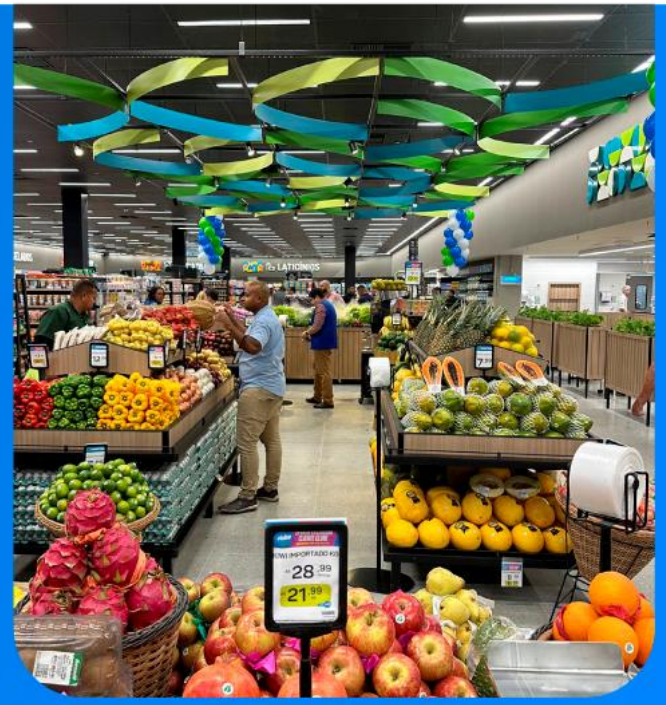
cencosud



Presentación Corporativa

Cuarto Trimestre | 2024

01

Cencosud En Resumen

1.1 Cencosud en una mirada

+60 años
De historia

+100.000
Colaboradores

5,4 millones m²
Banco de Terrenos

676 millones
Tickets LTM

USD 17.007 MM
Ingresos Consolidados LTM

9,7%
Margen EBITDA Ajustado LTM

Liderazgo en Latam & EE.UU.

8
países

Retail multiformato con presencia en 5 países Latam, Estados Unidos, Hub Tecnológico en Uruguay y una oficina comercial en China.

5 Unidades de Negocio [1]

Además, la Compañía opera el negocio de Servicios Financieros a través de JV en Chile, Perú y Colombia. En Argentina, la operación es gestionada de manera directa por Cencosud.

[1] Otros incluye Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow / cifras al cierre de diciembre de 2024.

1.2 Estructura Organizacional

Management con Liderazgo Internacional

MANAGEMENT CON EXPERIENCIA EN INDUSTRIA Y DENTRO DE LA COMPAÑÍA

CEO
Rodrigo Larraín
+9 años (1)

Supermercados Chile
Cristian Siegmund
+22 años

CFO
Andres Neely
+3 años

Tiendas por Dpto.
Juan Luis Taverne
+18 años

Gerente Perú
Alfredo Mastrokalos
+11 años

Gerente Argentina
Diego Marcantonio
+31 años

Mejoramiento del Hogar Chile
Federico Bucher
+ 17 años

Gerente Brasil (*)
Emilio Nunes
+11 años

Gerente Colombia
Ramiro Ortiz
+17 años

CEO Cenco Malls
Sebastián Bellocchio
+22 años

Gerente EE.UU.
Brian Johnson
+5 años

Gerente Asuntos Corporativos y Sost.
Ma. Soledad Fernández
+15 años

Gte. Ecosistema Retail
Ricardo Bennett
+19 años

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 2024

1. **Sinergias entre negocios**
   Fomentar la colaboración y el uso compartido de los recursos de la Compañía.
2. **Conocimiento local para la toma de decisiones**
   Autonomía de cada país en la toma de decisiones debido a su presencia en mercados locales.
3. **Flexibilidad y adaptabilidad**
   La estructura permite la adaptación y respuesta a nuevas tendencias en cada mercado.
4. **Estructura de *back-office* eficiente**
   Revisión y optimización de procesos, incorporando tecnología para aumentar la eficiencia.

Nueva Gerencia Ecosistema Retail

Esta nueva área busca integrar las capacidades digitales y tecnológicas, generando sinergias entre negocios

(1) La antigüedad contempla el periodo desde marzo de 2013 hasta enero de 2019 y su retorno desde julio de 2021 en su función como CEO de Cenco Malls / (*) Gerente Brasil Interino.

1.3 Accionistas y Directorio

Diversificación y Diversidad

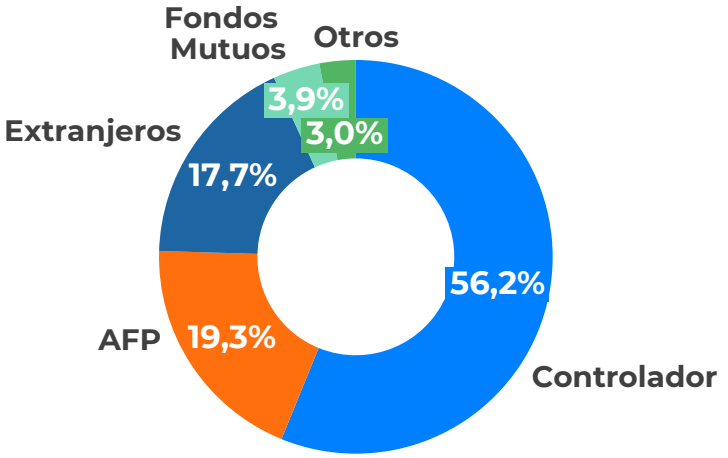
Diversidad

5 nacionalidades - 1/3 mujeres

- Julio Moura
- Manfred Paulmann
- Peter Paulmann
- Josefina Montenegro
- Felipe Larraín
- Carlos Fernández
- Mónica Jiménez
- Ignacio Pérez
- María Leonie Roca

Miembros Independientes

Estructura de Propiedad Diciembre 2024



Volumen Promedio Diario Transado 2024 **USD 6,5 MM**

USD 6.195 MM (1)

MARKET CAP | FREE FLOAT 43,8%

(1) Cifra a diciembre de 2024. Tipo de cambio al cierre del periodo: USD/CLP 996,5

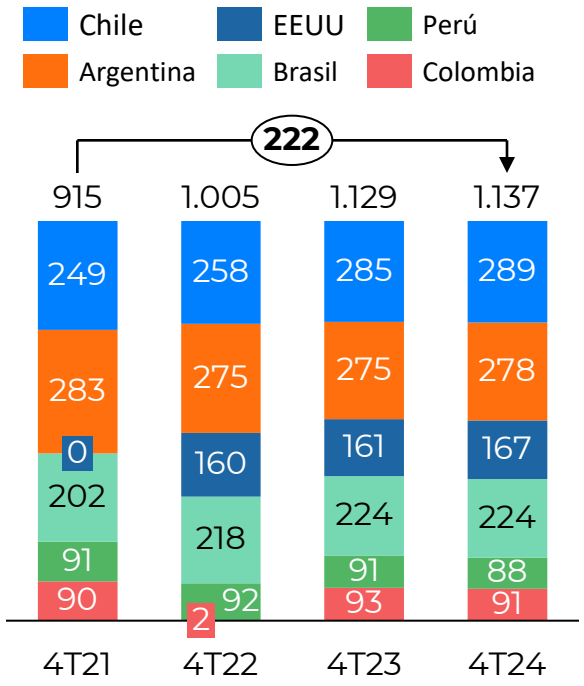
1.4 Aspectos Destacados de Inversión

1. UNO DE LOS PRINCIPALES RETAILERS MULTIFORMATO EN AMÉRICA DEL SUR
2. ESTRATATEGIA INTEGRADA DE NEGOCIO CON FOCO EN *FOOD RETAIL*
3. OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO A TRAVÉS DEL BANCO DE TERRENOS
4. OPERACIONES DIVERSIFICADAS GEOGRÁFICAMENTE
5. SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA CON OPORTUNIDADES DE OPTIMIZACIÓN DE MARGEN
6. GOBIERNO CORPORATIVO CON EXPERIENCIA Y FOCO EN CRECIMIENTO, RENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

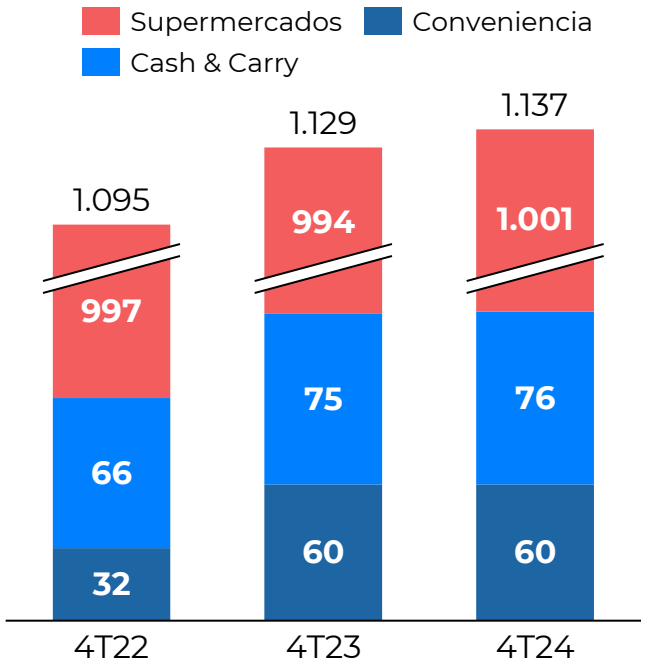
1.5 Empresa Líder en Supermercados en Latam

LTM a diciembre 2024

N° TIENDAS SUPERMERCADO

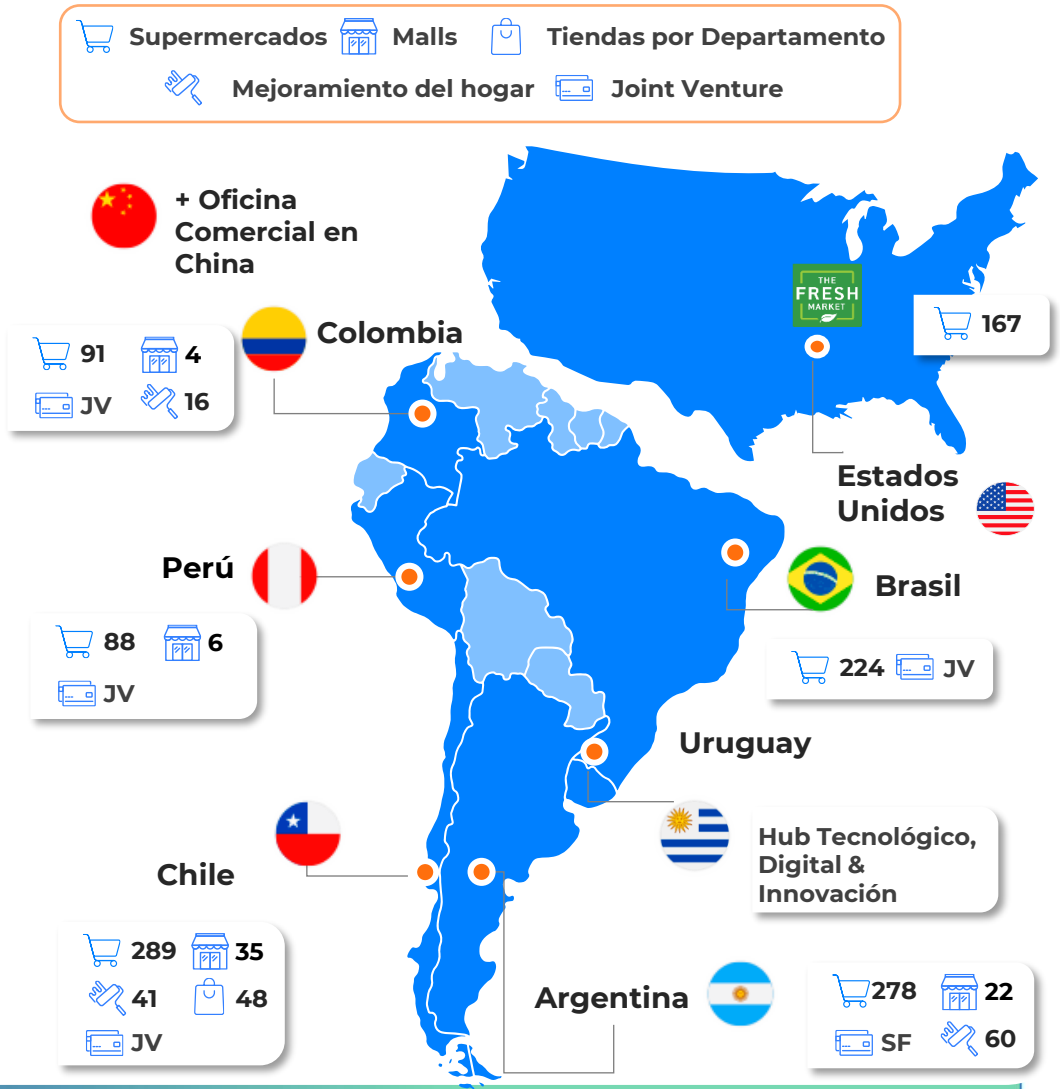


EVOLUCIÓN FORMATOS



MARKET SHARE SM POR PAÍS [2]

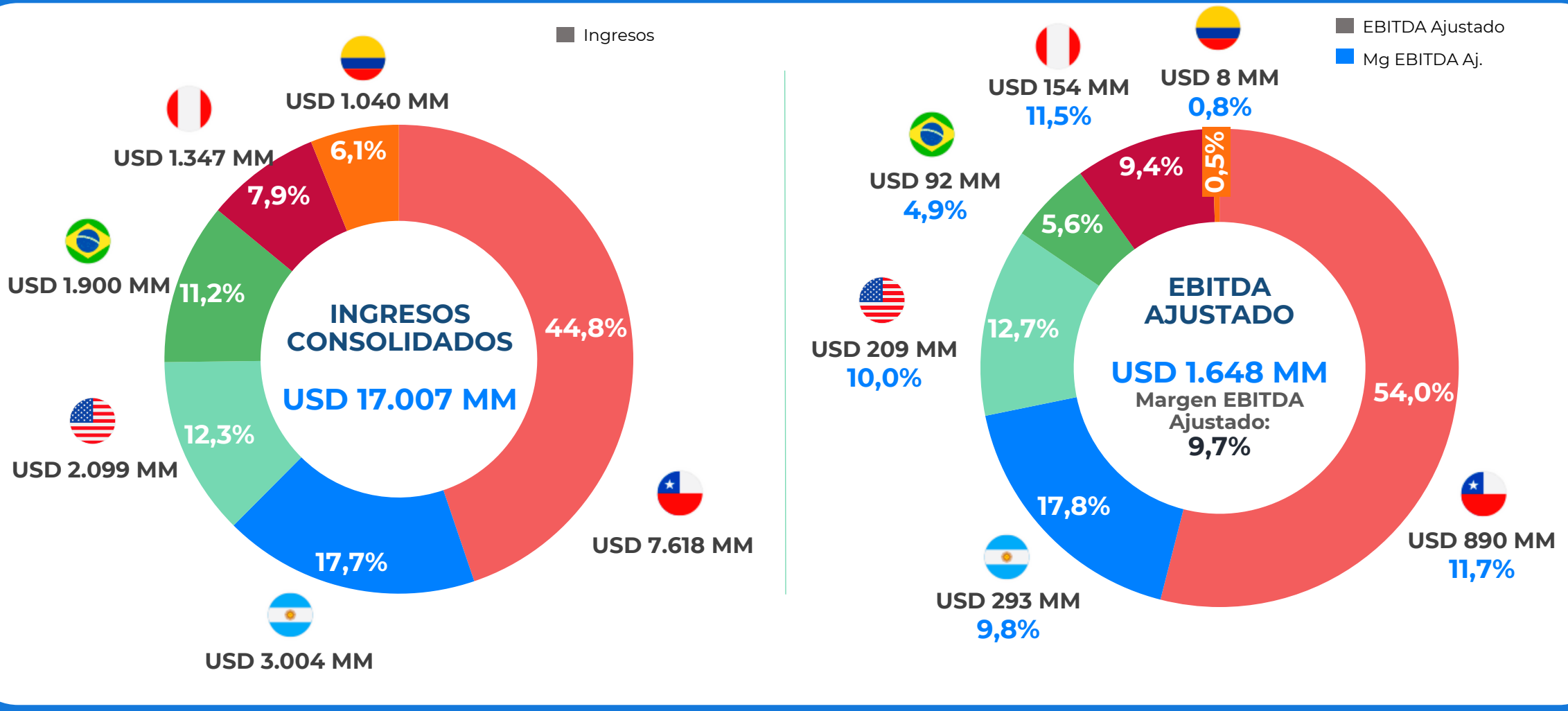
33,2%	25,7%	16,9%	7,3%	5,5%



[1] Las tiendas de Retail en la imagen no incluyen Otros negocios (Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow): 184 tiendas (37 en Colombia y 147 en Brasil). [2] Fuente Nielsen & SCIENTA en Argentina.

1.6 Posicionamiento estratégico a través de Diversificación Geográfica (1)

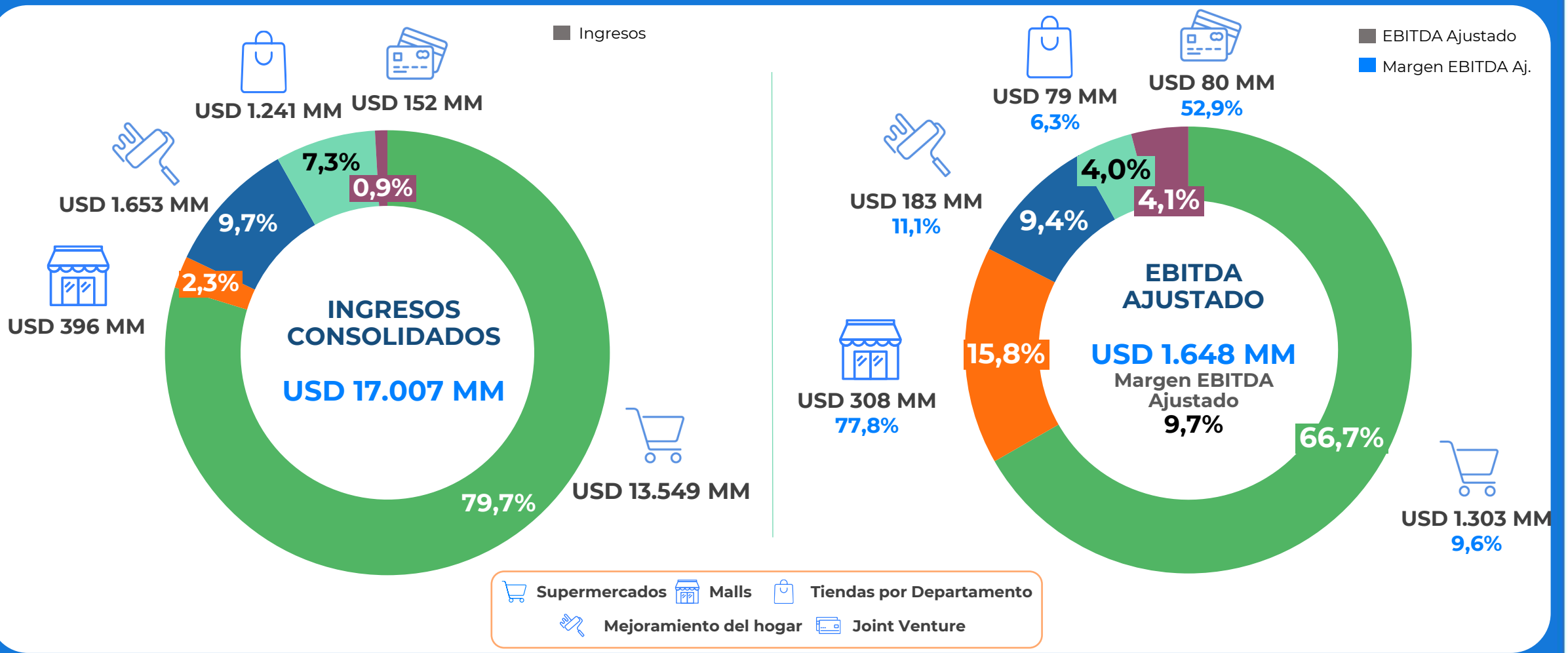
LTM a diciembre 2024



(1) Cifras en dólares expresadas a tipo de cambio promedio de cada trimestre

1.7 Diversificación de Negocios con foco en Supermercados

LTM a diciembre 2024 (1)



(1) Excluye el segmento "Otros" con ingresos de USD 16,2 millones y EBITDA Ajustado de USD -305 millones.

1.8 Sólida Posición Financiera

Posición de Caja a diciembre de 2024 [1]

USD 1.164 MM

Investment Grade

Desde 2011

Local	Humphreys	AA (Estable)
	Feller Rate	AA (Estable)
Internacional	Moody's	Baa3 (Estable)
	FitchRatings	BBB (Estable)

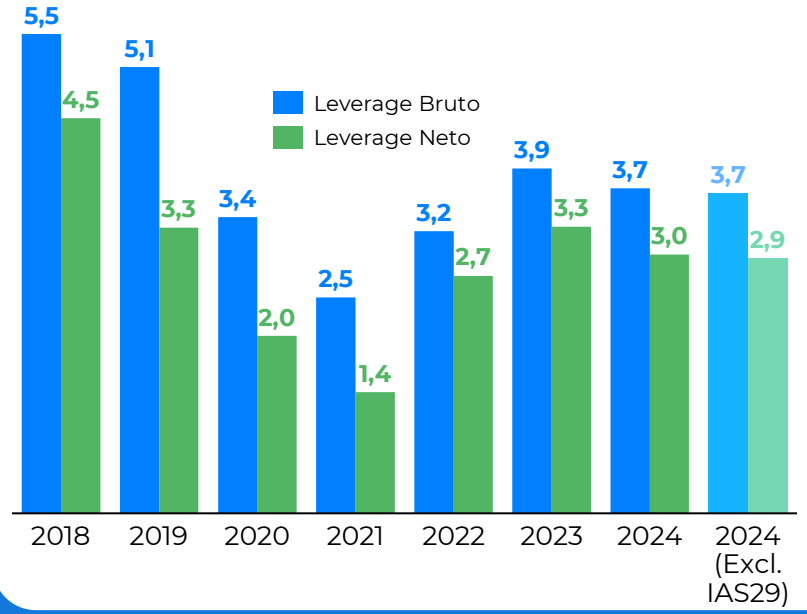
Deuda Denominada en USD

68,8%

Riesgo Descubierto USD [2]

14,6%

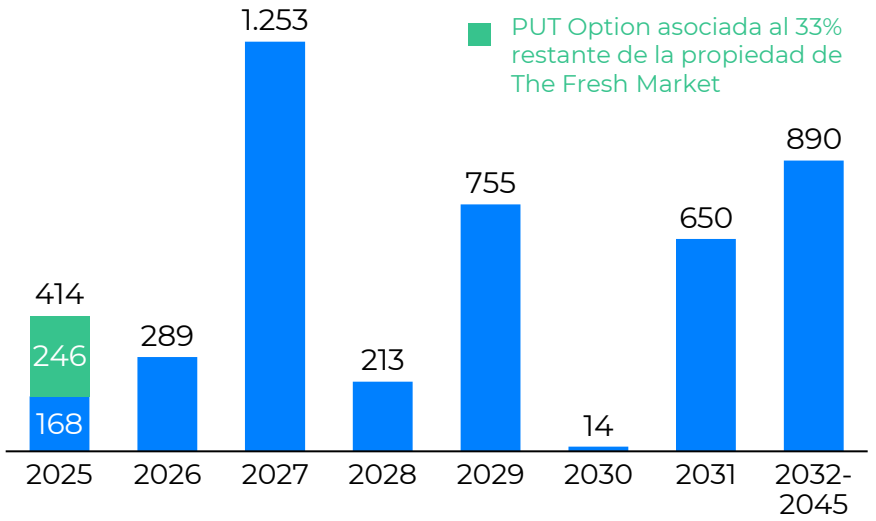
Leverage Bruto & Neto



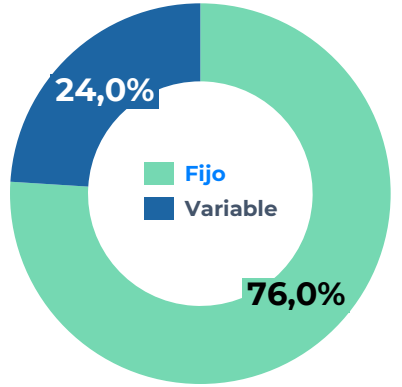
Calendario de Amortización

(USD millones)

EBITDA LTM USD 1.648 MM [3]

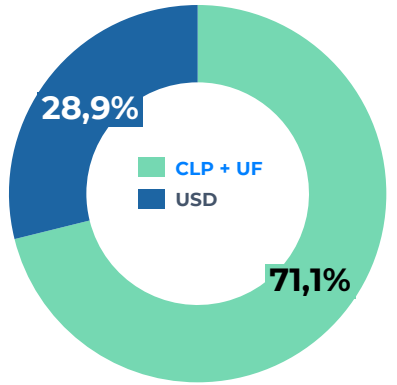


Deuda por Tipo de Tasa



Deuda por Moneda

(post CCS y otras coberturas)



[1] Incluye Efectivo y Equivalentes de Efectivo & Otros Activos Financieros corrientes y no corrientes, a tipo de cambio de cierre 996,5. [2] Considera deuda en USD y Coberturas. [3] A tipo de cambio promedio por trimestre de los últimos 12 meses.

02

Pilares Estratégicos

2.1 Cencosud basa su estrategia en 4 pilares

Propósito: Servir de forma extraordinaria en cada momento

Crecimiento y Rentabilidad

- Crecimiento con rentabilidad a través de Marcas Propias, Retail Media, *e-commerce*, Centro de Servicios Compartidos, entre otros
- Foco en crecimiento orgánico principalmente a través del formato de Supermercados
- Expansión de GLA [1] en centros comerciales

Innovación y Experiencia

Innovación
- CencoPay
- Nuevas plantas productivas
- Mi Local

Experiencia:
- Paris Parade
- Expo Vinos Wong

Innovación y Experiencia:
- Prime
- *Live Shopping*

Premio Lealtad al Consumidor NPS

JUMBO cencosud paris cencosud

Ecosistema Retail

Objetivos
- Contribuir a posicionar cada negocio dentro de los *players* locales más relevantes
- Maximizar eficiencias y sinergias
- Crear e impulsar nuevas fuentes de ingresos
- Acelerar la innovación y digitalización
- Promover el Share of Life

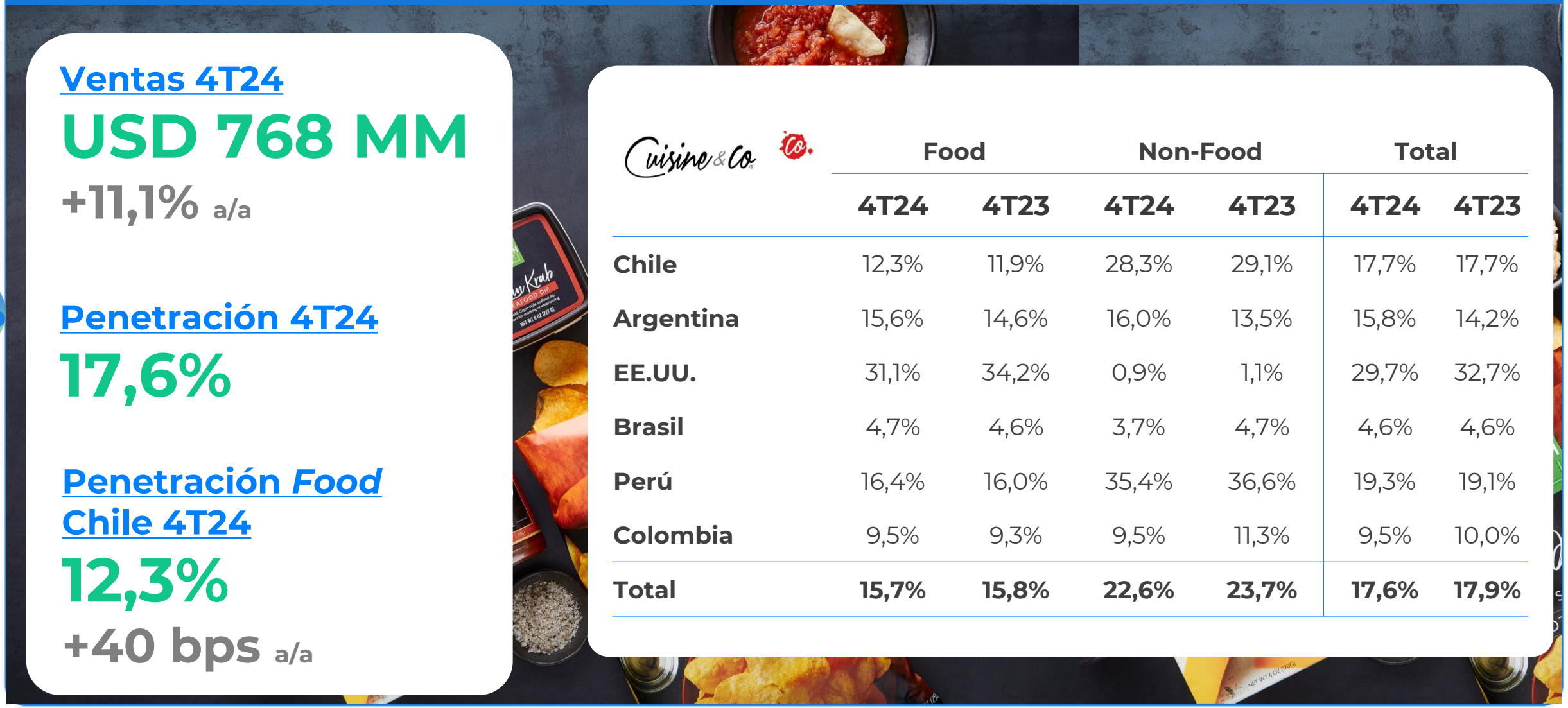
Sostenibilidad

Pilares de sostenibilidad
- Gobierno Corporativo
- Personas
- Producto
- Planeta

[1] *Gross Leseable Area.*

2.2 Crecimiento y Rentabilidad

Marcas Propias: Motor de crecimiento en ventas y mejora de márgenes



Ventas 4T24

USD 768 MM

+11,1% a/a

Penetración 4T24

17,6%

Penetración *Food* Chile 4T24

12,3%

+40 bps a/a

Cuisine&Co	Food		Non-Food		Total	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	12,3%	11,9%	28,3%	29,1%	17,7%	17,7%
Argentina	15,6%	14,6%	16,0%	13,5%	15,8%	14,2%
EE.UU.	31,1%	34,2%	0,9%	1,1%	29,7%	32,7%
Brasil	4,7%	4,6%	3,7%	4,7%	4,6%	4,6%
Perú	16,4%	16,0%	35,4%	36,6%	19,3%	19,1%
Colombia	9,5%	9,3%	9,5%	11,3%	9,5%	10,0%
Total	**15,7%**	**15,8%**	**22,6%**	**23,7%**	**17,6%**	**17,9%**

2.3 Crecimiento y Rentabilidad

Crecimiento orgánico: foco en Supermercados

Avances 12M24

28 Aperturas

55 Remodelaciones

	Aperturas		Remodelaciones	Cierres	
12M24	#	M²	#	#	M²
Chile	8	8.186	42	5	11.614
Argentina	8	9.470	2	3	422
EE.UU.	8	11.382	-	2	3.417
Brasil	3	8.461	-	6	7.492
Perú	1	1.785	7	4	7.020
Colombia	-	-	4	2	5.159
Total	**28**	**39.284**	**55**	**22**	**35.125**

Avances 12M24

(1) En el 2T24, el Darkstore de Jumbo en Cenco Costanera se consideró como apertura de tienda omninacal. En el 4T24, se reflejó como un cierre dado que ya no se considera como tienda.

2.4 Crecimiento y Rentabilidad

Centro de Servicios Compartidos: promoviendo eficiencia y digitalización

Objetivo: Desarrollar productos digitales para buscar sinergias, eficiencias y permitir que el negocio siga creciendo.

1 Eficiencia Operacional

Reducción del 10% en los costos administrativos en los proyectos dentro del *scope* (2023-2024).

Se **generaron ahorros anuales de USD 14 millones** mediante la optimización de costos y la agilización de operaciones (2022 – 2024).

Se alcanzaron **mejoras de eficiencia del 30%** a través de la integración de procesos y la eliminación de redundancias (2023 – 2024).

2 Efectividad Empresarial

Reducción de discrepancias en inventario, mejorando la gestión de *stock* y el control de costos (2024).

Mejora en el flujo de caja al **reducir en más del 20% los días de ventas pendientes** en todas las unidades de negocio (2024).

3 Agilidad Organizacional

Se aceleró el Plan de Entrega de procesos mediante la **reducción de los tiempos de ciclo en 20 días**, permitiendo una respuesta más rápida a las necesidades del negocio (2024).

2.5 Ecosistema Retail

01 Desarrollo de Negocios
Impulsa el crecimiento y la rentabilidad a través de nuevos negocios y modelos digitales.

02 Comercial Regional y Marcas Propias
Gestiona el portafolio de marcas y estrategias de surtido para diferenciarse en los mercados.

03 Cencosud Media
Expande el negocio de Retail Media con publicidad omnicanal y nuevas fuentes de ingresos.

04 Lealtad al Cliente y Experiencia
Diseña estrategias centradas en el cliente para fortalecer la lealtad y mejorar la experiencia.

05 Cadena de Abastecimiento
Optimiza la logística y cadena de abastecimiento para garantizar eficiencia y costos competitivos.

06 *Digital Factory*
Desarrolla productos digitales innovadores que optimizan la operación y mejoran la experiencia de compra.

07 Tecnología de la Información (TI)
Asegura la estabilidad y evolución digital del ecosistema con infraestructura tecnológica robusta.

08 *Advanced Analytics*
Convierte los datos en estrategias clave para optimizar precios, oferta de productos e ingresos.

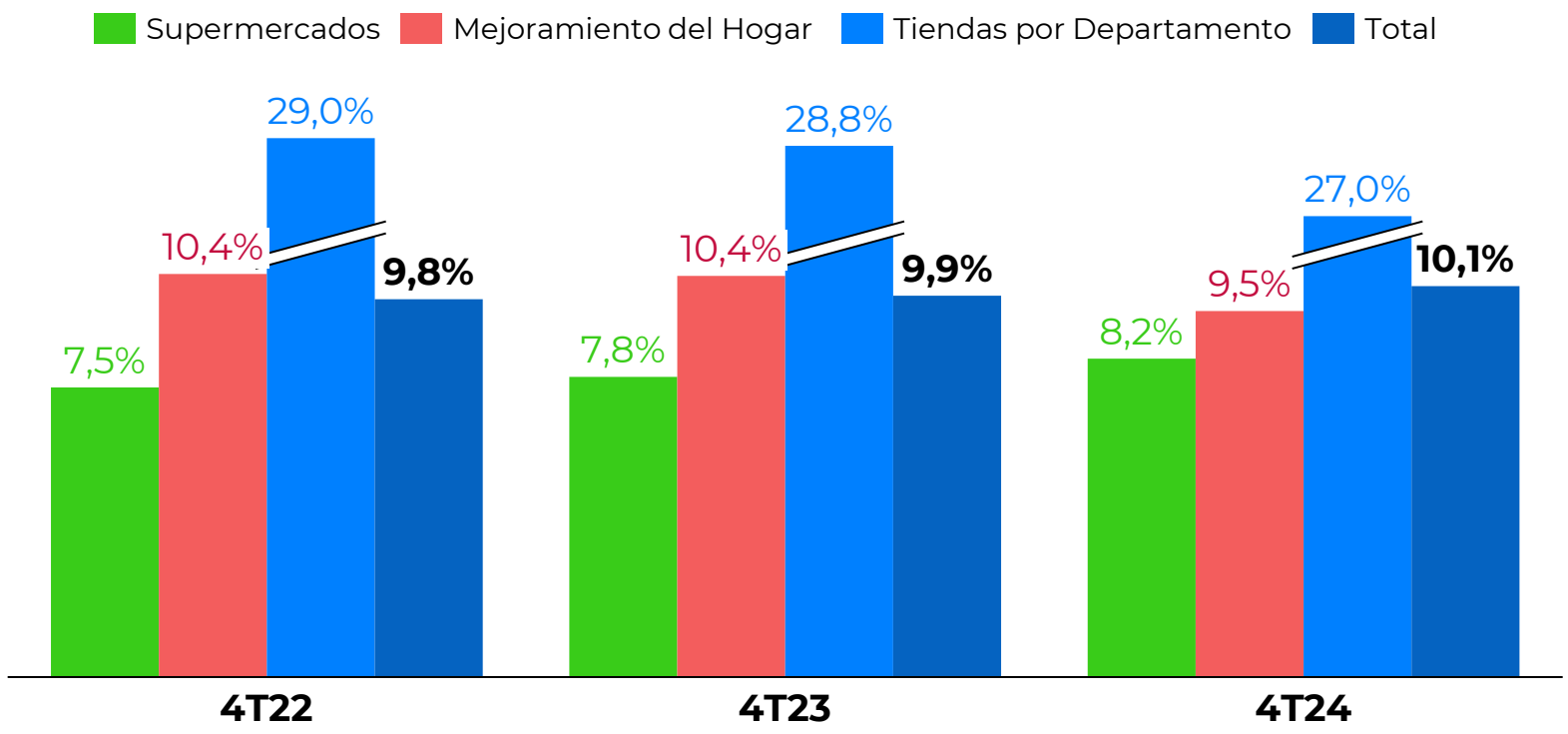
Capacidades

El ecosistema de Cencosud integra negocios, capacidades, nuevas fuentes de ingresos y datos para crear una empresa impulsada por lo digital y la tecnología.

2.6 Ecosistema Retail

Estrategia Ecosistema Digital

Evolución de Penetración *online*



CENCOMMERCE · JUMBO prime · cencosud media · Wong prime · cencopay

Nuevo Darkstore Jumbo
En Cenco Costanera

Venta *online* consolidada a/a
+6,2%
YTD

JUMBO · Wong · prezunic

prime

+18,2%
N° total de suscriptores
a diciembre 2024 vs 2023

2.7 Sostenibilidad

Avances

Gobierno Corporativo

Avance en los resultados de MSCI y DJSI

En el índice Dow Jones Sustainability Index (DJSI), la Compañía se posicionó dentro del 6% más sostenible del mundo en la categoría Food and Staples Retail. Asimismo, en la calificación de MSCI, se logró un importante progreso al pasar de "**BBB**" a "**A**".

Primera medición en Cencosud de SS Index

Esta herramienta de aplicación voluntaria mide las prácticas de sostenibilidad desde la perspectiva de los principales *stakeholders*, los cuales permiten anticipar riesgos e identificar focos de trabajo donde se debe hacer mayor énfasis.

Actualización de Política de Anticorrupción

Personas

Programa de mentorías Cenco Mujeres

En 2024 se completó el programa regional con la participación de 166 colaboradores: 63 mentoras, 18 mentores y 85 *mentees* en los 6 países. Con un **85% de satisfacción** y 1.500 horas de entrenamiento y mentorías, contribuyendo a potenciar el liderazgo femenino dentro la Compañía.

La neurodivergencia se integra a las cajas preferenciales

En Supermercados Chile se avanzó un paso más hacia la inclusión al capacitar +8.500 colaboradores en temas de neurodivergencia en la atención de las cajas preferenciales, asegurando una experiencia más inclusiva en los 251 locales de Jumbo y Santa Isabel.

Planeta

Programa de "Rescate de Alimentos"

Durante 2024, Cencosud ha impulsado el programa de rescate de alimentos, logrando recuperar más de 1.900 toneladas de alimentos a nivel regional.

2.8 Reconocimientos

01 Premio Conecta por Red Pacto Global

La Red Pacto Global Chile otorgó a Supermercados Chile el 1er lugar en la categoría Planeta, por el programa de valorización de residuos orgánicos y economía circular.

02 Effie *Awards* 2024

Easy y Paris fueron reconocidos en los Effie *Awards* 2024 en Chile por su impacto y efectividad en marketing. Easy fue galardonado en la categoría Cambio Positivo y Bien Social, mientras que Paris destacó en la categoría Marketing Juvenil.

03 Premio Lealtad del Consumidor NPS

Jumbo y Paris obtuvieron el 1er lugar en la categoría de Supermercados y Tiendas por Departamento, respectivamente, en el Premio Lealtad del Consumidor 2024. Este reconocimiento, otorgado por Alco Consultores, se basa en la opinión de 16.000 clientes, reflejando la confianza y preferencia depositadas en ambas marcas.

04 Ranking Merco Talento Universitario

Por 5to año consecutivo, Cencosud es la mejor empresa para trabajar en Chile en el sector holding empresarial y N°8 del ranking general, subiendo 8 posiciones desde el año 2023.

05 Ranking de Reputación Merco Empresas

Cencosud fue elegido con el 1er lugar dentro de la categoría Holding Empresarial en Chile, ocupando el puesto N°14 dentro del ranking general. Por su parte, Cencosud Perú avanzó 7 posiciones en el ranking, logrando el 2do lugar en el sector autoservicios y alcanzando el puesto N° 30 en el ranking general.

03

Anexos

3.1 Anexos - Historia de Cencosud

1963

Abre 1er SM Chile

1970

Abre Jumbo Kennedy Chile

1982

Abre Jumbo Argentina

1988

Abre Unicenter Argentina

1993

Abre Alto Las Condes y 1er Easy Chile

2007

Adquiere 4 cadenas de SM en la región y 2 cadenas de TxD en Chile. JV en Colombia para desarrollo de MdH

2005

Adquiere TxD (Paris)

2004

Adquiere 3 cadenas de SM, Argentina y Chile. Abre en Bolsa de Santiago

2003

Comienza SF Chile. Abre 2 Centros Comerciales en Chile. Adquiere SM Santa Isabel, Chile

2002

Compra 2 cadenas de MdH Chile y Argentina

3.2 Anexos - Historia de Cencosud

2008

Comienza operación SF en Argentina. Adquiere MdH Arg

2010

Adquiere 2 cadenas de SM en Brasil

2012

Adquiere cadena SM en Brasil. Abre Mall Costanera Center. Compra cadena de SM Colombia

2014 - 2018

JV de SF Chile (2014) y Perú (2018)

2019

IPO de Cencosud Shopping

2020

Cierra TxD Perú y Paris Chile absorbe Johnson. Cornershop y Cencosud firman alianza estratégica

2021

Lanza Spid, Cencosud Media y Cencosud Ventures

2022

Adquiere 2 cadenas de SM: TFM en EEUU y GIGA en Brasil. Lanzamiento Hub en Uruguay

2023

Lanzamiento CencoPay

2024

Creación ecosistema Retail

3.3 Anexos | Cálculos

Para el desarrollo de esta presentación, se han tomado en consideración los siguientes aspectos técnicos y financieros:

- El *Market Cap,* que se calculó con fecha de corte al cierre de diciembre de 2024, con un precio de cierre por acción de CLP 2.200 y una tasa de cambio de cierre de CLP 996,5 por cada USD;
- El volumen promedio diario transado se basa en datos del cuarto trimestre de 2024, teniendo en cuenta el precio de cierre diario de la acción y los tipos de cambio mensuales;
- El EBITDA Ajustado excluye varios elementos, entre ellos: diferencias de cambio, resultados por unidades de reajuste, y revaluación de activos;
- Ingresos y EBITDA Ajustado LTM convertido a USD utilizando el tipo de cambio promedio de: CLP 946,5 – CLP 934,7 – CLP 931,2 – CLP 962,6 por USD para cada trimestre, respectivamente;
- EBITDA Ajustado incluye IFRS 16;
- Gráfico de Ingresos y EBITDA Ajustado por negocio excluye el segmento *Otros*, el cual contribuyó USD 16,2 MM en Ingresos y una pérdida de USD 305 MM en EBITDA Ajustado;
- Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen el ajuste por Hiperinflación en Argentina (IAS 29). Al incluir el efecto, los ingresos a diciembre de 2024 alcanzaron USD 17.474 MM y EBITDA Ajustado USD 1.617 MM utilizando el tipo de cambio promedio de: CLP 946,5 – CLP 934,7 – CLP 931,2 – CLP 962,6 por USD para cada trimestre, respectivamente. Argentina representó un 19,9% del total de Ingresos y un 16,5% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio al cierre de diciembre de 2024. La deuda incluye los pasivos por arrendamiento, por adopción de norma IFRS16. Adicionalmente incluye el efecto por hiperinflación en Argentina reflejo de la norma IAS29. El calendario de amortización se presenta neto de ganancia/pérdidas obtenidas por los derivados, sobregiros y deuda comex (excluye futuros);
- Deuda neta presentada luego de *Cross Currency Swaps* y otras coberturas;
- SM se refiere a Supermercado, SF corresponde a Servicios Financieros, MdH a Mejoramiento del Hogar y TxD a Tiendas por Departamento, mientras Arg significa Argentina y ML se refiere a Moneda Local.

3.4 Anexos - Disclaimer

La información presente en esta presentación fue elaborada exclusivamente por Cencosud S.A. ("Cencosud") con el único propósito de ser informativa. No debe interpretarse como una invitación u oferta para la compra o venta de valores, ni como asesoramiento de inversión o de cualquier otra índole. No se ofrece ninguna garantía, ya sea explícita o implícita, respecto a la precisión, integridad y fiabilidad de la información aquí contenida. Las perspectivas expresadas en este documento pueden cambiar sin previo aviso y Cencosud no tiene obligación alguna de actualizar o mantener la información actualizada. Se debe notar que el contenido de esta presentación no es exhaustivo.

Cencosud, junto con sus afiliadas, directivos, socios y empleados, no se hacen responsables por ninguna pérdida o daño que pudiera surgir del uso de este material, en su totalidad o en parte.

Cabe mencionar que esta presentación puede incluir declaraciones prospectivas sujetas a riesgos e incertidumbres, fundamentadas en las expectativas y proyecciones actuales sobre eventos y tendencias futuras que pueden influir en las operaciones de Cencosud. Es importante tener en cuenta que estas proyecciones no garantizan resultados futuros. Existen múltiples factores, muchos de ellos fuera del control de la empresa, que pueden causar que los resultados reales difieran significativamente de los contemplados en las declaraciones a futuro.

cencosud