



—  
Año  
20  
22

# Presentación NDRS

Brasil Agosto 2022



# Agenda

---



---

**01**

Sobre Cencosud

---

**02**

Pilares Estratégicos

---

**03**

Destacados 2T

---

**04**

Resultados Trimestre

---

**05**

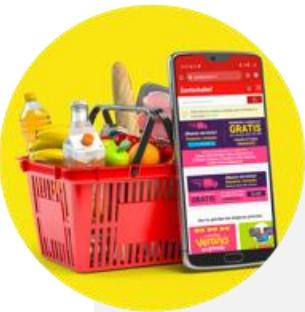
Sostenibilidad

# 01

## Sobre Cencosud



# Cencosud en Resumen



## Descripción de la Empresa

**+55**

Años de Historia

**3,3 MM m<sup>2</sup>**

Sala de Ventas

**67**

Centros Comerciales

IPO 2004

**US\$ 3,6 bn**

Market Cap Cencosud<sup>2</sup>

Free Float: 45.0%

**1.271**

Tiendas Retail

**+100 M**

Colaboradores<sup>1</sup>

**2.313 M m<sup>2</sup>**

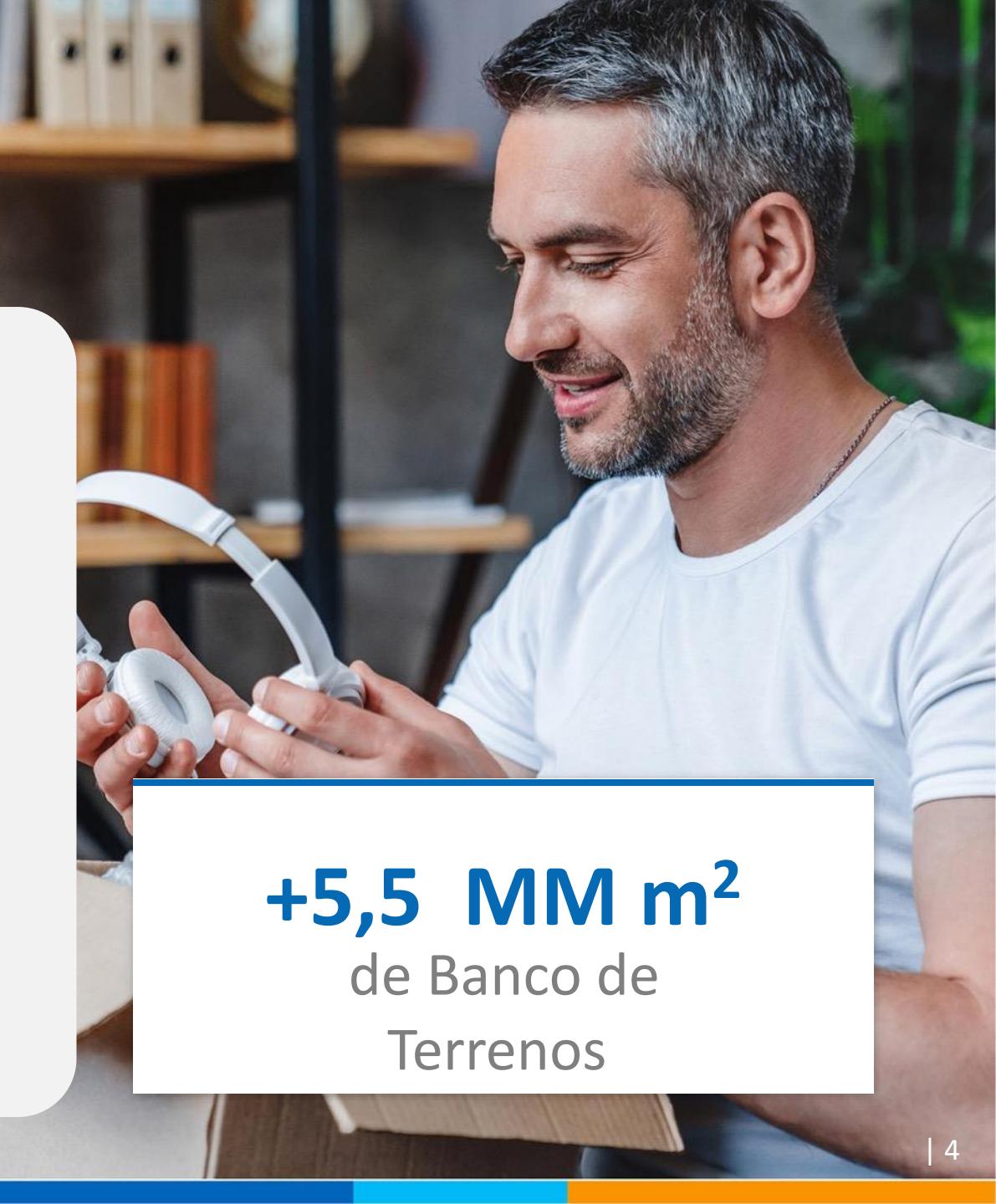
GLA arrendado a Locatarios

IPO 2019

**US\$ 1,5 bn**

Market Cap CencoShopp<sup>2</sup>

Free Float: 27,7%

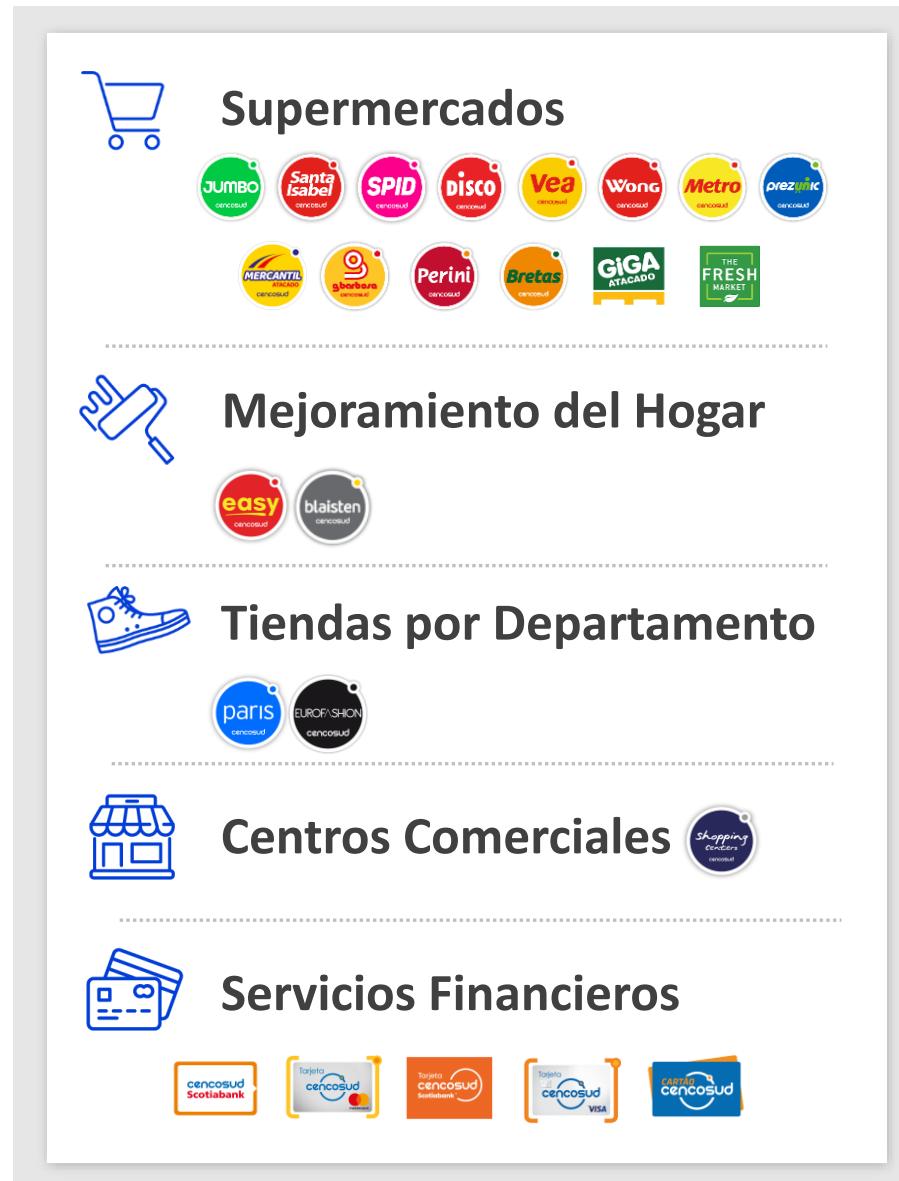


**+5,5 MM m<sup>2</sup>**  
de Banco de  
Terrenos

<sup>1</sup> Dotación Equivalente (FTE): Total de Colaboradores llevados a Jornada Completa.

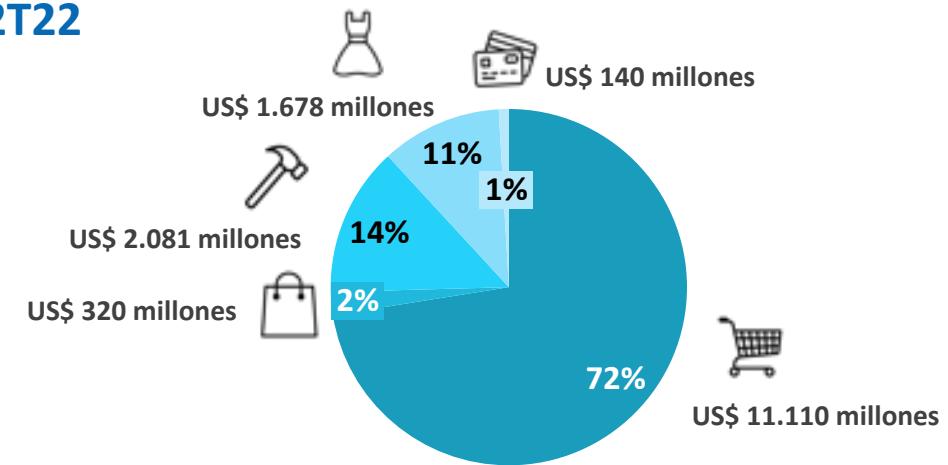
<sup>2</sup> Al 30 de junio de 2022

# Uno de los Retailers más diversificados de Sudamérica



## Ingresos LTM 2T22

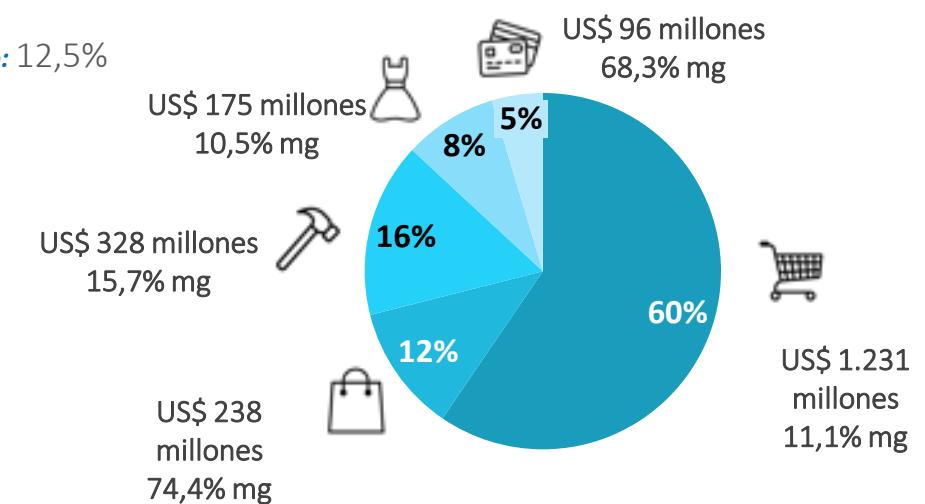
US\$15,3 billones



## EBITDA Ajustado LTM 2T22<sup>1</sup>

US\$1,91 billones

*Margen EBITDA Ajustado:* 12,5%



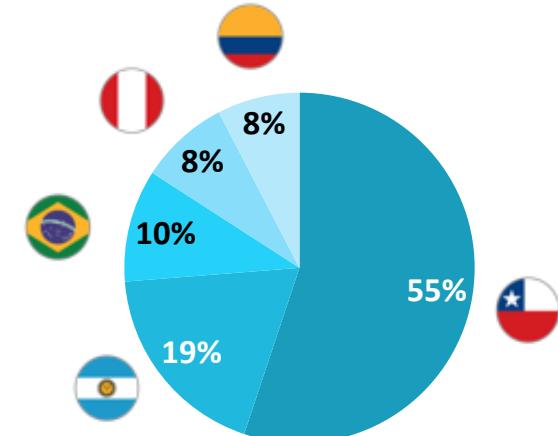
# Uno de los Retailers más diversificados de Sudamérica



5 Países en los que opera  
**Posicionamiento líder** en la industria de retail en la región  
Oficina comercial en Shanghái

## Ingresos LTM 2T22

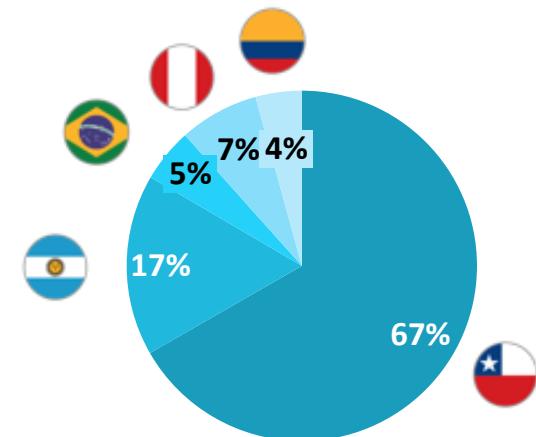
US\$15,3 billones



## EBITDA Ajustado LTM 2T22<sup>1</sup>

US\$1,91 billones

*Margen EBITDA Ajustado:* 12,5%



# Estrategia de Diferenciación



## Servicio inigualable de atención al cliente

- 6 marcas sobre 75% en CSI
- 76% de los colaboradores recibe capacitación en servicio y calidad
- Formación anual obligatoria en ética



## Mayor surtido en Latam

- Más de 35.000 SKU

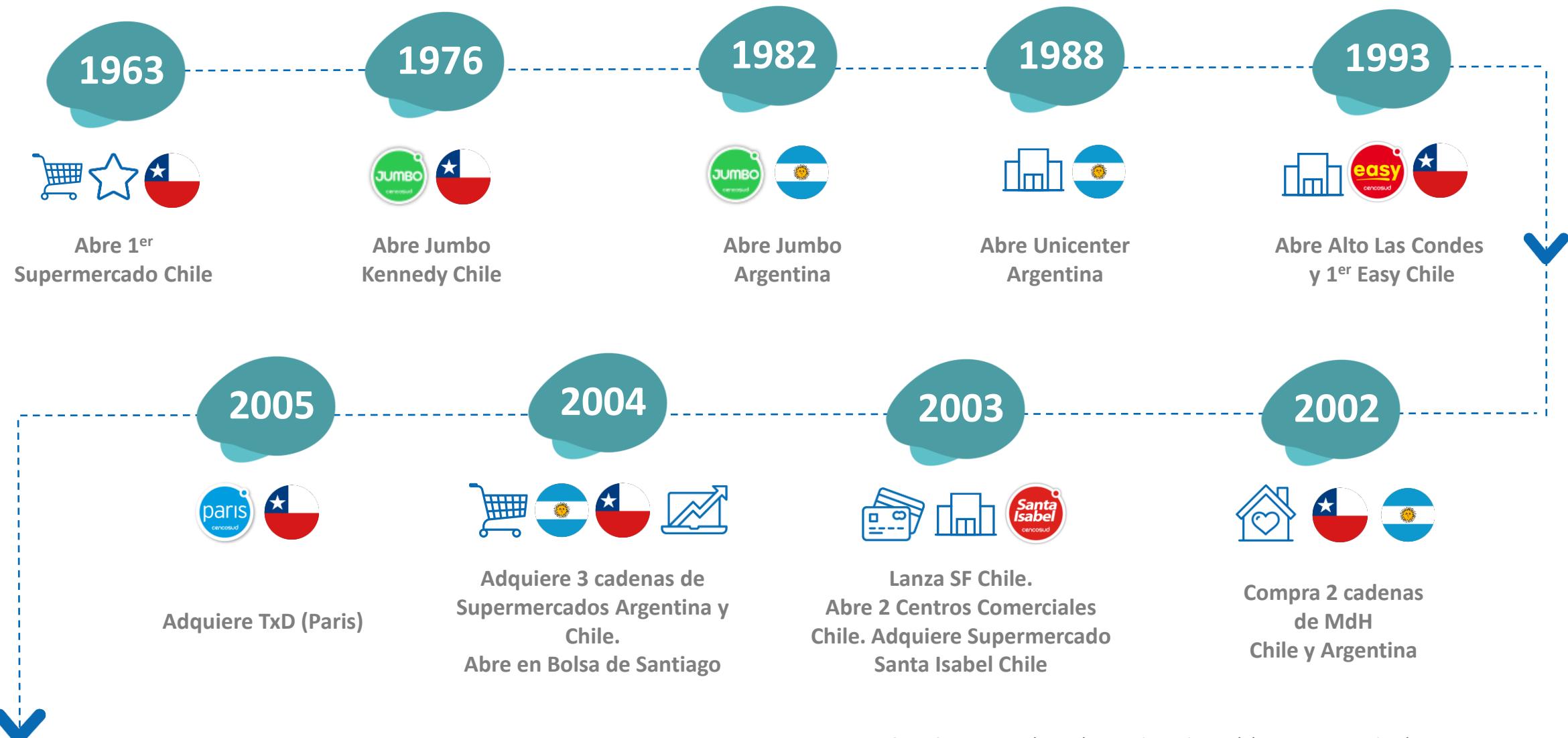


## Mejor Calidad Disponible

- Sellos de calidad
- Doble garantía – devolución 2x el valor 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 incluyente 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

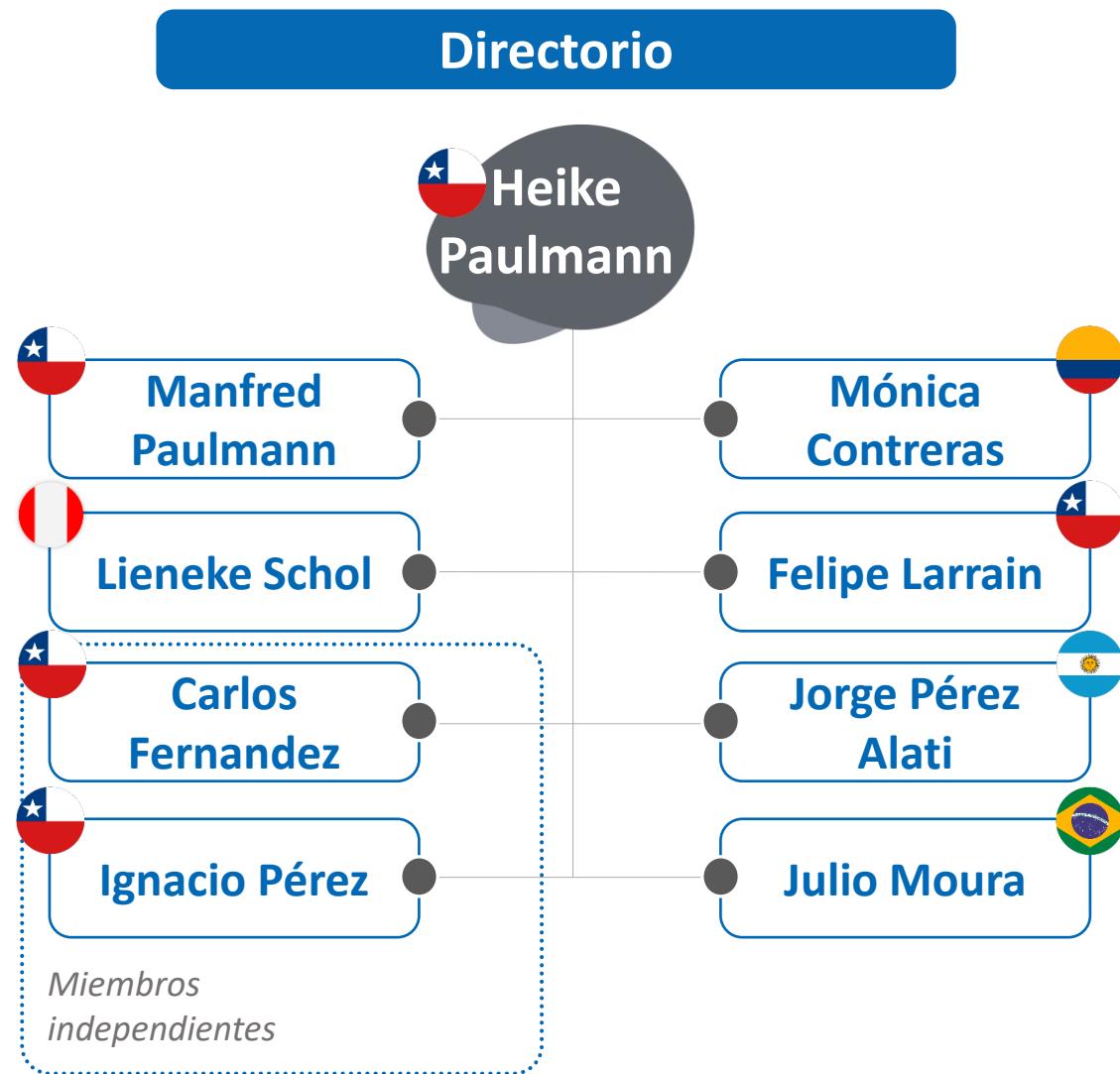
# Historial de adquisiciones que generan sinergias



# Historial de adquisiciones que generan sinergias



# Directorio con gran experiencia y diversidad



- Directorio electo el 22 de abril de 2022
- Dos miembros corresponden a la Familia Controladora
- Reconocido por ser un Directorio diverso, con todas las nacionalidades, donde Cencosud opera, representadas y la participación de mujeres por sobre el promedio de Chile<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Promedio en Chile: 14% en 2021 versus 33% de Cencosud según Diario DF.

# Equipo de dirección experimentado

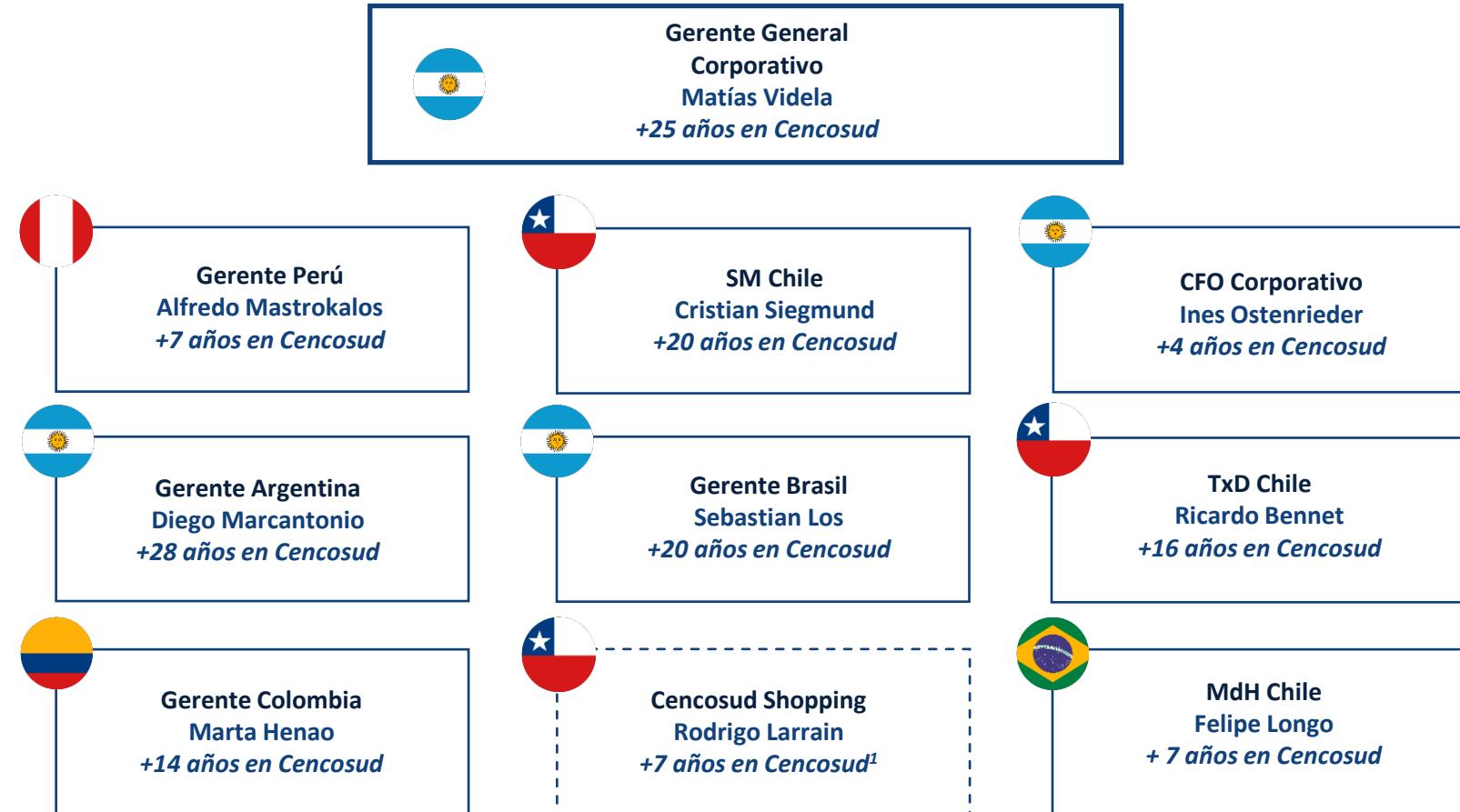


## Estructura organizacional por país con el objetivo de:

- Generar sinergias entre unidades de negocios;
- Agilizar la toma de decisiones; y
- Generar beneficios de la mano del conocimiento local.



## Estructura Organizacional



Las banderas representan las nacionalidades de los ejecutivos.

<sup>1</sup> 6 años en Cencosud hasta 2018 y se reincorpora en 2021 como CEO de Cencosud Shopping (subsidiaria de Cencosud).

# Agenda

---



---

**01**

Sobre Cencosud

---

**02**

Pilares Estratégicos

---

**03**

Destacados 2T

---

**04**

Resultados Trimestre

---

**05**

Sostenibilidad

# 02

## Pilares Estratégicos



# Pilares Estratégicos

## Cencosud

---

**01**

CRECIMIENTO EN LA REGIÓN  
PRINCIPALMENTE CON  
EXPANSIÓN ORGÁNICA Y  
M&A

**02**

OPTIMIZACIÓN Y  
RENTABILIDAD

**03**

INNOVACIONES Y  
NUEVAS TENDENCIAS



# Pilares Estratégicos – Expansión Orgánica y M&A

## Guidance 2022

- Apertura de más de 37 tiendas en 2022
- Nuevo Centro Comercial en Perú, ampliación de 2 Centros Comerciales en Colombia y la suma de +40.000 m<sup>2</sup> de GLA en Chile
- Plan de remodelación del 100% de las tiendas (hasta 2023), estimando alcanzar un 67% de cumplimiento al 2022

## Expansión Orgánica a Junio 2022

Capex del Semestre		
6M22	Tiendas	m <sup>2</sup>
Aperturas	23	12.818
Cierres <sup>1</sup>	8	8.190
Transformaciones	7	15.562
Remodelaciones	35	N.A.

<sup>1</sup> Incluye 7 tiendas Supermercado y 2 tiendas en la categoría Otros



# Adquisiciones premium impulsan el crecimiento

## *The Fresh Market, USA*

### Transacción

- Adquisición del 67% financiada con caja propia y deuda bancaria a 12 meses (US\$300 millones)
- Se estima agregar ~US\$600 millones a los pasivos bancarios de Cencosud, además de los nuevos pasivos por arrendamiento
- Apalancamiento bruto de la Compañía aumentará a ~3x
- Fecha de consolidación: 5 de julio de 2022

### The Fresh Market en Cencosud

- Supermercado premium con enfoque en productos frescos de alta calidad y una experiencia de compra diferenciadora
- 160 tiendas en 22 estados y más de 10.000 empleados
- Sinergias comerciales -a través del acceso a nuevos proveedores y mejores acuerdos- y sinergias operativas, como programas de fidelización, marketing, analítica avanzada, tecnología y procesos e-commerce.



# 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

- 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 ventas en el formato Cash&Carry, en Brasil



# Pilares Estratégicos – Optimización y Rentabilidad

---

## Metas de Corto Plazo

- Cadena de suministro: fusión en 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 desde Supermercado a Cash & Carry;
- Optimización del negocio de Supermercados con la incorporación de tiendas de Mejoramiento del Hogar, en Colombia y Argentina;
- Desarrollo del formato SPID en toda la región.



# Pilares Estratégicos – Innovaciones y Nuevas Tendencias

---

## Metas / Objetivos

- Apps en todas nuestras banderas;
- Consolidación del Marketplace;
- Ampliación de capacidades logísticas y construcción de nuevos Dark Stores;
- Profundización en CRM y Analítica Avanzada;
- Nuevos canales de negocio.

**11,1%**

Penetración Online  
Consolidada 2T22

## Logros del *E-commerce*

- Lanzamiento de la App de Paris con entrega en 24 horas y en el mismo día;
- Nueva App Santa Isabel;
- Nueva App Metro y Wong en Peru; y
- Nueva App Spid (Q-commerce).

**US\$ 402**

millones

Ventas Online

**6 millones**

Tickets Online  
(2T22)

# Pilares Estratégicos –Innovaciones y Nuevas Tendencias

---

## Análisis de Big Data

- Creación del **modelo de Suscripción ‘Jumbo Prime’**, que a la fecha supera los 65.000 suscriptores, y será lanzado en Argentina, Perú y Colombia durante 2022;
- Iniciativas que **mejoran la experiencia del cliente** a partir de recomendaciones personalizadas;
- **Predicción temprana de desabastecimiento de inventario** 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.

## Centro de Servicios Global

- 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, potenciando y optimizando diferentes dinámicas y tareas;
- Estimación de ahorros de US\$ 7,1 millones por año.



# Agenda

---



---

**01**

Sobre Cencosud

---

**02**

Pilares Estratégicos

---

**03**

Destacados 2T

---

**04**

Resultados Trimestre

---

**05**

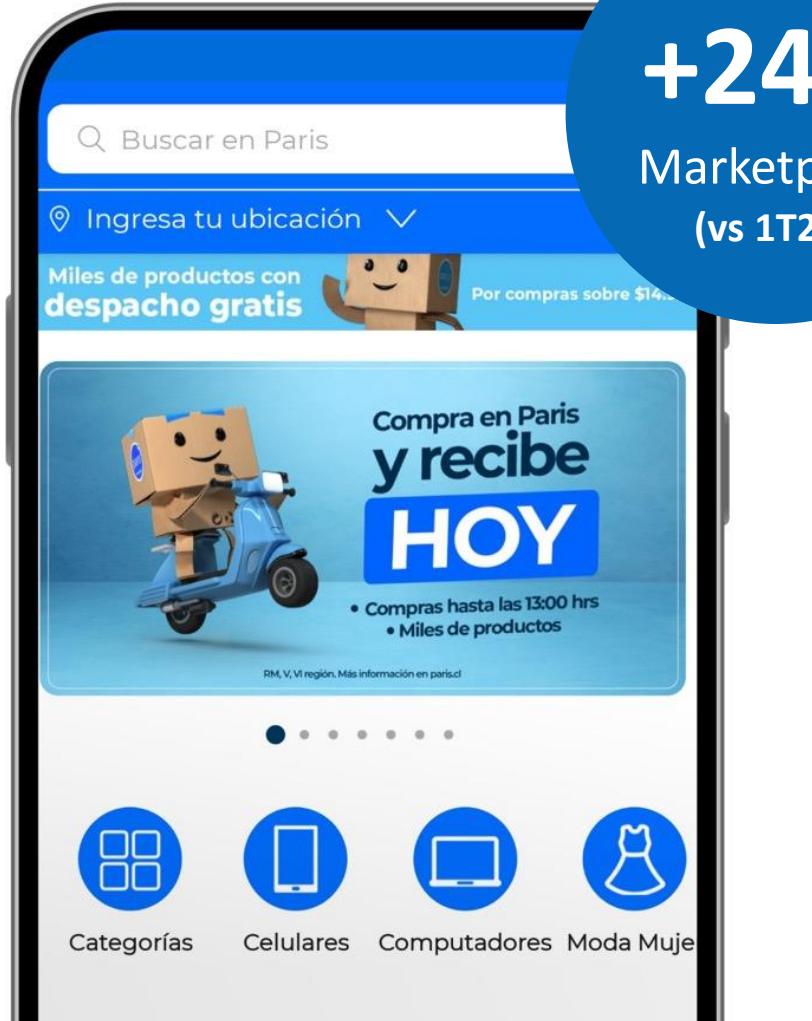
Sostenibilidad

# 03

## Destacados 2T



# Hitos y aspectos destacados del 2T22



## Actualización de calificación de deuda por parte de Fitch a 'BBB'

Fitch Ratings elevó la calificación de Cencosud a '**BBB**' de '**BBB-**' con **Perspectiva Estable**. Esto implica alcanzar un nivel de grado de inversión **nunca antes obtenido por Cencosud**.

Según el informe de la Clasificadora, esta mejora refleja la sólida posición de mercado de Cencosud, destacando:

*"Presencia geográfica diversificada en Latinoamérica y Estados Unidos;*

*Cuenta con operaciones en múltiples segmentos de negocios resilientes, como Supermercados y Mejoramiento del Hogar;*

*Una sólida generación de flujo de caja y adecuada estructura de capital."*



## TOP 3 Marketplace

El Marketplace de Paris.cl alcanza el tercer lugar en el mercado chileno gracias a un aumento 24% en las ventas<sup>1</sup> vs el trimestre anterior.

<sup>1</sup> Según un informe de Kawésqar Lab.

# Destacados del 2T22 por país



## CHILE

### Ganancia de Participación de mercado

En Supermercados, especialmente Santa Isabel

### Crecimiento en Ventas Empresa

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

### TOP 3 Marketplace

Creciendo 24% vs 1T22



## ARGENTINA

### Participación de mercado SM

Vea crece en ventas y en participación de mercado, a pesar del cierre de 6 tiendas

### Normalización de Centros Comerciales

Recuperación del negocio tanto en ventas como en ocupación

### Rentabilidad de MdH

Optimización de tiendas, centrándonos en tiendas Retail de alrededor de 3.500 m<sup>2</sup>



## BRASIL

### Adquisición de 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 2T22 por país



## PERU

### Cash&Carry

Ventas aumentaron un 26% con una mayor rentabilidad

### Canal Online

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

### Ganancia de Participación de mercado

Ganancia de 70 bps 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



# Agenda

---



---

**01**

Sobre Cencosud

---

**02**

Pilares Estratégicos

---

**03**

Destacados 2T

---

**04**

Resultados Trimestre

---

**05**

Sostenibilidad

# 04

## Resultados del Trimestre



# Crecimiento impulsado por la resiliencia de los supermercados en la región



Consecuencia del buen desempeño en todos los países de la región, destacándose **la ganancia de participación de mercado** de los supermercados y **la recuperación de los Centros Comerciales**.



**Margen EBITDA Ajustado 10,1%**

Se mantiene en doble dígito por **medidas de eficiencia**, uso de **analítica avanzada** y **rentabilidad de los m<sup>2</sup>**.



**Penetración de doble dígito** impulsada por el desarrollo de mejoras implementadas.

**Utilidad Neta: US\$ 65 millones**

Pérdida de CLP 21.723 millones en revalorización de propiedades de inversión, además de un Resultado No Operacional comprimido por variaciones de TC y UR.

TC = Tipo de Cambio

UR = Unidades de Reajuste

# Fortalecimiento de la Participación de Mercado Supermercados

Participación de Mercado Supermercados			
País	2T22	2T21	Var (Bps)
Chile	32,7%	31,1%	+160 bps
Argentina	16,1%	16,0%	+12 bps
Brasil	13,6%	13,6%	+4 bps
Peru	28,2%	27,4%	+72 bps
Colombia	8,5%	9,0%	-56 bps



## Chile

Principalmente Santa Isabel.

## Argentina

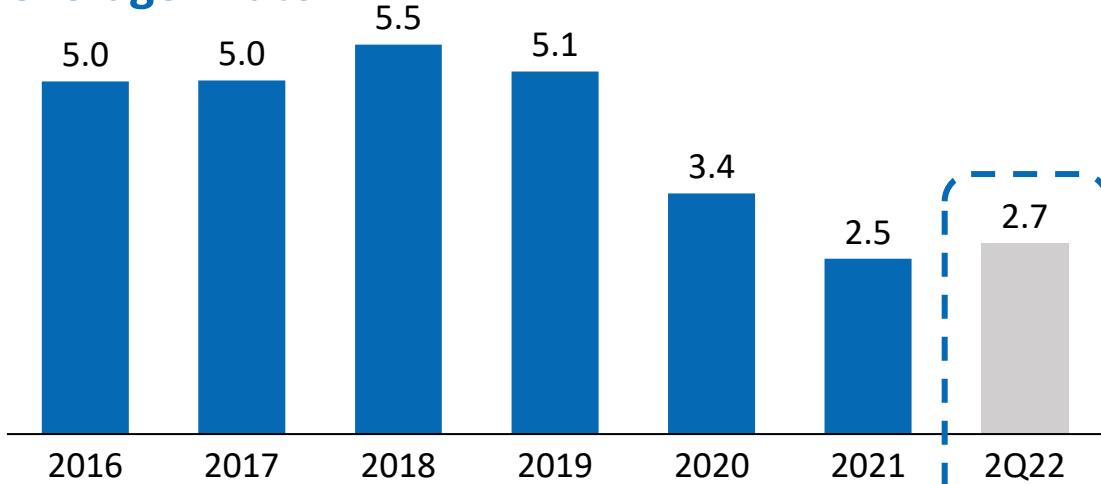
Supermercados Vea gana Participación de Mercado, a pesar del cierre de 6 tiendas durante el semestre.

## Peru

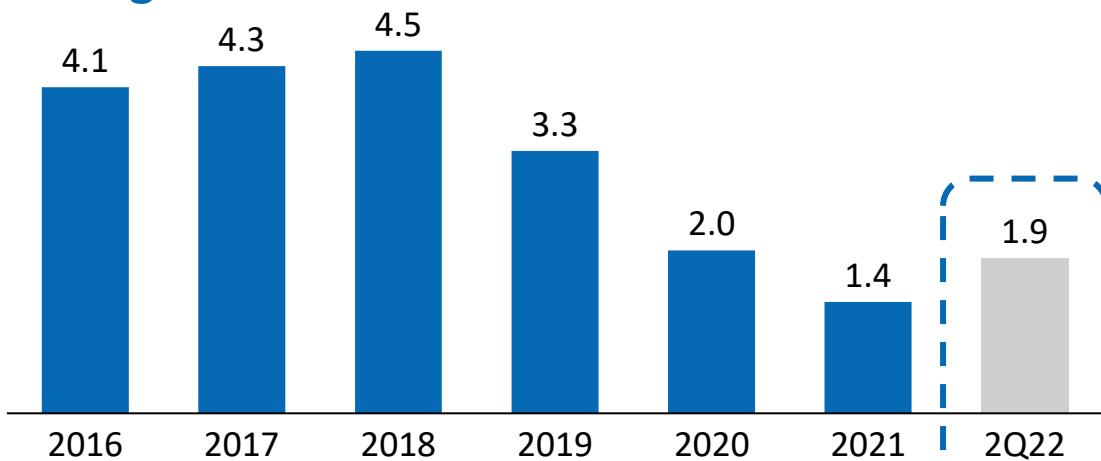
Impulsado principalmente por Metro reflejando la transformación de tiendas al formato Cash&Carry que generó mejores resultados.

# Cencosud fortalece su calificación de Riesgo

## Leverage Bruto<sup>1</sup>



## Leverage Neto<sup>2</sup>



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

Fitch Ratings

BBB (Outlook Stable)

Moody's

Baa3 (Outlook Positive)



**Menor nivel de endeudamiento** debido a la capacidad de autofinanciamiento basada en generación de caja.



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



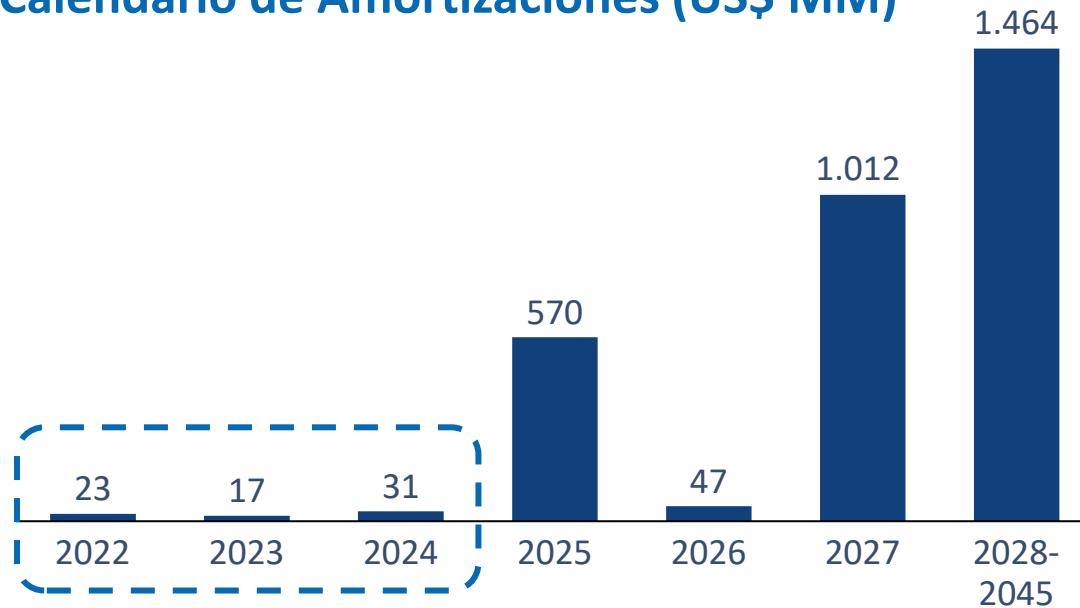
Posición de caja de **USD 1.193 millones** a junio de 2022.

<sup>1</sup> Apalancamiento Bruto: Deuda Financiera + Pasivos por Arrendamientos (corriente y no corriente) / EBITDA Ajustado LTM.

<sup>2</sup> Apalancamiento Neto: descuenta Caja y activos financieros corrientes a Deuda Bruta.

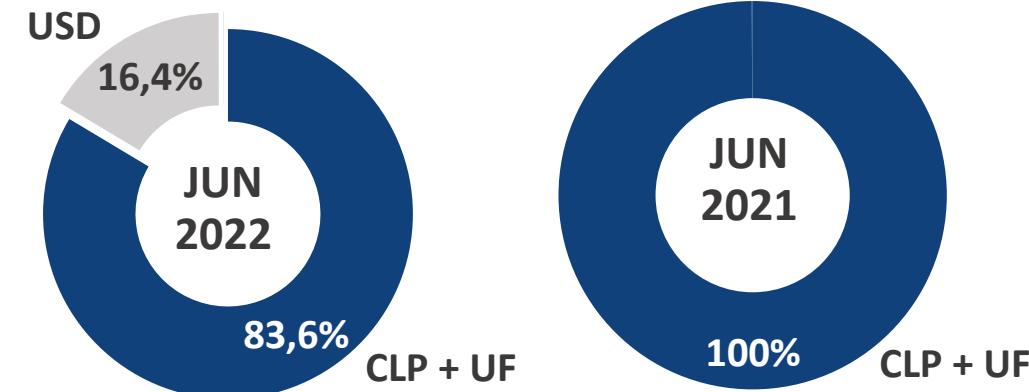
# Fuerte perfil de vencimientos con bajas amortizaciones hasta el 2025

## Calendario de Amortizaciones (US\$ MM)



Promedio de **US\$ 23,7 millones** en amortizaciones hasta 2025, manteniendo un **buen cronograma de pagos**.

## Deuda por moneda (post CCS)



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



Luego de la cobertura de derivados, la exposición en USD alcanzó el 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 tenían deuda.

# Agenda

---



---

**01**

Sobre Cencosud

---

**02**

Pilares Estratégicos

---

**03**

Destacados 2T

---

**04**

Resultados Trimestre

---

**05**

Sostenibilidad

# 05

## Sostenibilidad



# Hitos y Avances en Sostenibilidad<sup>1</sup>



## Gobierno Corporativo

### 1er lugar Marcas Corporativas

Cencosud logró el **primer lugar** en la categoría de marcas corporativas en el estudio de marcas ciudadanas de Cadem, mientras que **Jumbo** ocupó el puesto **16** y **Santa Isabel** el **38**.



## Producto

### Lanzamiento 'Es Local'

Iniciativa de Paris que reúne a pequeñas empresas locales de moda, belleza, deco-home y complementos que fomentan la **producción responsable**, con el **objetivo de impulsar su desarrollo y ampliar la oferta de productos** a nuestros clientes.



### Paris ganador del GDSS World's Best Sustainability

En la cumbre mundial de Grandes Almacenes, la **campaña del programa juguete x juguete** de Paris fue premiada como mejor iniciativa de Sostenibilidad a nivel mundial.

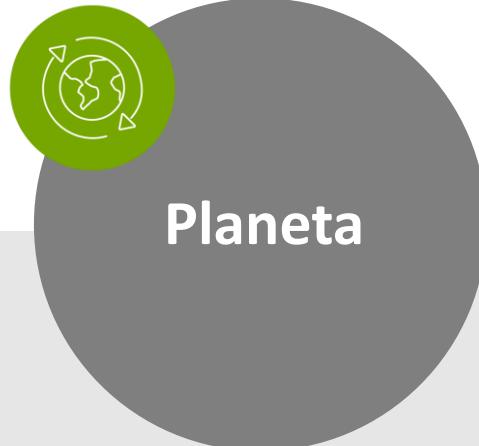
# Hitos y Avances en Sostenibilidad<sup>1</sup>



## Producto

### Clasificación del índice PXI-Praxis Xperience

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



## Planeta

### Programa de Rescate de Alimentos

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

### Energía solar en Brasil

Bretas ya ha consumido más de **3.000 MWh** de electricidad de fuente **100% renovable**.



### Alianza con WWF

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

# Hitos y Avances en Sostenibilidad<sup>1</sup>



## Disco lanza la 6<sup>a</sup> edición del programa 'Mujeres Transformadoras'

El programa, que ha completado **480 capacitaciones** en el pasado, agregó **200 capacitaciones virtuales** durante 2022.

**1er lugar Merco Talento**  
Cencosud Perú fue reconocido como el **mejor lugar para trabajar** en el sector de autoservicios según el **Ranking Merco Talento 2022**.



## Categoría A en “Radiografía Interna Pride Connection”

Por 4º año consecutivo, **Paris se sitúa en la categoría A**, alcanzando la máxima calificación que otorga este reconocimiento.

## Mujer Construye 2022

Easy Chile recibe el reconocimiento “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 intrafamiliar.

