

Discurso Matías Videla

Muchas gracias Don Horst, y muy buenos días señores accionistas a esta Junta Ordinaria de Cencosud S.A.

Durante el año 2019 llevamos adelante proyectos de gran relevancia para la compañía pero afrontando escenarios muy desafiantes en todos los países en los que estamos presentes.

Uno de los focos principales del año ha sido fortalecer la posición financiera de la Compañía.

Para lograrlo concluimos exitosamente el proceso de IPO de nuestro negocio de Shopping Center en Chile, Perú y Colombia a través de la filial Cencosud Shopping recaudando 1.055 millones de dólares por el 27,7% del capital.

Con los fondos obtenidos y la mejora en el flujo operativo de la compañía iniciamos un proceso de desendeudamiento que incluyó el rescate anticipado de bonos internacionales por la totalidad de las series de los años 2021 y 2023 y una reducción significativa en los del 2025 y 2027. En total la deuda financiera en dólares se redujo en más de 1.350 millones de dólares.

Estas operaciones permiten reducir sustancialmente los servicios de deuda y aumentar la duration de nuestros compromisos a más de 7 años.

El segundo foco que abordamos fue el cambio en el modelo organizacional de Cencosud que pasó de estar organizado por negocios a una estructura basada en países. Buscamos ser más eficientes con una mirada más cercana al cliente y su comportamiento local, de los mercados, que simplifique estructuras y capture sinergias, que permita agilizar la toma de decisión y actúe con criterio local sin perder la mirada global y el ADN Cencosud.

Hacia fines del año pasado y comienzos del actual, Chile vivía las consecuencias de la crisis social y algunos de los países donde mantenemos operaciones, como el caso de Colombia, mostraba signos de reactivación económica.

Tres meses después, la incertidumbre provocada por la aparición del Covid-19 ha tenido enormes repercusiones en el día a día de nuestros clientes y colaboradores pero a su vez abriéndonos nuevas oportunidades y poniendo a la tecnología en el centro de nuestra estrategia.

Cencosud, tal como demostró durante el movimiento social en Chile de octubre recién pasado, muestra altos grados de resiliencia.

A la fecha, tenemos más del 90% de nuestras tiendas abiertas. Gracias al compromiso y apoyo de nuestros colaboradores hemos podido mantener operando nuestros supermercados en los 5 países de Sudamérica, con ventas aumentando doble dígito y ganando participación de mercado en la mayoría de nuestros mercados en los que estamos presentes.

Un especial énfasis hemos puesto en ampliar nuestra capacidad de nuestro canal Ecommerce dada la demanda creciente.

En supermercados, en lo que llevamos de abril, hemos sido capaces de enfrentar un crecimiento sobre el 300%, entregando más de 12.000 pedidos diarios. En Chile y Colombia las ventas y entregas se quintuplicaron mientras que en Argentina se triplicaron.

Todos estos crecimientos se han logrado gracias al enorme apoyo y compromiso de nuestros colaboradores no solo de Supermercados sino también de las otras divisiones de Cencosud que siempre colaboran en nuestras tiendas en especial en los momentos difíciles.

En Supermercados logramos aumentar la capacidad de procesamiento de pedidos mediante la habilitación de nuevas salas como lugar de picking y delivery. Todo ha sido factible por contar con herramientas tecnológicas desarrolladas antes de la crisis.

En Paris también hemos duplicado la venta. Nuestra sólida base del motor Ecommerce nos ha permitido absorber esta demanda. En cuanto al servicio logístico hemos mejorado los niveles de entrega gracias a un mejor manejo de productos en nuestro CD y aumento en la oferta de transporte.

Creemos que esta pandemia generará cambios permanentes en el comportamiento del consumidor y nos estamos preparando para este nuevo escenario.

Nuestra mirada a futuro en Ecommerce va a ser fiel a los principios básicos que caracterizan a Cencosud:

- 1) Obsesión por el servicio y la experiencia del cliente
- 2) Rentabilidad.

En experiencia de Compra:

- 1) Lanzaremos el Marketplace Cencosud (actualmente en fase piloto en París). Queremos ser líderes en la generación de tráfico ofreciendo a nuestros clientes la mayor variedad de productos del mercado
- 2) Mejoraremos la oferta de productos únicos apalancándonos en nuestro Marketplace y tiendas físicas. Queremos ser la plataforma de entrada a Sudamérica de marcas globales aún no presentes
- 3) Desarrollaremos herramientas de hiper personalización. Queremos que nuestros clientes sientan que Cencosud los conoce y los entiende a través de propuestas de valor únicas
- 4) Aseguraremos garantía de devolución si el cliente no está satisfecho. Entendemos esto como un pilar básico para desarrollar una experiencia de compra satisfactoria.

Rentabilidad:

- 1) Aprovecharemos nuestras economías de escala: estamos unificando los procesos de backend en todas nuestras banderas. Queremos alcanzar sinergias en nuestros procesos tecnológicos y logísticos
- 2) Ya estamos invirtiendo en nuestros propios desarrollos tecnológicos buscando tener diferenciación con el resto de los competidores
- 3) Profundizaremos nuestra capacidad de generar, manejar y procesar datos. Contar con mejor información sobre nuestros clientes ayudará a tomar más y mejores decisiones.

No quiero cerrar estas palabras sin antes agradecer el compromiso de nuestros colaboradores y proveedores, la fidelidad de nuestros clientes en la región y la confianza de nuestros accionistas en el futuro de esta Compañía.

Muchas gracias