



CENCOSUD ANUNCIA GUIDANCE 2018

- En 2018, la Compañía espera alcanzar ingresos por USD 16.500 millones¹ y un margen Ebitda Ajustado de 7,2%, sustentado en el efecto positivo del plan de rentabilización impulsado en los últimos años, en el crecimiento Omnicanal y en un escenario económico regional más favorable.
- Plan de Capex base considera inversiones por USD 400 millones, el cual podría ser revisado al alza conforme se vaya ejecutando el plan de venta de activos no estratégicos por hasta USD 1.000 millones anunciado a fines de agosto pasado.

Perspectivas 2018

Cencosud continuará avanzando en su Plan de Fortalecimiento y Rentabilización de sus negocios, estimando alcanzar Ingresos consolidados equivalentes a USD 16.500 millones¹ en el año (lo cual podría variar conforme a las fluctuaciones de los tipos de cambio respecto al peso chileno). Lo anterior, sustentado en una aceleración en las ventas en Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento, además del importante crecimiento del negocio online, la sólida tendencia en ingresos de Centros Comerciales, la apertura selectiva de tiendas y un mejor entorno económico regional.

Asimismo, Cencosud espera lograr un margen Ebitda Ajustado de 7,2% en 2018 producto de mejoras en todas sus divisiones de negocios, como resultado del plan de rentabilización impulsado en los últimos años y el apalancamiento operacional generado por un mayor dinamismo de consumo, particularmente en el mercado de Argentina y, si bien más acotado, también en los otros 4 países donde opera.

Plan de Inversión

El Plan de Capex 2018 considera una base de inversiones por USD 400 millones, el cual podría ser revisado al alza conforme se vaya ejecutando el plan de venta de activos no estratégicos por USD 1.000 millones anunciado a fines de agosto pasado.

El foco de inversiones continuará estando en el fortalecimiento de la propuesta de valor y competitividad de tiendas, innovación y mejoras en capacidades logísticas y tecnológicas, desarrollo Omnicanal y crecimiento en superficie de ventas a través de apertura selectiva de locales y desarrollo del plan de remodelaciones. Por otra parte, continuará el avance en

¹ Asume los siguientes tipos de cambio promedio del año 2018:

Chile: 616 Argentina: 21 Brasil: 3,4 Colombia: 3.032 Perú: 3,28

las obras de los Shopping Centers La Molina en Lima, Perú y La 65 en Medellín, Colombia, y se pretende iniciar el desarrollo de nuevos Centros Comerciales y ampliación de Shoppings existentes en la región.

GUIDANCE 2018 - CAPEX



Avances Plan Estratégico

Cencosud finalizó el año 2017 con 1.112 tiendas y 54 centros comerciales en la región. La Compañía continuó avanzando en el desarrollo de sus tres pilares estratégicos definidos:

- 1. Crecimiento:** durante el año se abrieron 7 tiendas: 4 en Chile, 2 en Argentina y 1 en Perú. Estas aperturas correspondieron a 4 Supermercados, 2 Tiendas por Departamento y 1 tienda de Mejoramiento del Hogar; y se completó la remodelación de 18 tiendas, 7 en Chile, 6 en Argentina y 5 en Brasil. En Shopping Centers, durante el año se abrió el centro comercial Portal Valdivia (GLA 12.000 m²), se avanzó en las obras de construcción del proyecto en La Molina, Perú (GLA 37.000 m²) y se dio inicio al desarrollo del proyecto en Medellín, Colombia (GLA 87.000 m²).
- 2. Rentabilidad:** la Compañía realizó importantes avances en mejora de eficiencias y aumento de estándares de servicio. Dentro de las múltiples iniciativas, se destaca la puesta en marcha del nuevo Centro de Distribución Refrigerado para alimentos en Santiago, con una superficie de 31.000 m² y un clasificador (*sorter*) automático. Esto permite mejoras en la eficiencia de la operación al consolidar 3 centros de distribución en uno, además de aumentar las capacidades de procesamiento y niveles de calidad y servicio. También se continuó con el programa de ahorro energético mediante la implementación de tecnología de iluminación a LED y renovación de equipamientos de frío en tiendas. Asimismo, se alcanzó ahorros en procesos de licitación a nivel nacional o regional de servicios (como energía, seguros, aseo, seguridad, etc.), equipamiento e insumos.

Por otra parte, se continuó avanzando en el fortalecimiento financiero, emitiendo en julio un bono por US 1.000 millones con vencimiento en 2027 y una tasa de 4,419% -la más baja conseguida en la historia de la Compañía-, fondos que se utilizaron para recomprar parte de los Bonos con vencimiento en 2021 y 2023, mejorando la liquidez y perfil de amortizaciones de la deuda. A fines de agosto de 2017 se anunció un plan de venta de

activos no estratégicos por hasta USD 1.000 millones, fondos que serán utilizados para fortalecer la posición financiera, reduciendo la deuda, y para acelerar el crecimiento orgánico en la Región. El plan está en desarrollo y se estima su ejecución dentro de los 12 a 18 meses desde la fecha de su anuncio. En Finanzas se integró la operación administrativa y financiera de Brasil sobre SAP FICO Regional on Hana, alcanzando de esta manera tenerlos 5 países y todos los negocios del grupo sobre una misma plataforma y versión de ERP.

- 3. Tendencias:** En Supermercados se implementó la plataforma *cloud* de *e-commerce* en Colombia y Perú y se avanzó con el piloto en Chile y Argentina, lo cual traerá beneficios en la capacidad de despacho a domicilio y mejor respuesta frente a *peaks* de demanda. También se continuó ampliando las alternativas de compra y servicio al cliente, ofreciendo despacho *express* en las capitales de Chile (90 minutos) y Argentina (120 minutos), aumentando la cobertura de compra online y retiro en tienda ("*Click&Collect*") y entrega de pedidos al auto ("*DriveThru*"). Es así como en Argentina se llegó a 213 puntos de *Click&Collect* y 10 *DriveThru* y en Chile ya se ofrece 17 y 9 de estos puntos de retiro, respectivamente, mientras que Perú y Colombia se comenzó con el primer piloto de *DriveThru*. Adicionalmente, se inició la implementación de la venta en verde en Argentina y Colombia. Por otra parte, en Supermercados Chile se implementó un nuevo sistema de POS (*Point of Sale*) que entre otros beneficios incluye un sistema de promociones de última generación, permite adoptar en forma masiva tecnologías como *self check out* y agiliza y mejora la experiencia en cajas. En Supermercados Perú se inició el programa transformacional de sistemas, con la puesta en marcha de SAP Retail on Hana, sistema de última generación que permitirá una gestión más eficiente de la operación.

En Tiendas por Departamento se realizaron mejoras en el desempeño de la plataforma, tales como el rediseño del flujo de pago, la incorporación de un motor de validación de fraudes automático y el rediseño de toda la experiencia de navegación con foco en potenciar la venta de vestuario. También se continuó la expansión de retiro en tienda, alcanzando 55 puntos entre locales Paris, Jumbo, Easy, Santa Isabel y puntos de retiro en los veranos. Este año adicionalmente se sumó al canal digital el inventario de las tiendas para el retiro en locales Paris, se alcanzó la disponibilidad de más de 180 kioscos en tienda. Paris.cl recibió importantes reconocimientos: fue nominado como el mejor sitio web de Retail de Chile por Ecommerce Institute y la Cámara de Comercio de Santiago, y fue premiado como sitio N°1 en experiencia *mobile* de Chile según MDEX de IPG Media Brands, por ser la marca más preparada y vanguardista en el ámbito Mobile.

En Mejoramiento del Hogar, se amplió la oferta del surtido mediante la venta en verde y en el caso de Argentina, se implementó el pago en línea lo que permitió reducir en 24 horas la entrega e, igual que Supermercados, se migró la página web a *cloud* para aumentar en 3,3 veces la capacidad de visitas simultáneas. Además, se implementó un *software* que mejora la experiencia de venta asistida en tienda y en terreno, tanto para el canal minorista como mayorista, utilizando apps en la experiencia de compra Omnicanal.

En Recursos Humanos se implementó *e-learning* en la región, capacitando a 119.000 colaboradores donde se encuentran publicados 1.658 materiales de formación aumentando la cobertura y bajando el costo de capacitación.

En Tecnología se adoptó el sistema de trabajo *Lean-Agile* en el desarrollo de software, también se avanzó en la implementación de la estrategia de infraestructura multi-nube.

En Sostenibilidad, Cencosud ha sido incluido en el Índice Dow Jones Mercados Emergentes por segundo año consecutivo y además en 2017 ingresó al reciente índice Dow Jones MILA Pacific Alliance.

Información de Contacto

Marisol Fernandez	Natalia Nacif	Alexandra Kemp
Gerente Relación con Inversionistas	Subgerente Relación con Inversionistas	Analista Relación con Inversionistas
Tel +562 2959 0545	Tel +562 2959 0368	Tel +562 2200 4395
mariasolesad.fernandez@cencosud.cl	natalia.nacif@cencosud.cl	Alexandra.kemp@cencosud.cl

Disclaimer

Cencosud es un retailer multi-marca que opera a través de distintos formatos, incluyendo supermercados, mejoramiento del hogar, centros comerciales, y tiendas departamento. Cencosud tiene sus oficinas basadas en Chile y operaciones en Chile, Argentina, Brasil, Colombia y Perú.

Las declaraciones contenidas en este comunicado en relación con perspectivas del negocio de la Compañía, las proyecciones de operación / resultados financieros, 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 en relación con el futuro de la Compañía. Estas expectativas son altamente dependientes de los cambios en el mercado, el rendimiento económico general de América Latina en particular la de los países donde tenemos operaciones, la industria y los mercados internacionales y por lo tanto sujetos a cambios.

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