



## En 2022 Cencosud estima alcanzar ingresos por USD15,0 billones, un EBITDA Ajustado de USD1,8 billones y CAPEX de USD640 millones

- En 2022, la Compañía espera lograr crecimientos de doble dígito en sus ingresos al llegar a USD 15.095 millones;
- Alcanzar un EBITDA Ajustado récord de USD 1.799 millones, lo que significa lograr un margen EBITDA de 12% para el año 2022;
- El plan de inversiones para el año considera un Plan de Inversiones de USD 640 millones para ser ejecutado en 2022. De este monto USD 553 millones se destinarán a Capex para crecimiento orgánico, transformaciones y plan de expansión del ecosistema digital, y USD 87 millones para Opex referente a la innovación e implementación de nuevas tendencias;
- Los focos estratégicos de la Compañía son
  - 1) Crecimiento orgánico en la región y crecimiento inorgánico;
  - 2) Enfoque en la optimización de rentabilidad de los negocios;
  - 3) Liderazgo en la innovación y nuevas tendencias.
- Se proyecta financiar este plan de inversión mediante el flujo de caja generado por la Compañía.

### CRECIMIENTO ORGÁNICO E INORGÁNICO EN LA REGIÓN

1.1. Siguiendo el plan de crecimiento informado a inicios de 2021, Cencosud estima abrir al menos 37 nuevas tiendas en los formatos de Supermercado, Mejoramiento del Hogar y Electroshow para 2022.

| Unidad de Negocios     | Nuevas tiendas | M2            |
|------------------------|----------------|---------------|
| Supermercados          | 26             | 31.786        |
| Mejoramiento del Hogar | 8              | 29.241        |
| Electroshow            | 3              | 319           |
| <b>TOTAL</b>           | <b>37</b>      | <b>61.346</b> |

*Nota: 2 Easy en Colombia y 2 Easy en Argentina son disminución de m<sup>2</sup> de supermercado.*

1.2. En el plan de transformación de supermercados a formato Cash & Carry en Perú y Brasil, se contempla al menos 5 tiendas a ser transformadas.

1.3. El plan de renovación del 100% de las tiendas (hasta 2023) informado a inicios del 2021 se continúa ejecutando. Cencosud busca la diferenciación en la propuesta de valor mediante la modernización y renovación de las tiendas físicas





para lograr una mejora en la experiencia del cliente y una optimización de su rentabilidad. Durante 2021, la Compañía ha cumplido con un tercio del plan de remodelaciones 2021-2023, estimando lograr un 67% de cumplimiento a fines del año 2022.

- 1.4. Potenciales adquisiciones en Brasil para mejorar la posición competitiva y lograr economías de escala en las distintas áreas tales como compras, back office, entre otros. En particular este guidance no incluye estas potenciales transacciones.
- 1.5. Para sus Centros Comerciales, se invertirá USD134 millones enfocados en la propuesta omnicanal y los nuevos Centros Comerciales en Colombia y Perú. Además, incluye la remodelación y ampliación del Portal Altos del Prado y Limonar. En Chile se estima la incorporación de más de 40.000 m<sup>2</sup> adicionales de GLA a través de ampliaciones, reconversiones y habilitación de espacios ya construidos.

### OPTIMIZACIÓN DE RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS

- 2.1. Centralización y optimización de la cadena de abastecimiento: fusión de la logística de non food en Chile y Argentina de todas sus banderas;
- 2.2. Optimización de los m<sup>2</sup> de sala de venta de Supermercados con la incorporación de nuevas tiendas de Mejoramiento del Hogar (2 aperturas en Argentina y 2 en Colombia), generando la ubicación más atractiva y mejorando su rentabilidad;
- 2.3. Digitalización de procesos: comerciales, planificación, recursos humanos, abastecimiento y logística, entre otros;
- 2.4. Robotización de Dark Stores y retiro en tiendas.



### INNOVACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS

- 3.1. Acelerar los desarrollos que permitan a nuestros clientes acceder a una propuesta omnicanal cada vez más completa y eficiente, impulsando mediante la inversión de USD 248 millones para:
  - ✓ *App's* en todas nuestras banderas para una compra más amigable: Actualización de las plataformas tecnológicas de venta *e-commerce* y facilidades en la experiencia de compra del cliente (consolidación del canal, mejoras en Jumbo Prime y autogestión de servicios);
  - ✓ Consolidación del Marketplace: Profundización en mejoras de surtido y disponibilidad de productos basados en un mayor conocimiento de nuestros clientes;
  - ✓ Ampliación de capacidades logísticas y habilitación de nuevos Dark Stores en la región, además del fortalecimiento de la alianza con Cornershop; y
  - ✓ Implementación de mejores prácticas de post-venta optimizando la experiencia de clientes





- 3.2. Profundizar el CRM y Advanced Analytics para mejorar nuestra relación con los clientes, mejorar nuestros programas de fidelización y generar una actividad promocional más eficiente.
- 3.3. Impulsar nuevos canales de negocio, tales como Cencosud Media, que tienen como principal objetivo fortalecer las capacidades digitales de la compañía, optimizando los recursos y generando eficiencias para la compañía.

#### Información de Contacto

Marisol Fernández (marisoledad.fernandez@cencosud.cl)  
Gerente Relación con Inversionistas y Sostenibilidad

Mafalda Torres (mafalda.torres@cencosud.cl)  
Subgerente Relación con Inversionistas Cencosud

Andrés Guarda (andres.guardamadriaza@cencosud.cl)  
Analista Relación con Inversionistas Cencosud

Sara Lizi (sara.lizi@cencosud.com.br)  
Gerente Relación con Inversionistas Cencosud Brasil

#### Disclaimer

*Cencosud es un minorista multiformato, con operaciones de Supermercados, Mejoramiento del Hogar, Centros Comerciales y Tiendas por Departamento, además de Retail Financiero. Cencosud tiene sus oficinas basadas en Chile y operaciones en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú.*

*La información de este comunicado en relación con perspectivas del negocio, las proyecciones de resultados, el potencial de crecimiento de la empresa y el mercado y las estimaciones macroeconómicas son meras previsiones y se basan en las expectativas de gestión y presupuesto de la Compañía. Estas expectativas son altamente dependientes de los cambios en el mercado, la economía de América Latina y en particular la de los países donde Cencosud tiene operaciones, y por lo tanto están sujetos a cambios.*

*La información contenida en este comunicado de prensa ha sido preparada por Cencosud solo con fines informativos y no debe interpretarse como una solicitud o una oferta para comprar o vender acciones.*

*<http://investors.cencosud.com/Spanish/inversionistas/default.aspx>*