cencosud day Rio

Retail financiero

Septiembre 2015

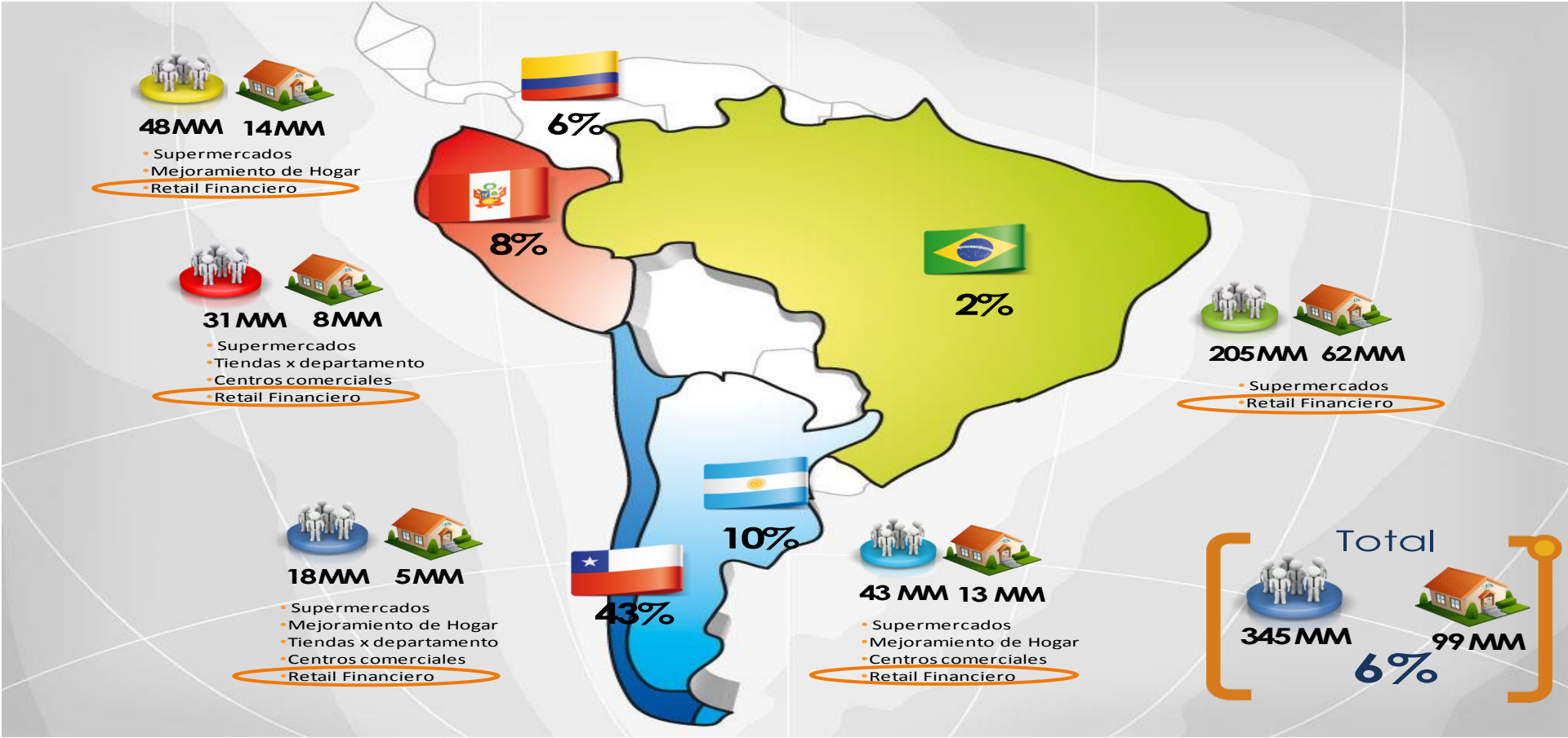
Nuestra Visión de Retail Financiero Cencosud

Ser reconocidos como la compañía de Retail Financiero que entrega la mejor experiencia a sus clientes en Latinoamérica, convirtiéndose en un apoyo estratégico para lograr los objetivos del retail, alcanzando una alta rentabilidad ***con una mirada global de Cencosud***



Clientes Cencosud y Retail Financiero

Llegamos a 1 de cada 16 hogares



Modelo de negocio

NEGOCIOS RETAIL

Productos requeridos por los Clientes

- Comida
- Vestuario
- Artículos para el Hogar
- Artículos para la Construcción
- Otros



PROGRAMA FIDELIZACIÓN

RETAIL FINANCIERO

Conocimiento del Cliente a través de

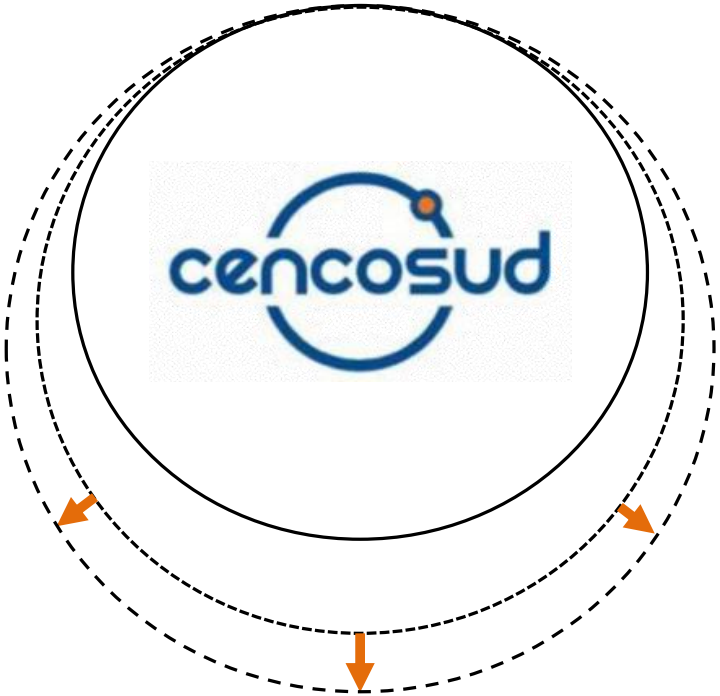
- Programa de Fideliización de Clientes:
- Segmentación
- Identificación de nuevas necesidades

Otras necesidades del Cliente

- Financiamiento
- Seguros
- Viajes y Entretención
- Internet, Catálogos y otros

Estrategia negocio retail financiero

Evolución de retail financiero

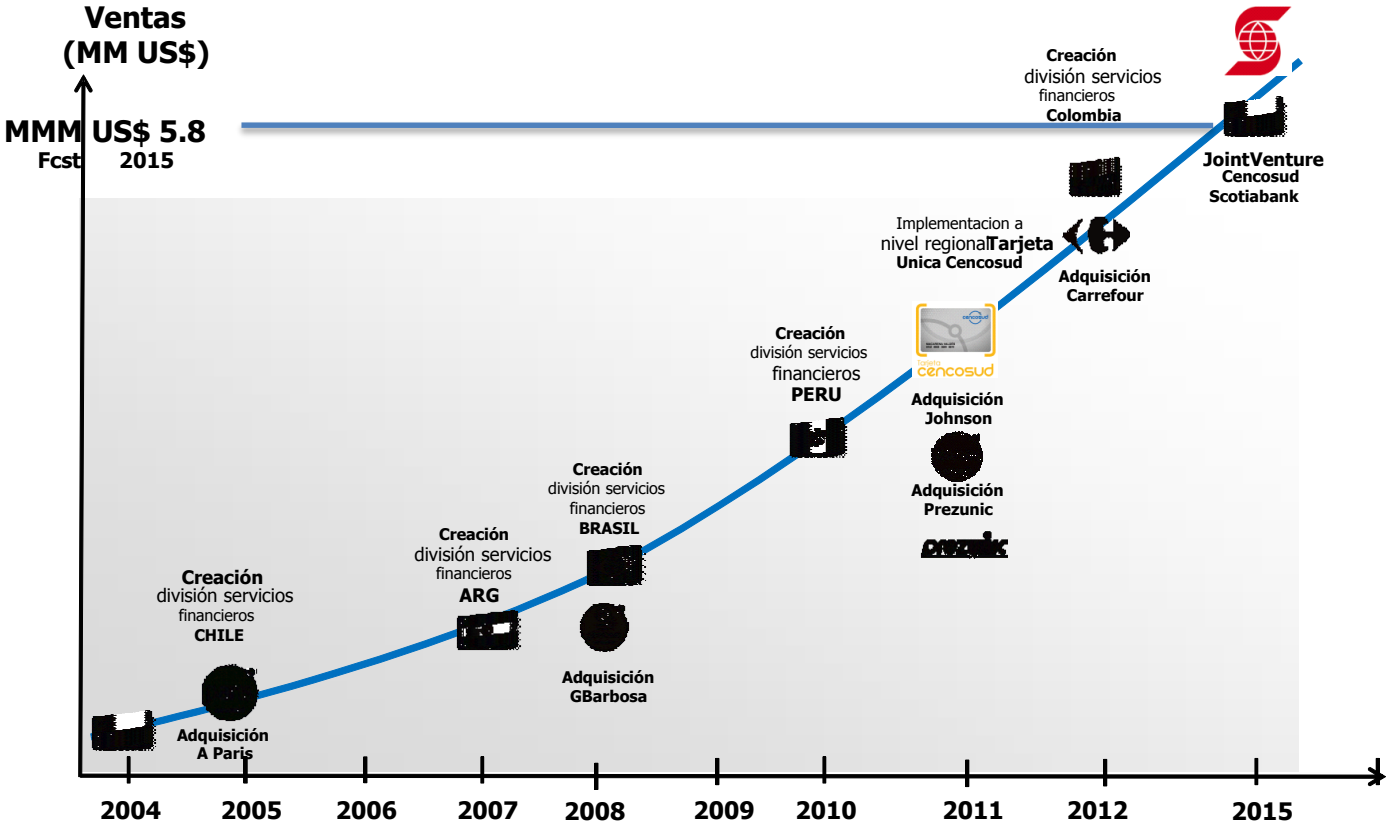


1 Oferta base
- Tarjeta de crédito cerrada, sin convenios
  - Vinculación de clientes
  - Acceso a los productos Cencosud
  - Profundización en la relación con los clientes

2 Evolución de la oferta
- Convenios de tarjeta de crédito cerrada
- Seguros
- Créditos de consumo / super avances
- Tarjeta de crédito abierta (Visa/Mastercard)
- Giftcard cerrada
- Avances en efectivo

3 Solución financiera integral para nuestros clientes
- Oferta retail banca masiva
- Depósitos e inversiones

Que ha pasado en estos 10 años…

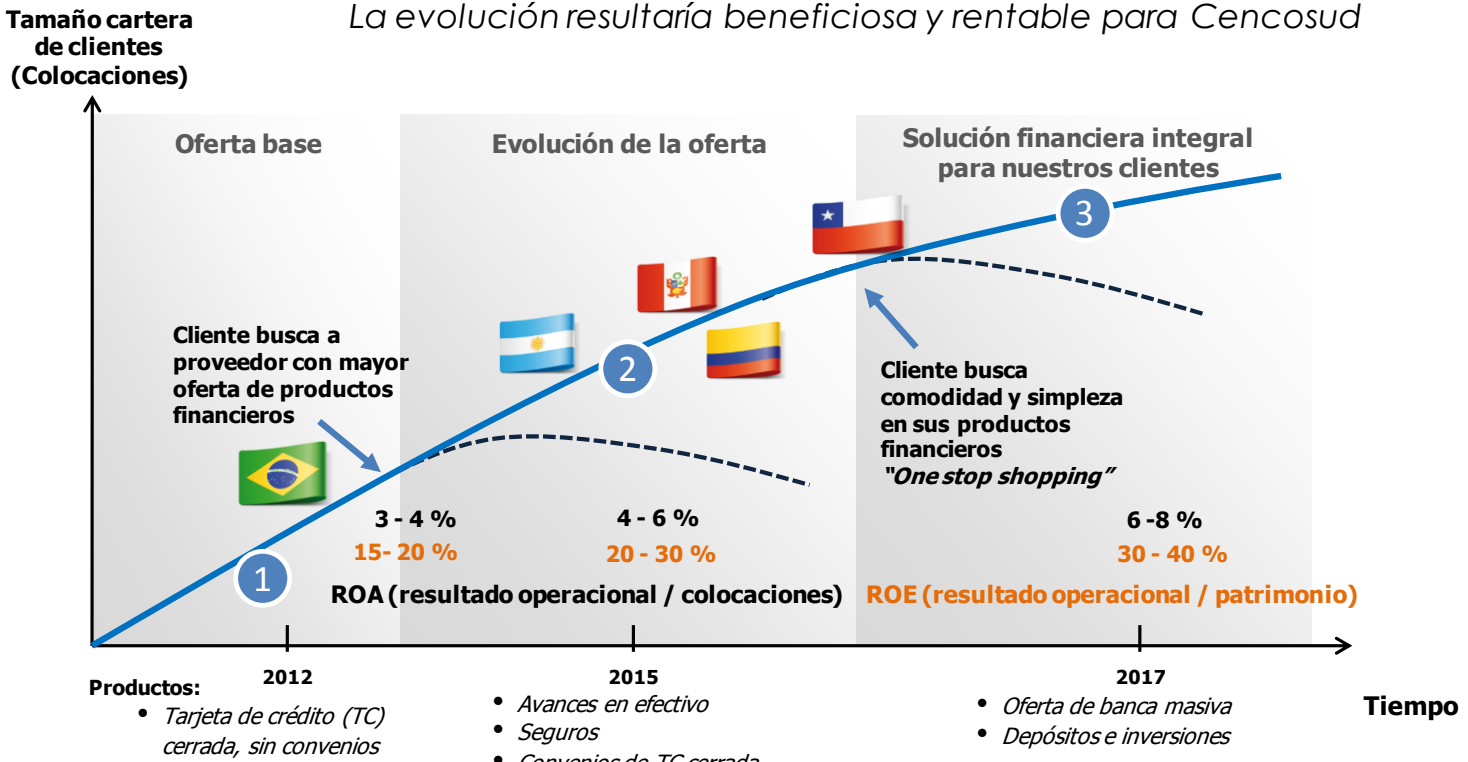


A Julio 2015 las Ventas alcanzan a MMM 3.0 (usd prom 2014)

usd prom 2014

Evolución del negocio de retail financiero

Ampliar la oferta de productos financieros es necesaria...
La evolución resultaría beneficiosa y rentable para Cencosud



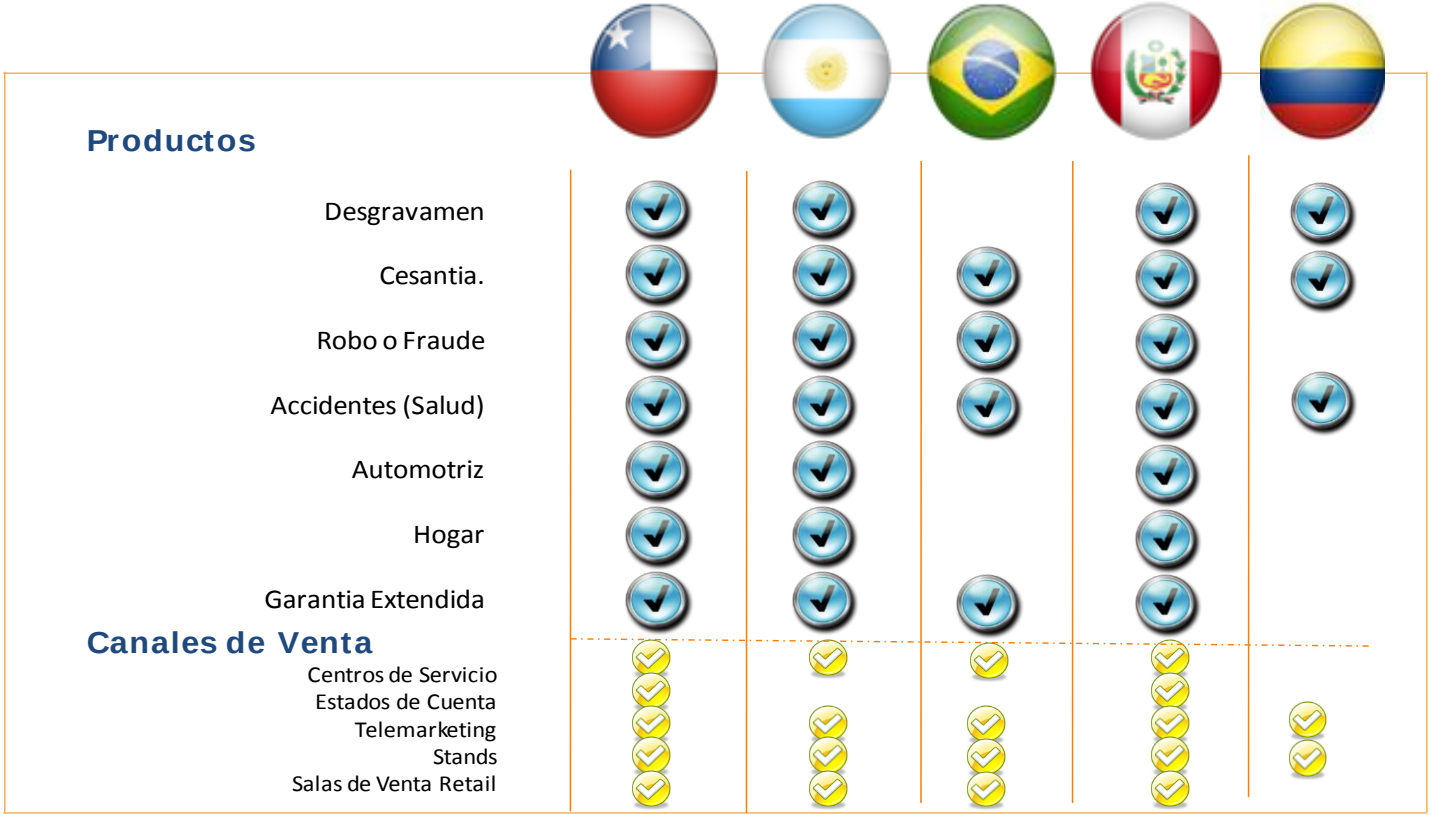
Retail Financiero Hoy

					
TARJETA DE CREDITO	Tarjeta Cencosud Cerrada Visa y Master JV Scotiabank	Tarjeta Cencosud cerrada Master	Tarjeta cerrada Visa y Master JV Bradesco.	Tarjeta cerrada Visa y Master .	Tarjeta cerrada Visa JV Colpatria
BANCOS	Banco Paris (en venta)	—	—	Banco Cencosud	—
SEGUROS	Corredora de Seguros propia	Distribución de Seguros	Distribución de Seguros	Distribución de Seguros	Tercerizados (SOAT)

Atributos de la Tarjeta de Crédito

Acceso a compra y pago en nuestro retail	Se acepta en nuestros retailers: Jumbo, Sisa, Easy, Johnson y Paris.	Se acepta en nuestros retailers: Jumbo, Easy, VEA, Disco, Blainstein.	Se acepta en GBarbosa. y Bretas	Se acepta en Wong, Paris y Metro	Aceptada en Jumbo, Metro y Easy.
Compra en Comercios Asociados	Bencineras, Farmacias, Telecomunicaciones, Salud, Educación, Entretención, Viajes y otros	Se acepta en LAN airlines Entretención . Asociada a MASTER	Asociada con VISA y MASTER	Asociada con VISA y MASTER	Asociada con VISA
Acceso a Dinero	Avances en cajas del retail y ATMs (3 a 36 m) y Super Avances (12 a 48 m)	NO.	Avances (solo en Bretas)	Avances y SiperAvances en cajas del retail	Avances solo en ATM para Tarjetas Cobranding
Programa de Fidelización	Programa Puntos Cencosud. Canje en salas de venta. Cualquier compra genera puntos.	Programa Jumbo	No, sin programa de fidelizacion	Programa bonus Canje en puntos especificos	Programa Puntos Cencosud

Atributos de los Seguros



Con una marca global



Durante 2012 Lanzamos Tarjeta Cencosud - única marca para toda la región.

Una sola tarjeta con una propuesta de valor relevante, coherente y transversal que a la vez transmitiera los valores de la marca.

Una Tarjeta que nos permitiera crear una experiencia de marca que generara un mundo de disfrute en el mundo Cencosud

Y a la vez fuera la embajadora de la marca para toda la región.

Una sola tarjeta para todos nuestros retails



Con valores y personalidad que nos identifican

Energizada y Alegre + Auténtica y Clara + Cercana y Empática



Alegre y llena de **vida**. **Activa y dinámica. Entretenida!** Permanentemente **haciendo cosas** y buscando **beneficios para los demás.**



Se muestra tal cual es. **Natural , espontánea y actual, a tono con los tiempos. Habla directo, claro y transparente**. Tiene un **espíritu característico,** una **"onda" con un estilo propio** que la distingue**, hace atractiva y querible**



Comprensiva , amable y amistosa. Apoya y acompaña en cada etapa del camino. Una persona que siempre **está presente cuando se necesita.**

Con un tono y estilo comunicacional propio

Alegre – Dinámico – Entretenido - en situación de disfrute – Optimista – Cercano - Fresco

y con un branding representativo y consistente

- Con códigos gráficos reconocibles que identifican la comunicación de nuestra marca.
- **Un color propio : Naranjo** un color que comunica **energía y alegría** a la vez transmitiendo **optimismo y vitalidad**
- **Y un contenedor que es parte del branding de la tarjeta: Un paréntesis**





- ✓ Lo mejor de las Tarjetas de retail + lo mejor de las Tarjetas Bancarias
- ✓ Se puede comprar en nuestros retail, en otros comercios y en el exterior (Tarjeta abierta)



Con un modelo de aportes comerciales entre los negocios de Retail y Retail financiero

Descripción

Por cada compra que hacen los clientes de Cencosud con nuestras Tarjetas se genera un fondo de aportes comerciales para el retail, con el objetivo de incentivar el uso de nuestro medio de pago a través de promociones y descuentos

Descripción del modelo:

1. Incentiva y diferencia el aporte comercial a través de **la participación de la venta,** de acuerdo a la maduración del negocio
2. Incentiva y diferencia el aporte comercial a través de **el número de transacciones,** de acuerdo a la maduración del negocio
3. Incentiva y diferencia el aporte comercial **si la venta es sin o con intereses**
4. Incentiva y diferencia el aporte comercial **por tramo de cuotas** si la venta es con intereses
5. Incentiva y diferencia el aporte comercial **a los productos financieros,** de acuerdo a la maduración del negocio



El Retail es el dueño de lo que pasa en la tienda en todo lo relativo a la tarjeta y es el responsable de impulsarla

El modelo de aportes comerciales requiere de compromisos de parte de los negocios

Prestaciones de retail
1 Priorización de **desarrollo de POS**
2 **Integración** de Retail Financiero, Fidelidad y Retail en las ofertas, presencia en sala y comunicación
3 Promoción de la **Tarjeta Cencosud como principal medio de pago**, a través de ofertas preferenciales
4 Alineación entre **sistemas de incentivos** de Retail y Retail Financiero
5 **Estándares de servicio de primer nivel** para la operación en tienda de los productos de Retail Financiero
6 **Recaudación en cajas** para pago de estados de cuenta
7 Asignación de **espacio en tiendas** para puntos de venta y servicio post venta



El Retail es el dueño de lo que pasa en la tienda en todo lo relativo a la tarjeta y es el responsable de impulsarla

Con beneficios para Cencosud

Descripción
1 Aumento de la **vinculación**
2 Aumento de la **frecuencia y la venta**
3 Disminución de **tasas de abandono**
4 Ahorro en el **Merchant discount**
5 **Ventas marginales** y/o adicionales
6 **Precios competitivos:** Ofertas o descuentos se pueden realizar con la propia tarjeta sin sacrificar margen sobre el total de la venta
7 Segmentación de **precios para clientes especiales**
8 Mayores **aportes comerciales**



El Retail es el dueño de lo que pasa en la tienda en todo lo relativo a la tarjeta y es el responsable de impulsarla

Debemos abordar y vincular a TODO cliente que compra en nuestros retails



¿Cliente identificado?

No

- Cliente desconocido

Si

Puntos Cencosud, Bonus, Jumbo Más, RUT, CI, CPF

¿Aprobado por riesgo?

No

- Cliente rechazado por riesgo

Si

Cliente sujeto de crédito



¿Quiere Tarjeta Cencosud?

No

- Cliente sin Tarjeta Cencosud

Si

Cliente TC Cencosud

TARJETA cencosud

¿Utiliza la tarjeta?

Si

NO

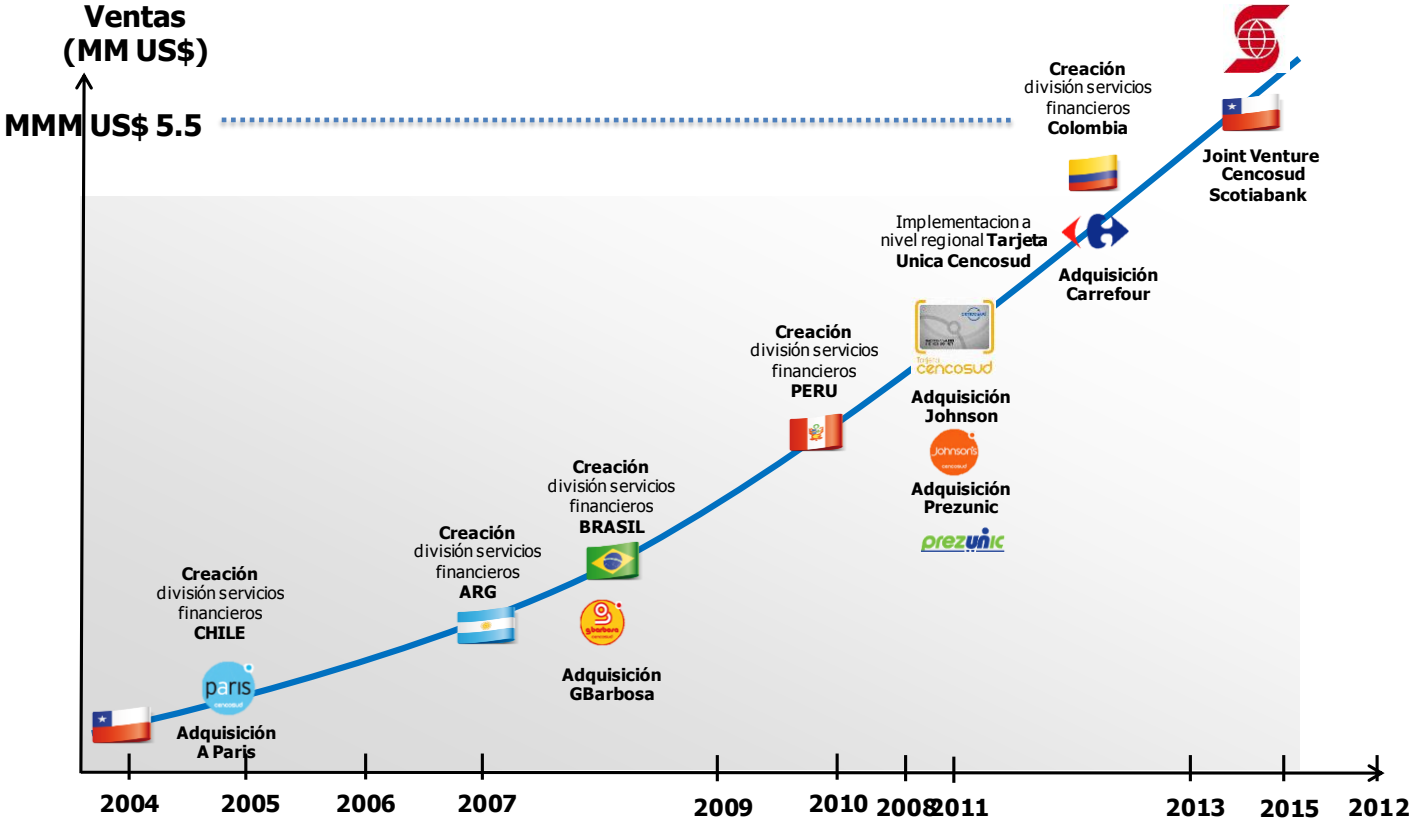
ACTIVO Tarjeta Cencosud



INACTIVO usa otros medios de pago

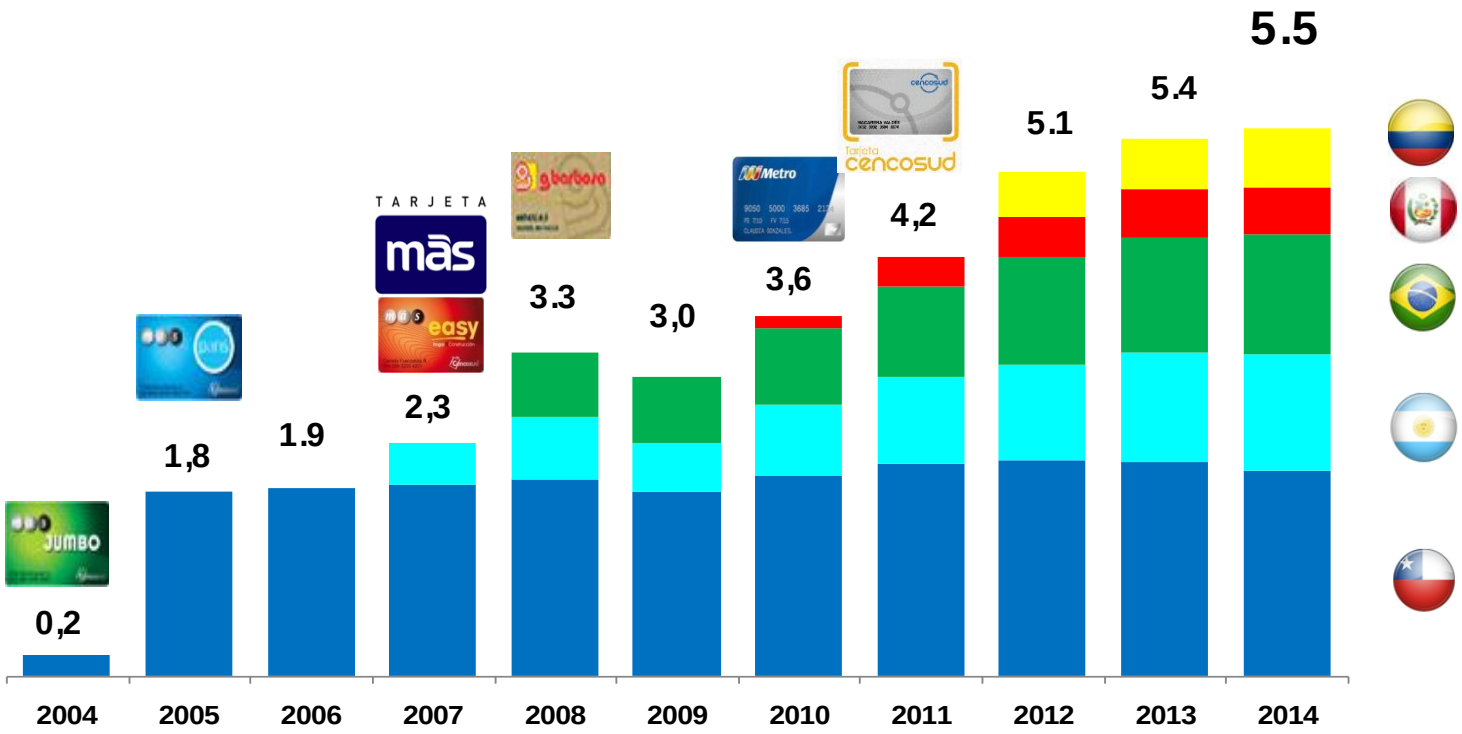


Que ha pasado en estos 10 años…



A Julio 2015 las Ventas alcanzan a MMM2.7

Evolución de Tarjetas de crédito vigentes



A Julio 2015 el stock de Tarjetas alcanzaron a MM 5.7

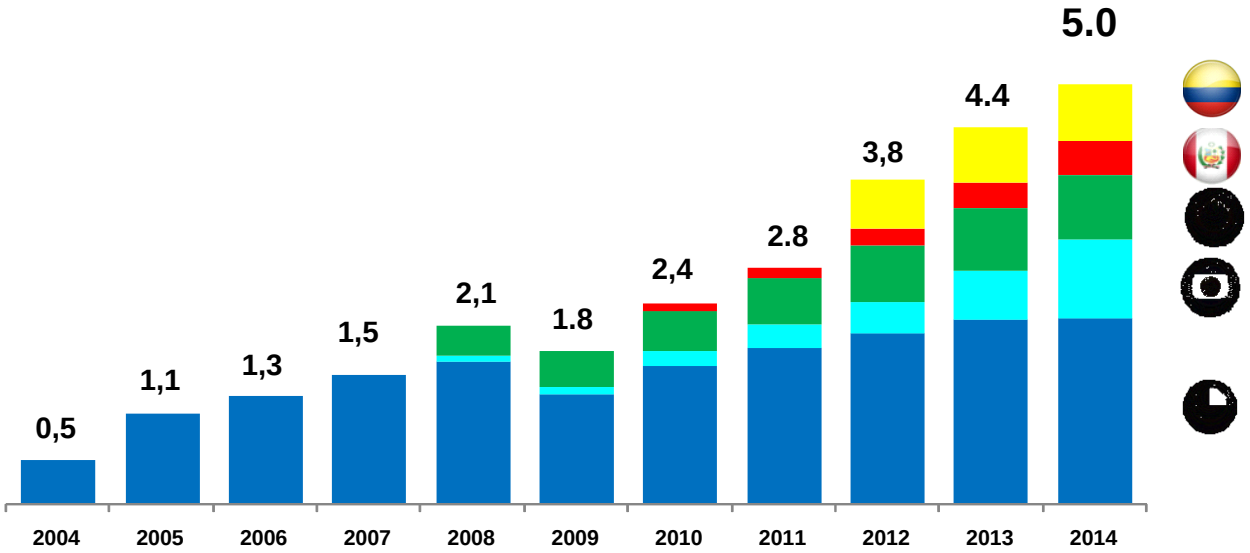
y con plasticos Cencosud MM 3.3

Tarjetas titulares vgtes a Dic de cada año

Evolución de las Ventas con Tarjeta

MM USD

El año 2014 las ventas de RF superaron los USD 5 billones



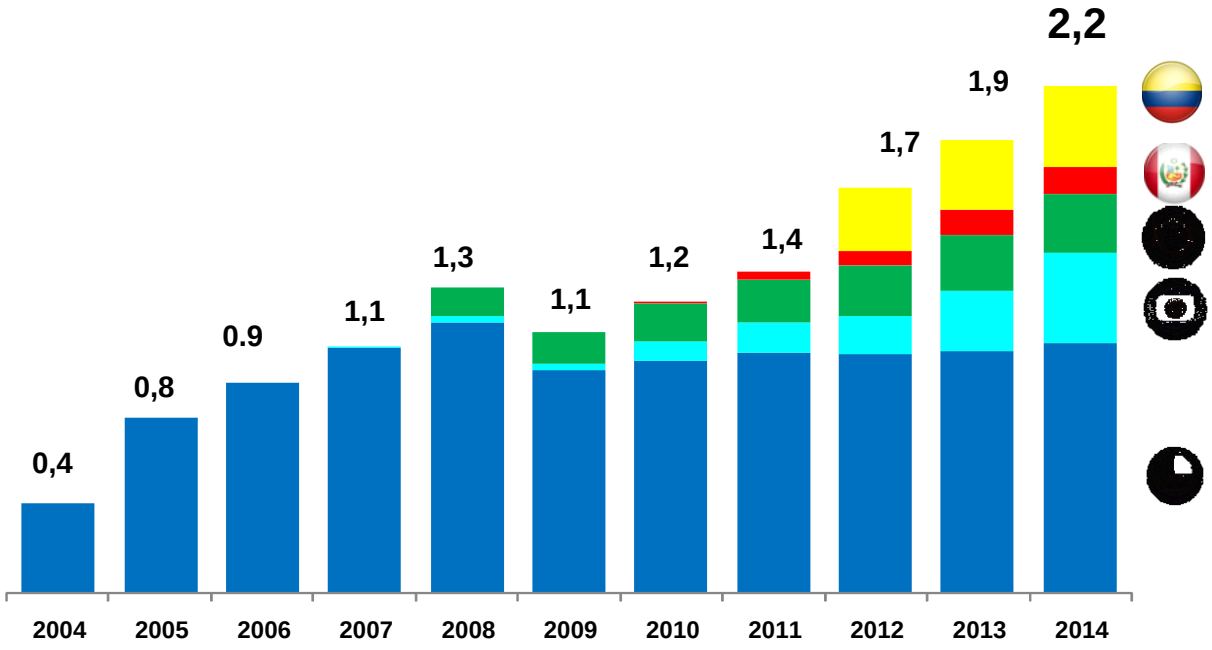
A Julio 2015 las ventas alcanzaron a MM USD 3.0 (usd prom 2014)

USD prom2014

Evolución de las Colocaciones

MMUSD

Las colocaciones alcanzaron los USD 1,3 billones previo a la crisis del 2009 y se observa hoy una recuperación llegando a los USD 2,2 billones en el 2014 .



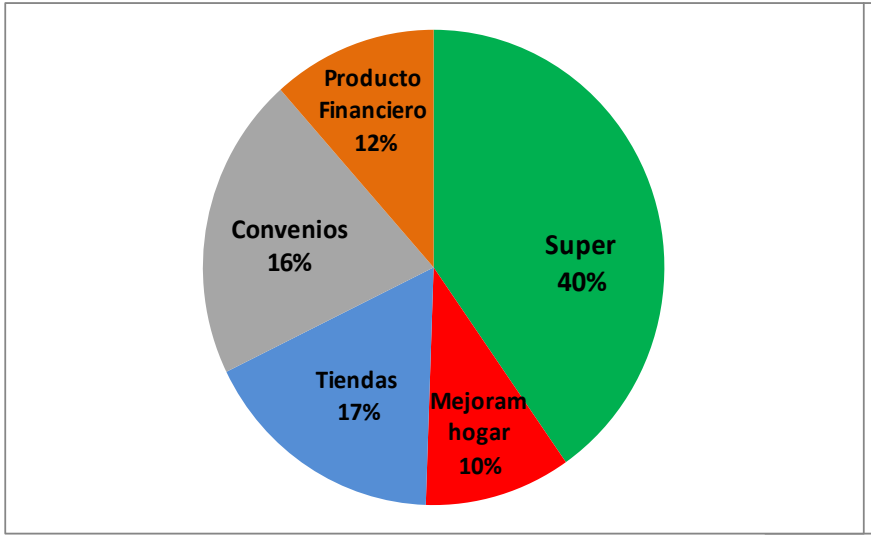
A Julio 2015 las colocaciones alcanzaron USD 2.2 billones (usd prom 2014)

USD Promedio 2014

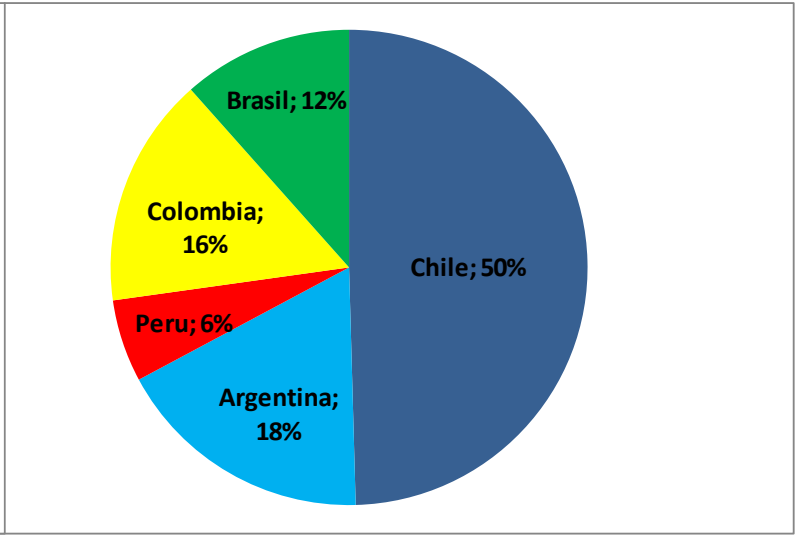
Composición de Ventas y Colocaciones

2014

Composición de Ventas con Tarjeta
MMMUSD 5.0



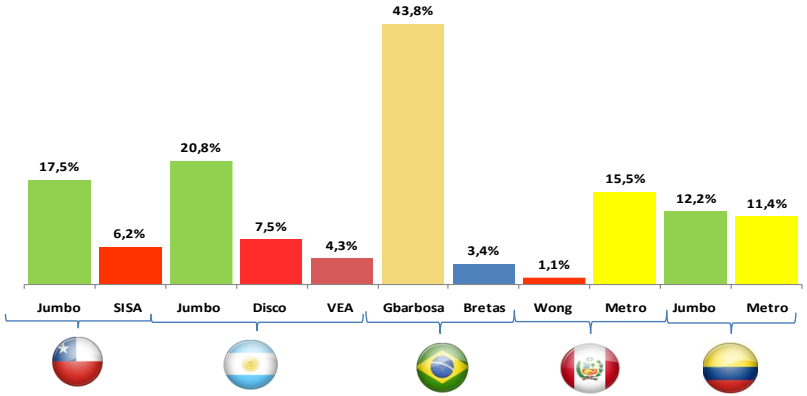
Composición de las colocaciones
MMMUSD 2.2



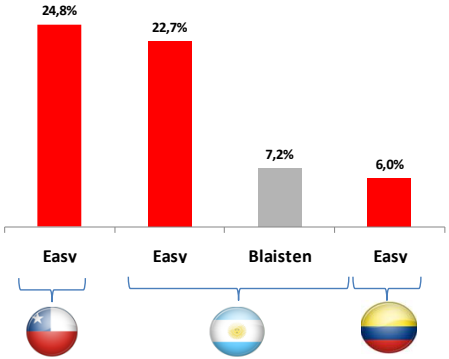
USD Promedio 2014

Participación de nuestras Tarjetas en los Retailers

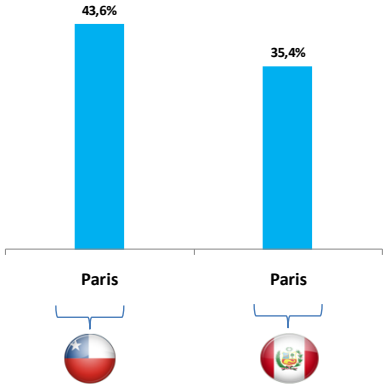
(2014)



Mejoramiento del Hogar



Tienda por Departamento



Joint Venture Cencosud – Scotiabank

Descripción de la Transacción

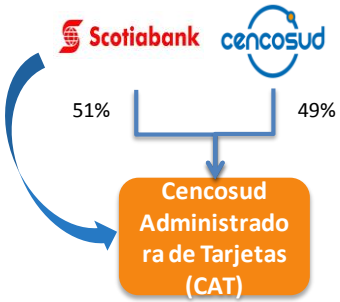
El 20 de junio 2014, Cencosud anunció un acuerdo con Banco Scotiabank, para administrar en conjunto el negocio financiero de Cencosud en Chile, Cencosud Administradora de Tarjetas (CAT), incluyendo las tarjetas de crédito y el portfolio de créditos de consumo de Banco París

Scotiabank pagará US$ 280 millones por el 51% del negocio financiero en Chile por un período de 15 años

Adicionalmente, Scotiabank se compromete a financiar el 100% de la cartera del negocio financiero en Chile y su crecimiento futuro por hasta US$ 3.000 millones

La transacción se encuentra sujeta a aprobación regulatoria en Chile y Canadá y se espera su cierre para el 4Q'14

Estructura Post-Transacción



Positiva Transacción para la Compañía

Esta transacción **trae a Chile el mismo modelo de negocio implementado** en Brasil y Colombia

Cencosud **reducirá sus necesidades de capital de trabajo** (actualmente 50% de las cuentas por cobrar y 5% de las cuentas por pagar están relacionados al negocio financiero de Cencosud) ya que Scotiabank financiará el crecimiento

La transacción permite tener un **mayor foco en las operaciones del negocio retail**

La transacción permitirá a Cencosud **reducir su Deuda Total Consolidada en ~US$ 1.180 millones**, fortaleciendo su posición financiera

We expect a positive reaction and we maintain our HOLD recommendation
BICE Inversiones
Junio 2014

Deal With Scotiabank Decreases Risks Of a Ratings Downgrade. Move To OW From Neutral
JP Morgan
Junio 2014

Positive on Scotiabank deal; upgrade to Buy and increase Target Price
CITI
Junio 2014

Deal to reduce leverage (maintain investment grade) and release future cash flow to accelerate growth
LARRAIN VIAL
Junio 2014

Cencosud's Credit Card Joint Venture in Chile Positive to Credit Quality
Fitch Ratings
Junio 2014

Nuestro Sueño es ser el principal medio de pago de cencosud

10.000.000

de clientes comprando con nuestras Tarjetas Cencosud en nuestros retails





De cada **3** dólares vendidos por Cencosud,

1 será pagado con nuestras Tarjetas.

Retail financiero

Septiembre 2015

Muchas Gracias