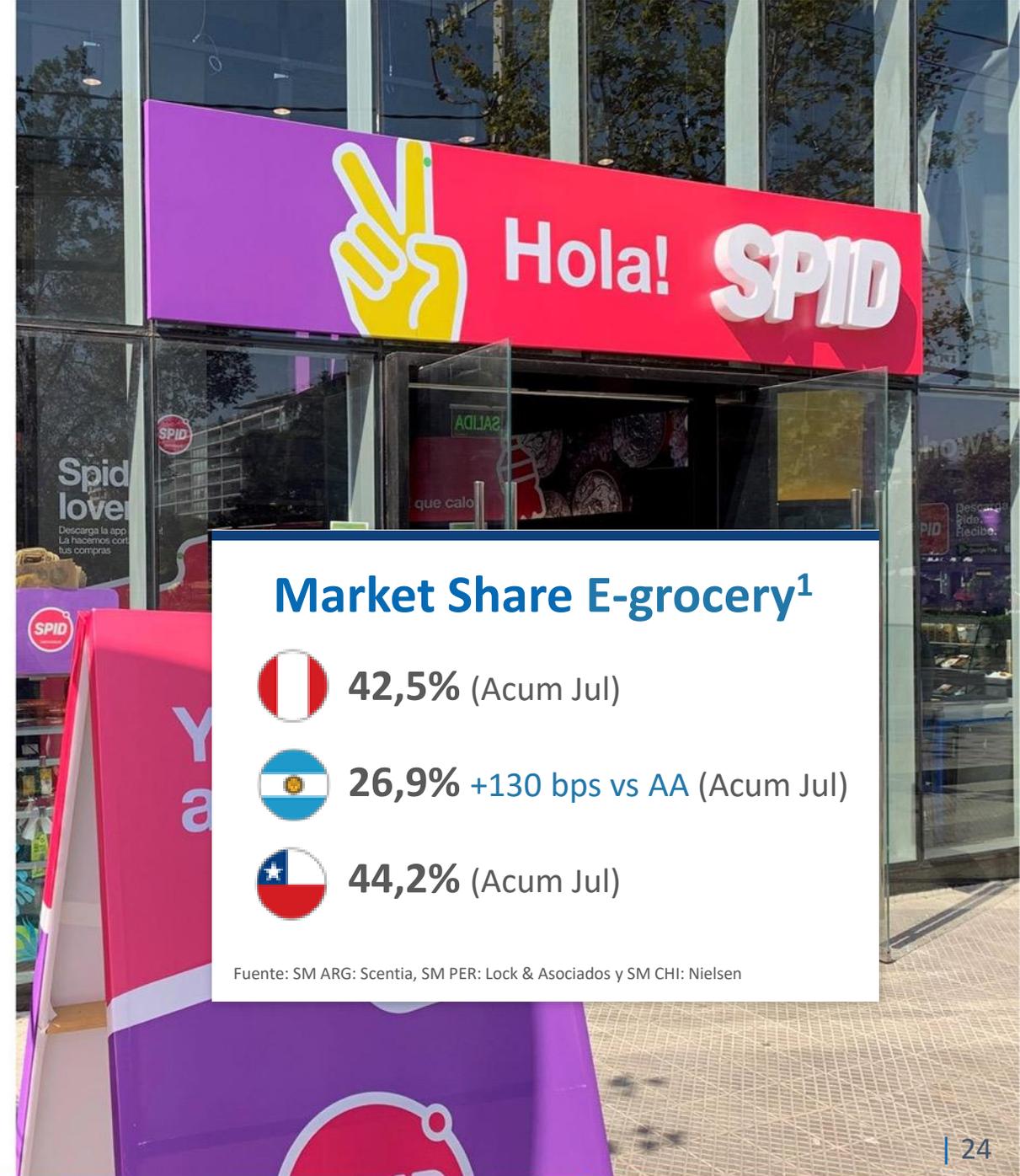
Tickets Online: 6 MM

(2T22)

Liderar e-grocery en Latam

Logros del *E-commerce*

- Lanzamiento de la App de Paris con entrega en 24 horas y en el mismo día (Same Day Delivery);
- Nueva App de Santa Isabel;
- Nueva App de Metro y Wong en Perú
- Nueva App de Spid (*Q-commerce*)



TOP 3 Marketplace - Chile



+24%
Marketplace
(vs 1Q22)



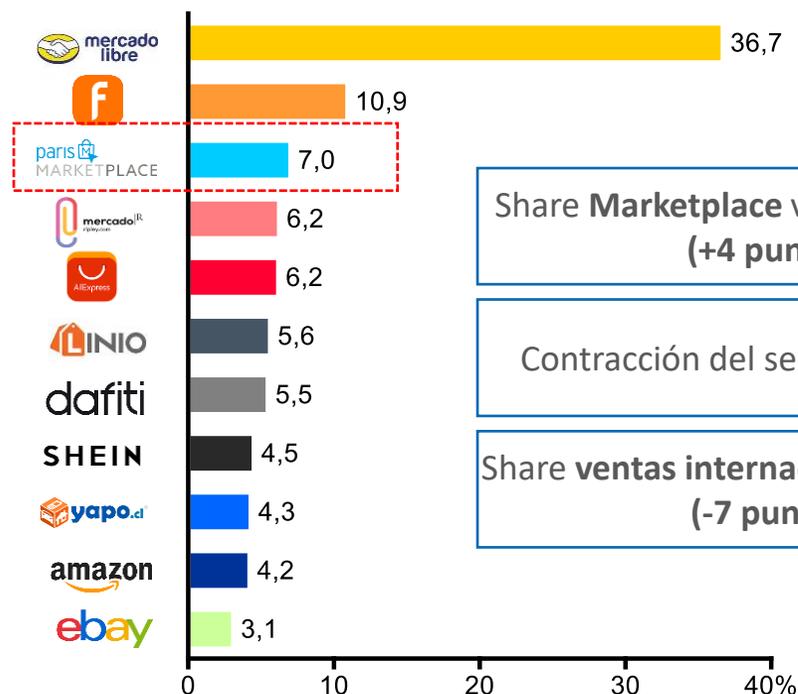
TOP 3 Marketplace

Marketplace de Paris.cl ha alcanzado la **tercera posición** en el mercado chileno gracias a un crecimiento de 24% en ventas, frente al primer trimestre de 2022¹.



Ranking Marketplace 2022

% a partir del total de GMV



Share Marketplace vs ventas online: **25%**
(+4 puntos a/a)

Contracción del sector online de 9,4%

Share **ventas internacionales** vs online: **9%**
(-7 puntos a/a)

¹ Según un informe de Kawésqar Lab.

Cencosud

Pilares Estratégicos



01

**FORTALECIMIENTO
FINANCIERO**

02

**OPORTUNIDADES
DE EXPANSIÓN
ORGANICA &
INORGANICA**

03

**INNOVACIÓN Y
NUEVAS
TENDENCIAS**

Innovación y nuevas tendencias

Análisis de Big Data

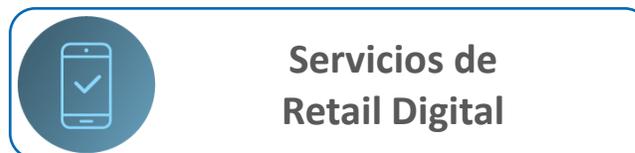
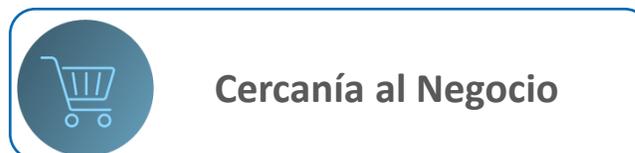
- Creación del **modelo de Suscripción Jumbo Prime**:
 - ✓ A la fecha, alcanza más de 65.000 suscriptores en Chile;
 - ✓ Lanzado este trimestre en Colombia;
 - ✓ A ser lanzado en Argentina y Perú durante 2022.
- Iniciativas que **mejoran la experiencia del cliente** a partir de recomendaciones personalizadas;
- **Predicción temprana de quiebra de stock** para mejorar la experiencia digital;
- **Proyectos de Optimización de Precios** para la gestión de inventarios y promoción de divisiones comerciales;
- **Proyectos de Eficiencia Operacional** basados en algoritmos de analítica avanzada, y
- **Cencosud Media**: que nos permite maximizar nuestra inversión publicitaria en las diferentes divisiones de Cencosud en toda la región.



El impacto del Global Business Service

Global Business Service

- Automatización de procesos a través de RPA en todas las áreas;
- Mayor eficiencia y productividad en todos los procesos -ampliación del ámbito de trabajo;
- Proyecto de identificación de oportunidades;
- Migración de actividades, fortaleciendo y optimizando diferentes dinámicas y tareas;
- Estimación de ahorros de US\$ 7,1 millones por año.



Ecosistema Digital de Cencosud

App's



Nueva App Santa Isabel
 Nueva App's Metro/Wong
 App "Mi Mall" y App "Mi Local"
 Jumbo Prime
 Nueva App Paris.cl
 App's en todas las marcas de Brasil

Marketplace



Nueva logística de *fulfillment* con los *Sellers* (el peso de hoy es del 4,5% de las ventas, se espera llegar al 7%).
 Nuevos canales de venta con factura y quiosco en tienda.
 Reducción de días de pago a *Sellers*.

E-commerce



E-Commerce Santa Isabel
E-Commerce Brasil
 Cenccommerce *BackOffice*

Página Web



Nueva Página Web de Easy-Vtex

SPID



Nueva App SPID
 Nuevo formato de conveniencia

Home Delivery



"*Same day delivery*" Paris.cl.
 Unificación *On-Demand* de Jumbo, Easy y Paris.
 Zubale como piloto de Home Delivery.

Servicio Post-venta



120 Nuevos Puntos de Devolución en (Jumbo, SISA y Easy) para clientes Paris y Marketplace.
 Canal de Postventa de Autoservicio en Easy (Fase 1).

Pick Up en tienda



Nuevos 70 puntos Pick-Up en SM.
 Robot Cleveron en París ALC.
 Nuevo Piloto de rápido Pick Up en Easy.

Nuevas Unidades de Negocio



Cencosud Media
 Cencosud Ventures
 CencoX

Agenda

01

Sobre Cencosud

02

Pilares Estrategicos

03

Resultados
Trimestrales

04

Sostenibilidad



03

Resultados Trimestrales



Destacados del trimestre, por país



CHILE

Ganancias de Market Share

En Supermercados, principalmente Santa Isabel

Crecimiento Venta Empresa

Easy crece por encima del mercado con ingresos que aumentan más del 30%

TOP 3 Marketplace

Creciendo 24% vs 1T22



ARGENTINA

Market Share Supermercados

Supermercado Vea crece en ventas y participación, pese al cierre de 6 tiendas

Normalización Shopping

Recuperación del negocio tanto en ventas como en ocupación

Rentabilidad MdH

Optimización de tiendas, centrándonos en tiendas Retail de alrededor de 3.500 m²



BRASIL

Adquisición GIGA

El formato C&C alcanza el ~30% de los ingresos con la incorporación de Giga

Cash&Carry

Foco en el formato que ya cuenta con 48 tiendas, a julio de 2022

Canal Online

Desarrollo en mejoras tecnológicas, back-office y eficiencias

Destacados del trimestre, por país



PERÚ

Cash&Carry

Las ventas aumentaron un 26% con una mayor rentabilidad

Canal Online

Líder en *e-grocery* a través de un servicio de calidad y diferenciador

Ganancia Market Share

Ganó 70 pb de participación a/a principalmente en Metro



COLOMBIA

Jumbo Prime

Una oferta diferenciada que complementa el canal online

Cencosud Media

Ampliado a Colombia para un contacto más personal con los clientes

E-Commerce Robusto

Crecimiento online +40% (en CLP), por encima del resto de la región



Resultados del 2T saludables y resilientes



+22%
Ingresos

Como consecuencia del buen desempeño en todos los países de la región, se destaca la **ganancia de participación de mercado** de Supermercados y la **recuperación de Centros Comerciales**.



Mg EBITDA Ajust. 10,1%

Se mantiene en doble dígito debido a **medidas de eficiencia**, uso de **analítica avanzada** y **rentabilidad de m²**.



11,1%
Penetración
Online

Penetración de doble dígito impulsada por el desarrollo de mejoras implementadas para los clientes.

Utilidad Neta: US\$ 65 MM

Pérdida de CLP 21.723 millones en revalorización de propiedades de inversión, además de un Resultado No Operacional comprimido por variaciones de tipo de cambio y unidades de reajuste.

Agenda

01

Sobre Cencosud

02

Pilares Estrategicos

03

Resultados
Trimestrales

04

Sostenibilidad





Hitos y Avances en Sostenibilidad¹



Gobierno Corporativo

1^{er} lugar Marcas Corporativas

Cencosud logra el **primer lugar** en la categoría marcas corporativas, en el estudio de marcas ciudadanas de Cadem. **Jumbo** logra el puesto número **16** y **Santa Isabel** el puesto **38**.



Producto

Lanzamiento 'Es Local'

Iniciativa de Paris que reúne pequeñas empresas locales de moda, belleza, deco hogar y accesorios, que **fomentan la producción responsable**, con el objetivo de **promover su desarrollo** y ampliar la oferta de productos a los clientes.



Paris gana premio GDSS, World's Best Sustainability

En la cumbre global de Tiendas por Departamento, la campaña del programa Juguete x Juguete de Paris fue premiada con distinción a la **mejor iniciativa de Sostenibilidad del mundo**.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro Newsletter de Sostenibilidad en nuestra página web.



Hitos y Avances en Sostenibilidad¹



Producto

Ranking PXI -Praxis Xperience Index

Jumbo fue destacado, entre 120 marcas, por su **servicio y calidad a los consumidores**, tanto en tiendas físicas como de forma online.



Planeta

Programa Rescate de Alimentos

Durante 2022, este programa ha donado **más de 550 toneladas** de comida a más de **4.800 entidades beneficiadas**.

Energía de paneles solares en Brasil

Bretas, ha utilizado **más de 3.000 MWh** de electricidad de **fuentes 100% renovables**.



Alianza con WWF

Cencosud Colombia sella alianza con el Fondo Mundial para la Naturaleza, el cual busca promover un estilo de vida sostenible para los colaboradores.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro Newsletter de Sostenibilidad en nuestra página web.



Hitos y Avances en Sostenibilidad¹



Personas



Disco impulsa la 6^{ta} edición del programa 'Mujeres Transformadoras'

El programa ha tenido un alcance de **480 capacitaciones** durante 2021. Este año ha sumado ya **200 capacitaciones** virtuales.

1^{er} lugar Merco Talento

Cencosud Perú fue premiado como el **mejor lugar para trabajar**, del sector autoservicios, de acuerdo al **Ranking Merco Talento 2022**.

Categoría A en Radiografía Pride Connection

Por 4^{to} año consecutivo Paris es **categoría A** en la Radiografía Pride Connection, alcanzando la **calificación máxima** otorgada por este reconocimiento.

Mujer Construye 2022

Easy Chile recibe reconocimiento premio '**Mujer Construye 2022**' de la CChC, en el marco de la alianza que mantiene con el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género para apoyar a mujeres sobrevivientes de violencia.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro Newsletter de Sostenibilidad en nuestra página web.

