

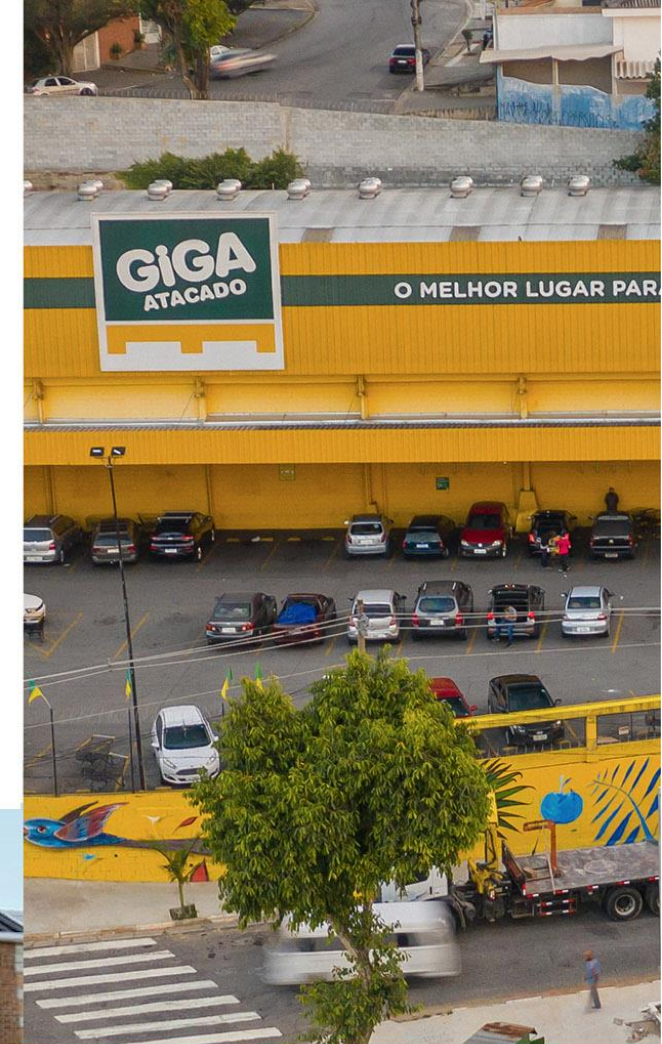


Año

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

1.271

Tiendas Retail

3,3 MM m²

Sala de Ventas

+100 M

Colaboradores¹

67

Centros Comerciales

2.313 M m²

GLA arrendado a Locatarios

IPO 2004

US\$ 3,6 bn

Market Cap Cencosud²

Free Float: 45.0%

IPO 2019

US\$ 1,5 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 30 de junio de 2022

Uno de los Retailers más diversificados de Sudamérica



Supermercados



Mejoramiento del Hogar



Tiendas por Departamento



Centros Comerciales

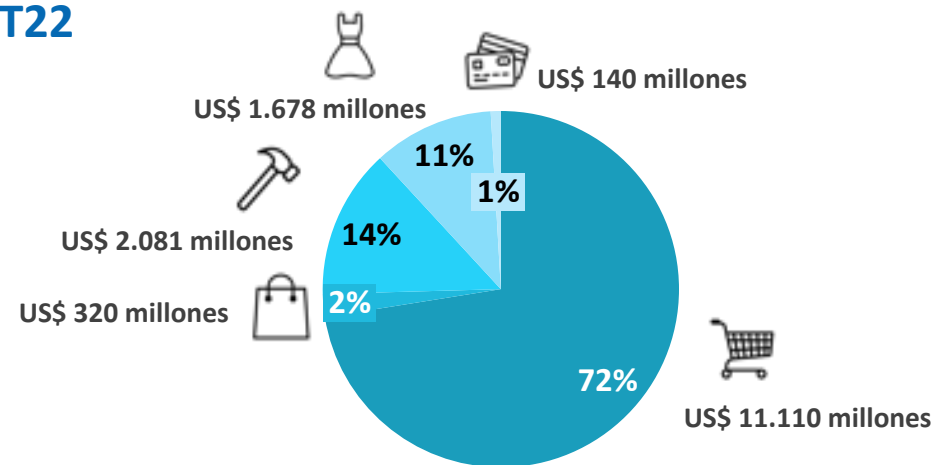


Servicios Financieros



Ingresos LTM 2T22

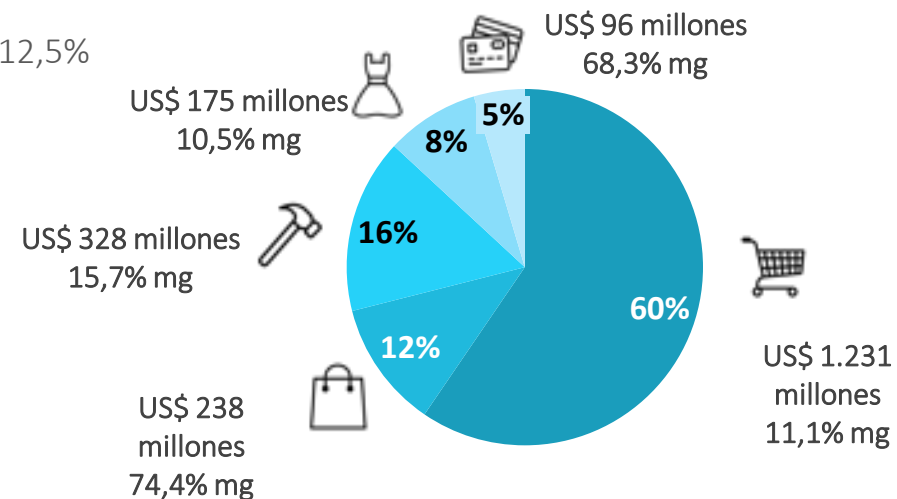
US\$15,3 billones



EBITDA Ajustado LTM 2T22¹

US\$1,91 billones

Margen EBITDA Ajustado: 12,5%



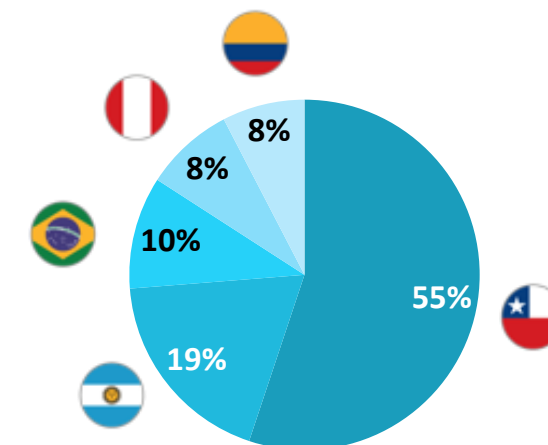
Uno de los Retailers más diversificados de Sudamérica



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

Ingresos LTM 2T22

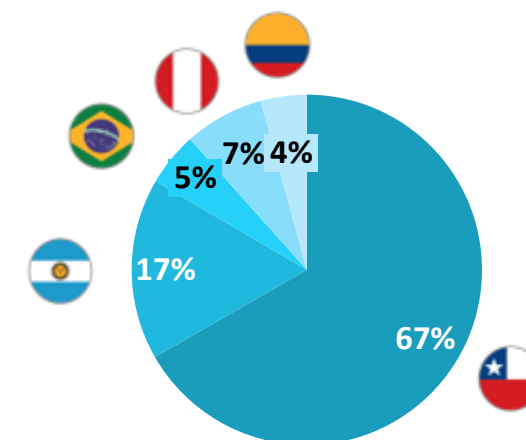
US\$15,3 billones



EBITDA Ajustado LTM 2T22¹

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

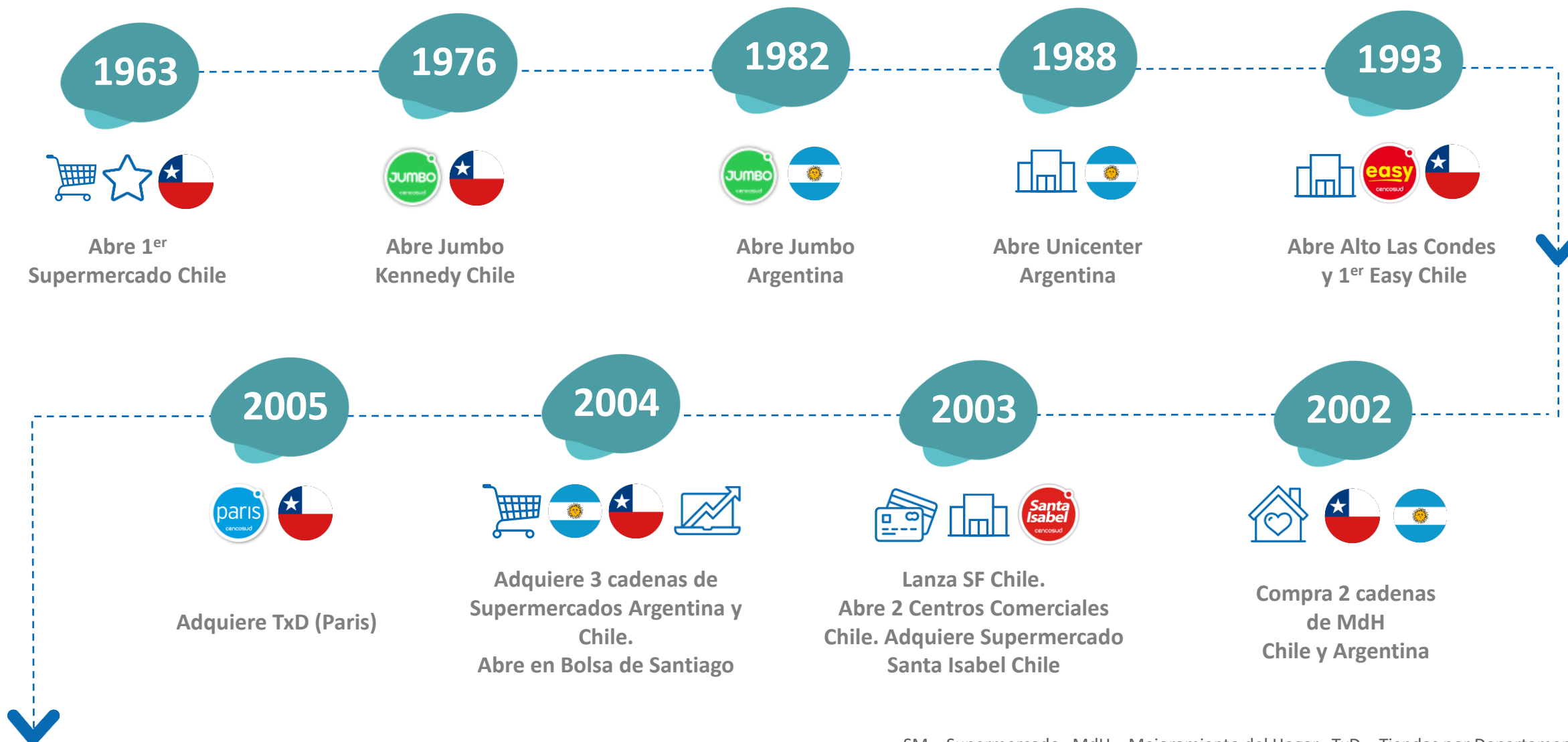


Mejor Calidad Disponible

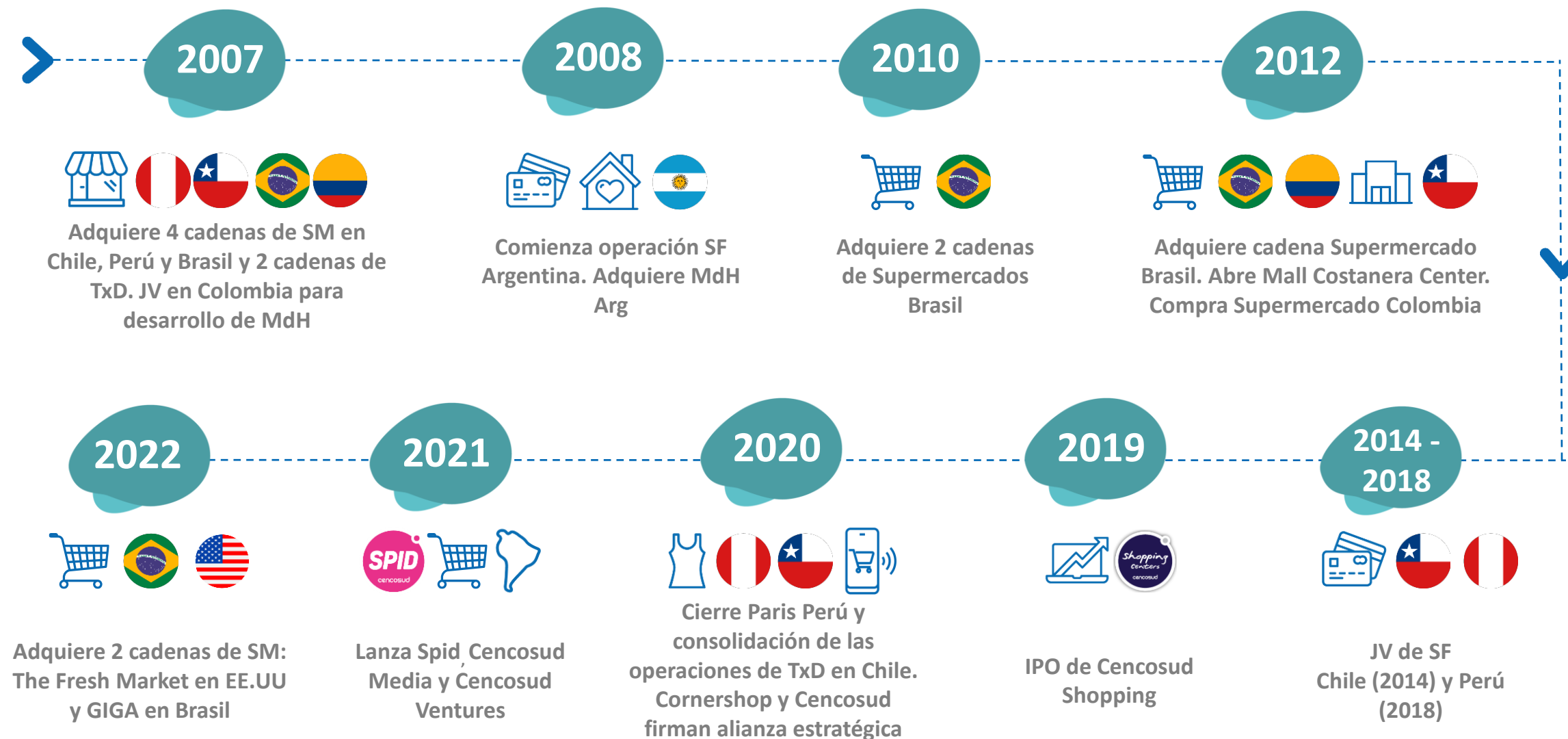
- Sellos de calidad
- Doble garantía – devolución 2x el valor si la calidad no es satisfactoria

- 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

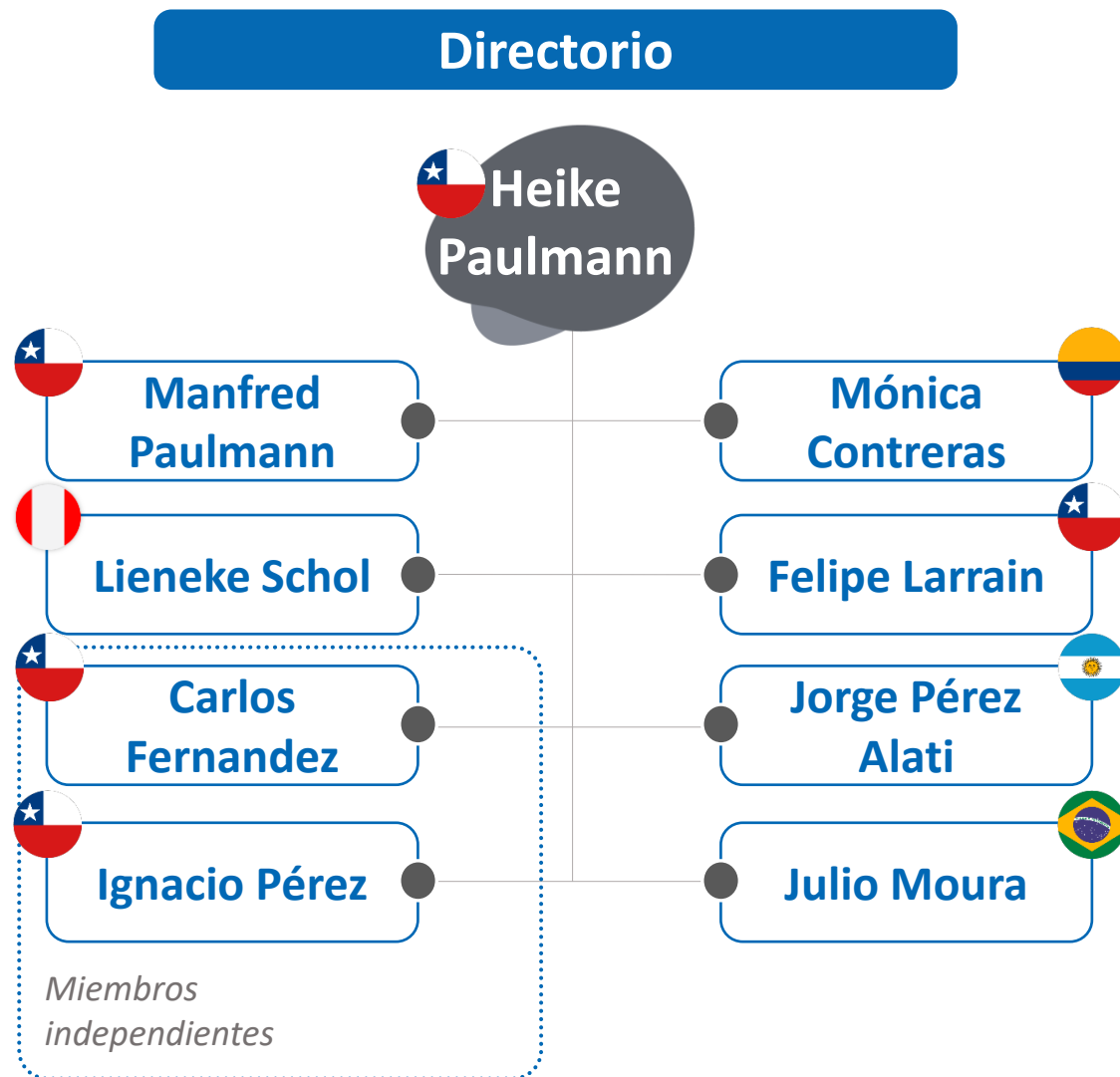
Historial de adquisiciones que generan sinergias



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 Chile¹

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

Equipo de dirección experimentado

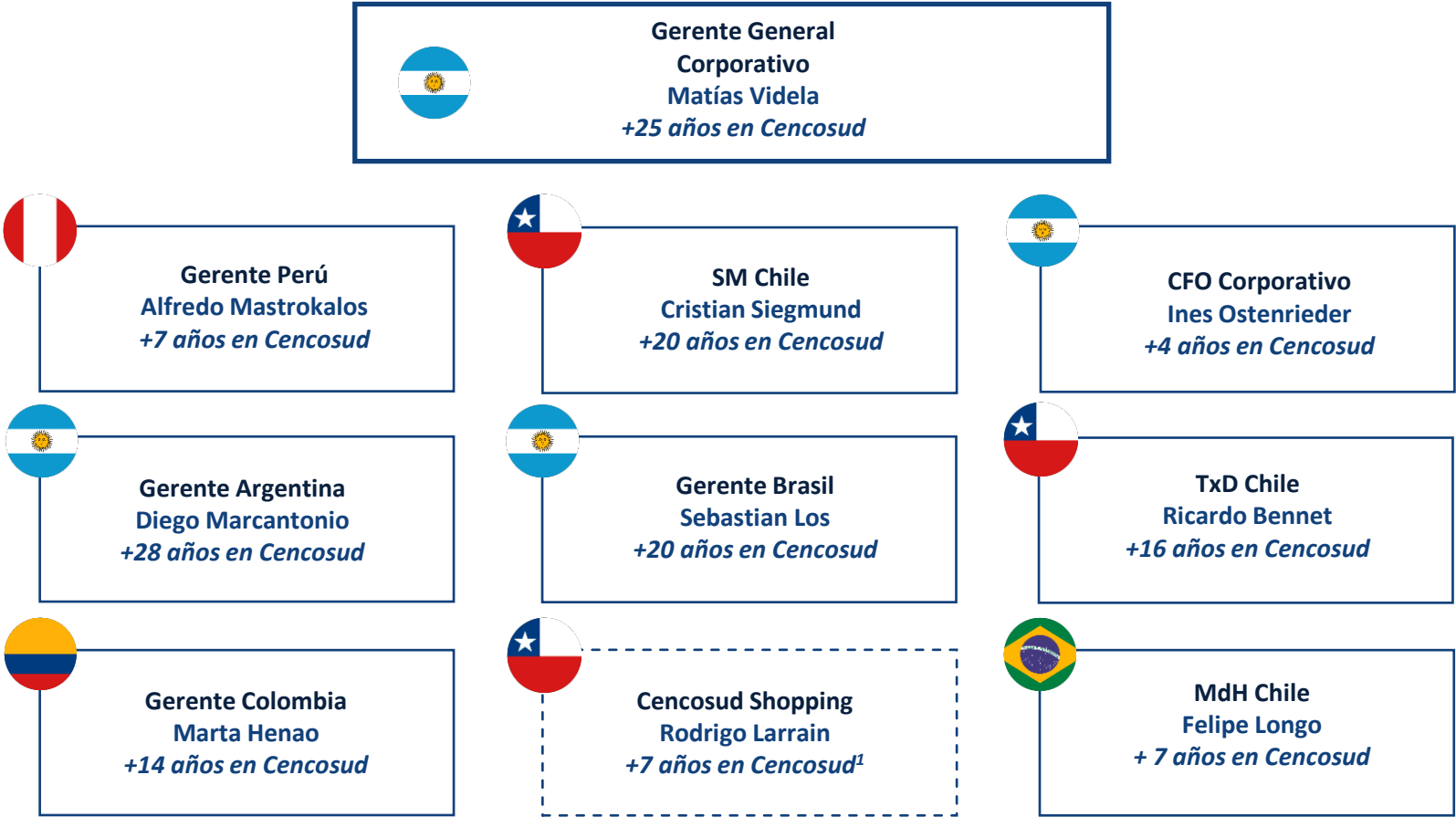


Estructura organizacional por país con el objetivo de:

- 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.

¹ 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 m² 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 ²
Aperturas	23	12.818
Cierres ¹	8	8.190
Transformaciones	7	15.562
Remodelaciones	35	N.A.

¹ 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.

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).

11,1%

Penetración Online
Consolidada 2T22

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 ventas¹ vs el trimestre anterior.

¹ 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 m²



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 m²**.



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

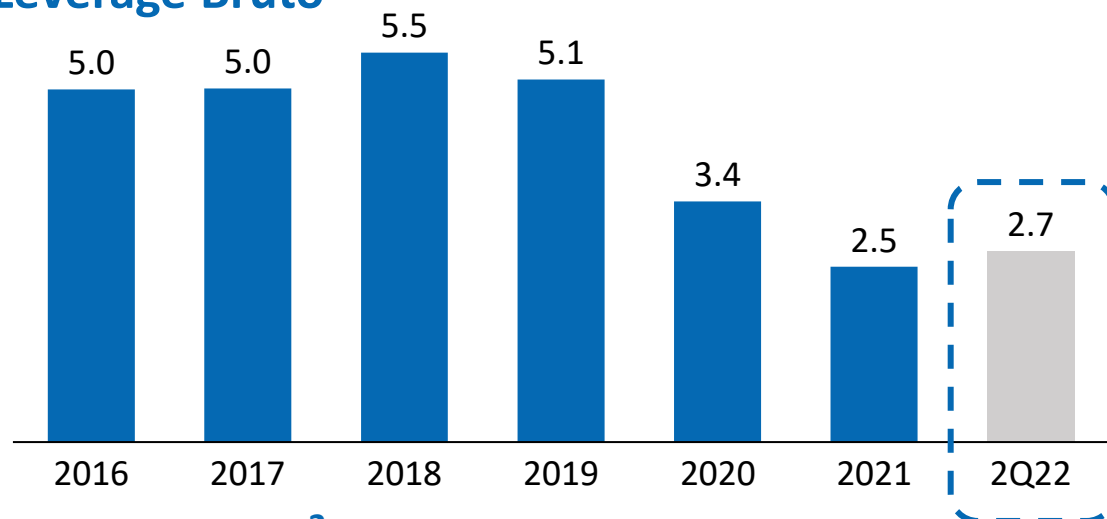
Impulsado principalmente por Metro reflejando la transformación de tiendas al formato Cash&Carry que generó mejores resultados.



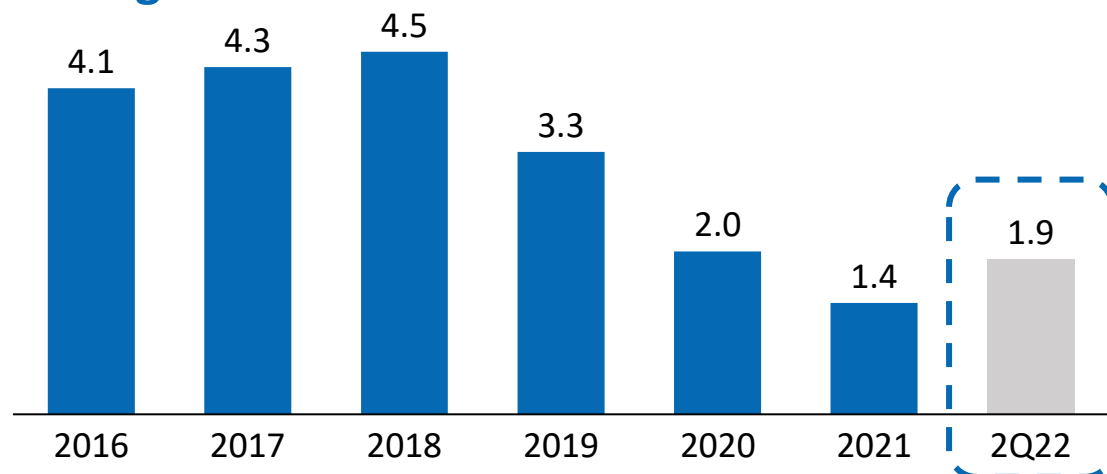
¹ Solamente en las regions donde opera Cencosud.

Cencosud fortalece su calificación de Riesgo

Leverage Bruto¹



Leverage Neto²



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

FitchRatings 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.



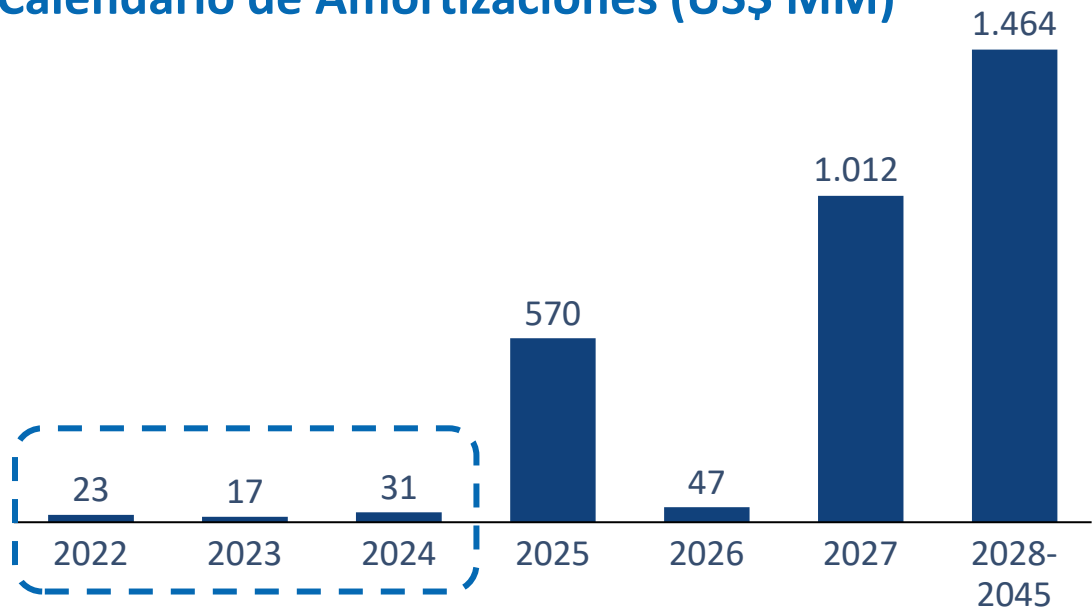
Posición de caja de **USD 1.193 millones** a junio de 2022.

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

² Apalancamiento Neto: descuento Caja y activos financieros corrientes a Deuda Bruta.

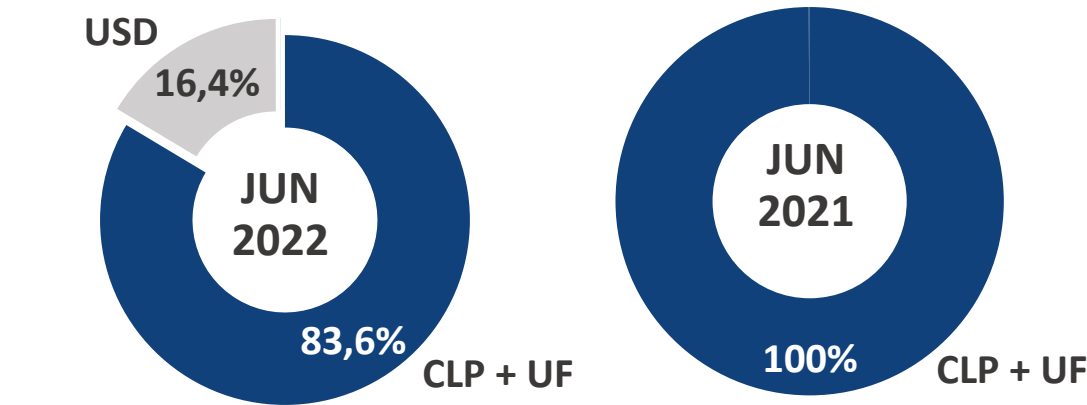
Fuerte perfil de vencimientos con bajas amortizaciones hasta el 2025

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 Sostenibilidad¹



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.

¹ Para obtener más detalles sobre nuestras iniciativas ESG, suscríbase a nuestro boletín de sostenibilidad en nuestro sitio web.



Hitos y Avances en Sostenibilidad¹



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 **fuentes 100% renovables**.



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.

¹ Para obtener más detalles sobre nuestras iniciativas ESG, suscríbase a nuestro boletín de sostenibilidad en nuestro sitio web.



Hitos y Avances en Sostenibilidad¹



Disco lanza la 6ª 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.

¹ Para obtener más detalles sobre nuestras iniciativas ESG, suscríbase a nuestro boletín de sostenibilidad en nuestro sitio web.

