Presentación Corporativa 1T17

cencosud

DESTACADOS DE INVERSIÓN

- LA ESTRATEGIA
- MIRANDO HACIA ADELANTE

¿POR QUÉ INVERTIR EN CENCOSUD?

1 PRINCIPAL RETAILER MULTI-FORMATO EN SUDAMÉRICA[1]

- ✓ 5 divisiones de negocio y 5 países
- ✓ Posiciones de liderazgo en la región
- ✓ Market Cap USD 8,2 bn
- ✓ 135.235 colaboradores
- ✓ 1.117 tiendas + 54 centros comerciales
- ✓ 3,6 mm m^2 de espacio retail
- ✓ 788.646 m^2 de GLA de centros comerciales arrendado a terceros

2 IMPORTANTE PORTFOLIO DE MARCAS CON UNA ESTRATEGIA MULTI-FORMATO INTEGRADA

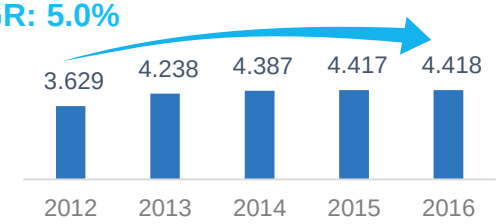
- ✓ Reconocido portfolio de marcas

3 INCOMPARABLE HISTORIA DE CRECIMIENTO CON VALIOSO LAND BANK

- ✓ 6,2 mm m^2 de land bank para futuro crecimiento en la región

SUPERFICIE DE VENTAS TOTAL ('000 sqm)

CAGR: 5.0%



4 DIRECTORIO Y ADMINISTRACIÓN CON EXPERIENCIA

- ✓ Normas de Gobierno Corporativo en línea con requisitos regulatorios para un emisor registrado en NYSE
- ✓ 9 miembros del Directorio
  - ✓ 3 de la Familia Paulmann
  - ✓ 2 Independientes
- ✓ Comité de Directores:
  - ✓ Total de 3 miembros; 2 independientes

5 LISTADO EN BCS[2] CALIFICADO GRADO DE INVERSIÓN POR MOODY'S Y FITCH

- ✓ Listado en BCS (2004)
  - ✓ 46.3% Free Float
  - ✓ Volumen Promedio diario transado: USD8,4mm
  - ✓ Volumen total transado en 2016: USD2.109mm
- ✓ Calificado Grado de Inversión por Moody's y Fitch Ratings
- ✓ Miembro de DJSI Mercados Emergentes

6 POSICIÓN PRIVILEGIADA PARA BENEFICIARSE DE UN MEJOR ENTORNO ECONÓMICO

- ✓ Posiciones de liderazgo en la región
- ✓ Perú:
  - ✓ 132.517 m^2 de land bank
  - ✓ Proyecto La Molina
- ✓ Brasil y Argentina
  - ✓ Recuperación economía
  - ✓ 3,2 mm m^2 land bank en Argentina

1 Cifras a marzo 2017. Cifras trasladadas a USD a tipo de cambio constante de CLP 664 por dólar americano
2 BCS significa Bolsa de Comercio de Santiago

CENCOSUD: UN LÍDER REGIONAL DEL MERCADO

COLOMBIA

JV

3ER SUPERMERCADOS
2DO MEJORAMIENTO DEL HOGAR

PERÚ

2DO SUPERMERCADOS
4TO TIENDAS POR DEPARTAMENTO

CHILE

JV

2DO SUPERMERCADOS
2DO MEJORAMIENTO DEL HOGAR
2DO CENTROS COMERCIALES
2DO TIENDAS POR DEPARTAMENTO

BRASIL

JV

4TO SUPERMERCADOS
Posición de liderazgo en el Nordeste, Minas Gerais y Rio de Janeiro

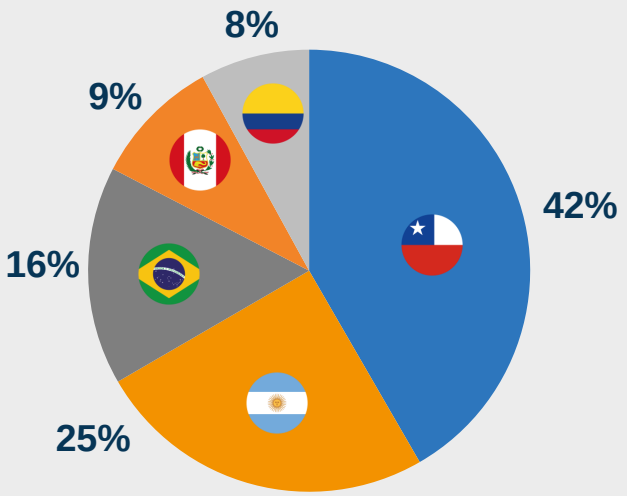
ARGENTINA

2DO SUPERMERCADOS
1ER MEJORAMIENTO DEL HOGAR
1ER CENTROS COMERCIALES

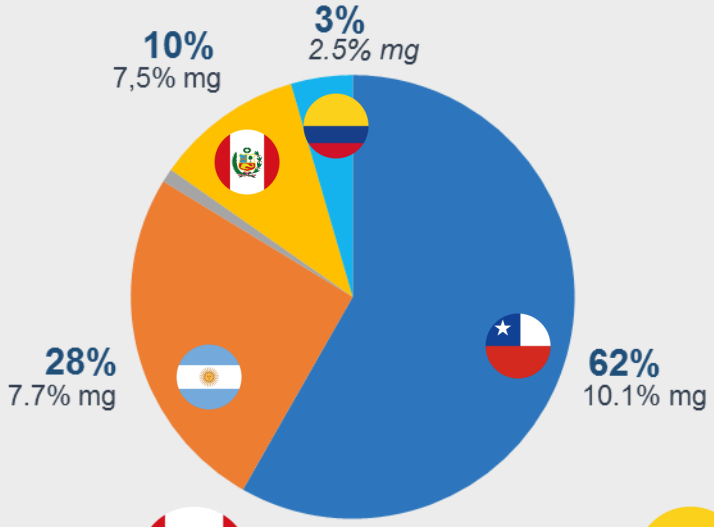
Nota: Servicios Financieros a través de un Joint Venture con Scotiabank en Chile, Bradesco en Brasil y Colpatria en Colombia

LIDER REGIONAL MULTI-FORMATO, DIVERSIFICADO POR NEGOCIO Y GEOGRAFÍA

INGRESOS POR PAÍS (1T17)
US$ 3.801 mm



EBITDA AJUSTADO POR PAÍS (1T17)
US$ 258 mm[1,2] (6,8% mg)



CHILE

- *245 supermercados*
- *35 mejoramiento del hogar*
- *79 tiendas por departamento*
- *25 centros comerciales*
- *S.F.: JV con Scotiabank*

ARGENTINA

- *283 supermercados*
- *51 mejoramiento del hogar*
- *22 centros comerciales*
- *Servicios Financieros*

BRAZIL

- *211 supermercados*
- *Formato Atacarejo*
- *3 regiones diferentes*
- *S.F.: JV con Bradesco*

PERU

- *91 supermercados*
- *10 tiendas por departamento*
- *4 centros comerciales*
- *Servicios Financieros*

COLOMBIA

- *103 supermercados*
- *10 mejoramiento del hogar*
- *2 centros comerciales*
- *S.F.: JV con Colpatria*

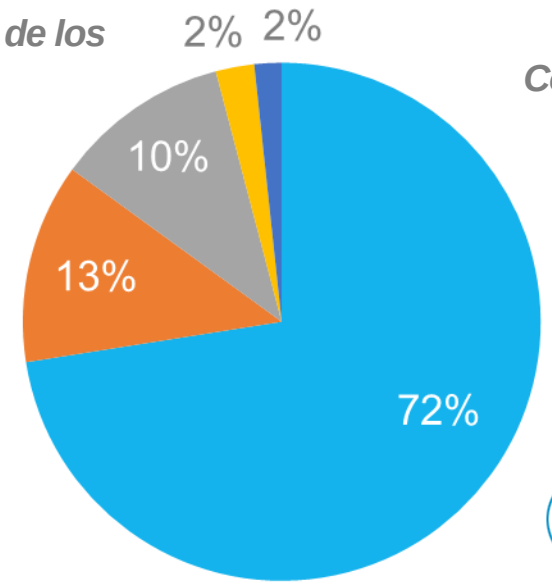
Nota: Cifras convertidas a dólares Americanos a tipo de cambio constante de CLP 664,0 por dólar
1 EBIT representa beneficio atribuible a los accionistas de control antes de impuestos netos de gastos de intereses y de ingresos. EBITDA representa EBIT más depreciación y gastos de amortización. EBITDA Ajustado representa el EBITDA más la diferencia de cambio, ganancias (pérdidas) por unidades de reajuste, menos revaluación de activos.
2 mg = margen EBITDA ajustado

SÓLIDO PLAYER EN FOOD, UN NEGOCIO MÁS RESILIENTE A LOS CICLOS ECONÓMICOS

INGRESOS POR NEGOCIO (1T17)[1]
US$ 3.801 mm[2]

Retail representó 96% de los ingresos

Negocios Complementarios



US$2.732mm

US$500mm

US$396mm

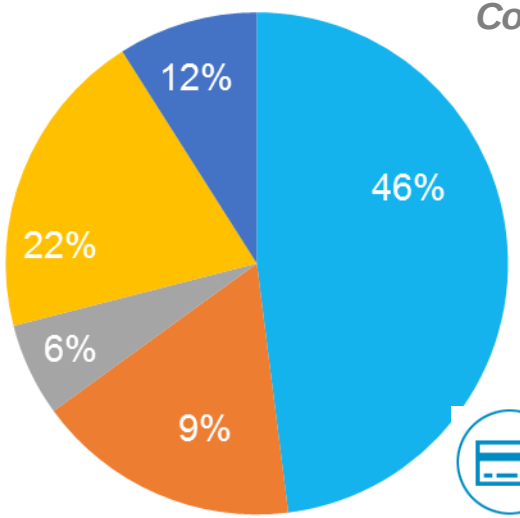
US$90mm[2]

US$80mm

EBITDA AJUSTADO POR NEGOCIO (1T17)[1]
US$ 258 mm (6,8% mg)[3]

Retail representó 71% del EBITDA ajustado[4]

Negocios Complementarios



US$149mm
5,4% mg

US$42mm
9,4% mg

US$21mm
5,2% mg

$38mm
.46,9% mg

$72mm
.80,1% mg

Supermercados | Mejoramiento del Hogar | Tiendas por Departamento | Centros Comerciales | Servicios Financieros

1 Gráfico excluye el segmento "Otros". EBIT representa beneficio atribuible a los accionistas de control antes de impuestos netos de gastos de intereses y de ingresos. EBITDA representa EBIT más depreciación y gastos de amortización. EBITDA Ajustado representa el EBITDA más la diferencia de cambio, ganancias (pérdidas) por unidades de reajuste, menos revaluación de activos.
2 Ingresos y EBITDA ajustado de Centros Comerciales no incluye transacciones con relacionadas
3 Mg = margen EBITDA ajustado

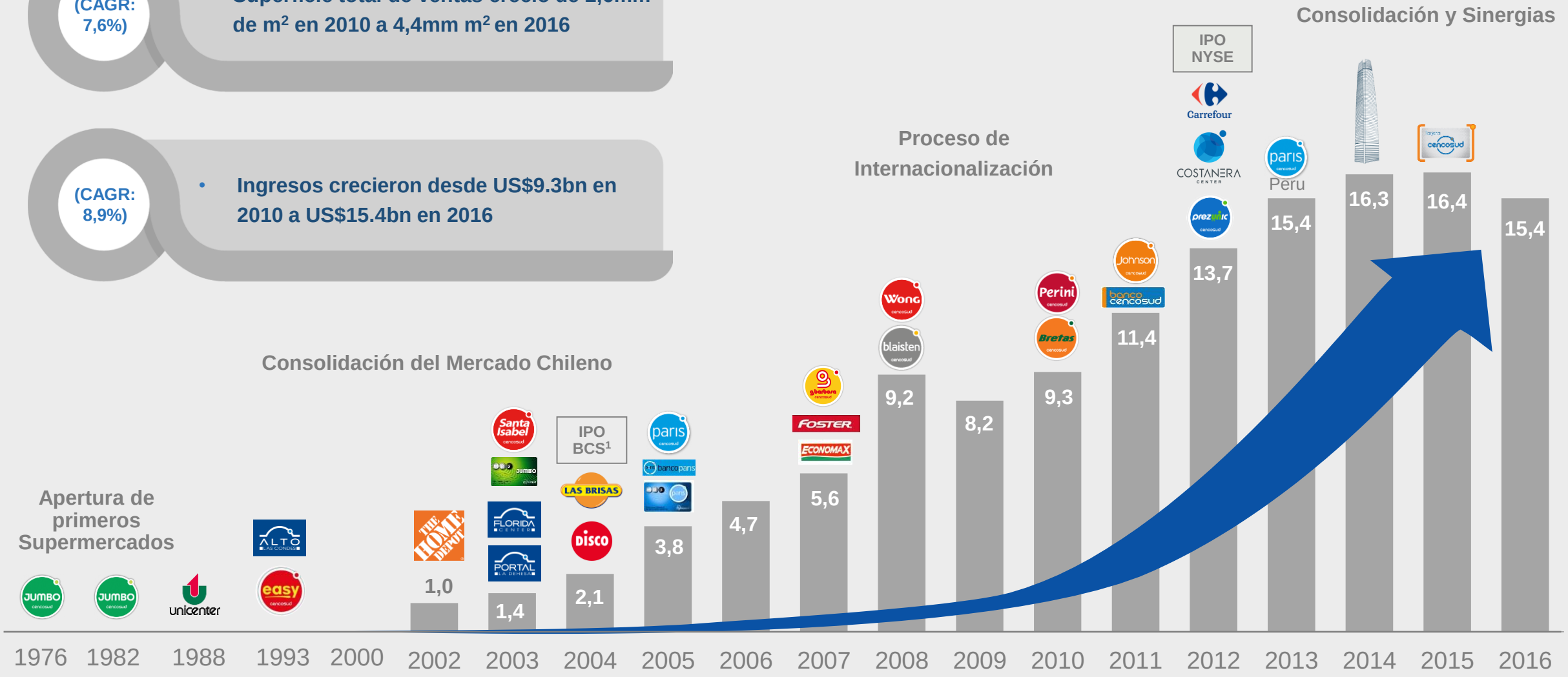
UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO[1]

(CAGR: 7,6%)

- Superficie total de ventas creció de 2,6mm de m² en 2010 a 4,4mm m² en 2016

(CAGR: 8,9%)

- Ingresos crecieron desde US$9.3bn en 2010 a US$15.4bn en 2016

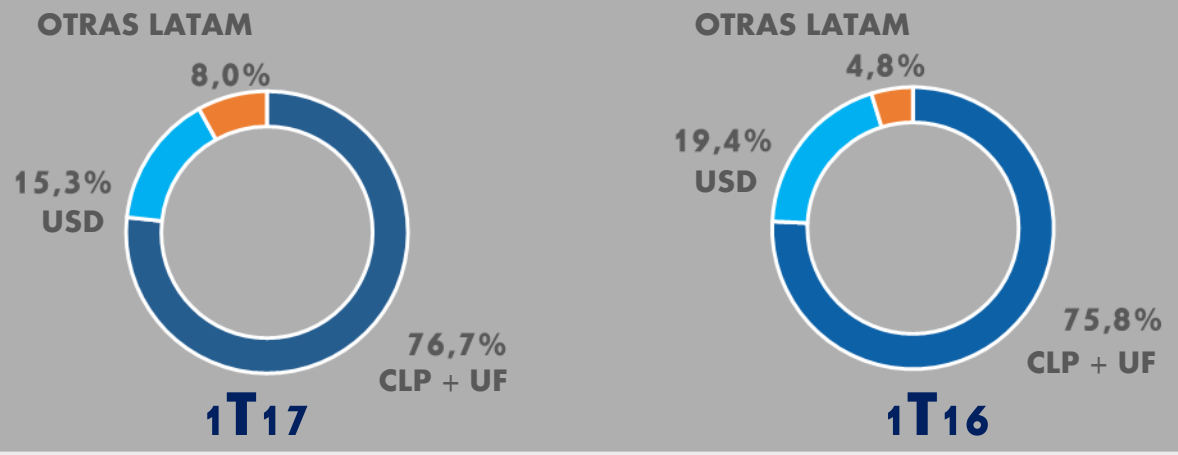


1 Ingresos denominados en USD a tipo de cambio constante de CLP 669,47 por dólar Americano
2 BCS significa Bolsa de Comercio de Santiago

SÓLIDA POSICIÓN DE LIQUIDEZ Y CÓMODO CALENDARIO DE AMORTIZACIONES

- Continuos esfuerzos para mejorar la posición de liquidez de la Compañía
- Cencosud ha mantenido su rating de Grado de Inversión desde la primera emisión internacional
  - Fitch Ratings: BBB- (estable)
  - Moody's: Baa3 (estable)
- Reducción en la exposición a la deuda denominada en USD

DEUDA POR MONEDA (DESPUÉS DE CCS)



EVOLUCIÓN DEUDA FINANCIERA NETA[1]

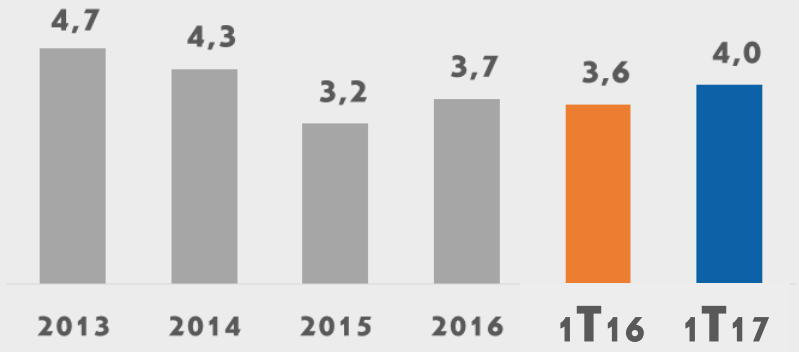
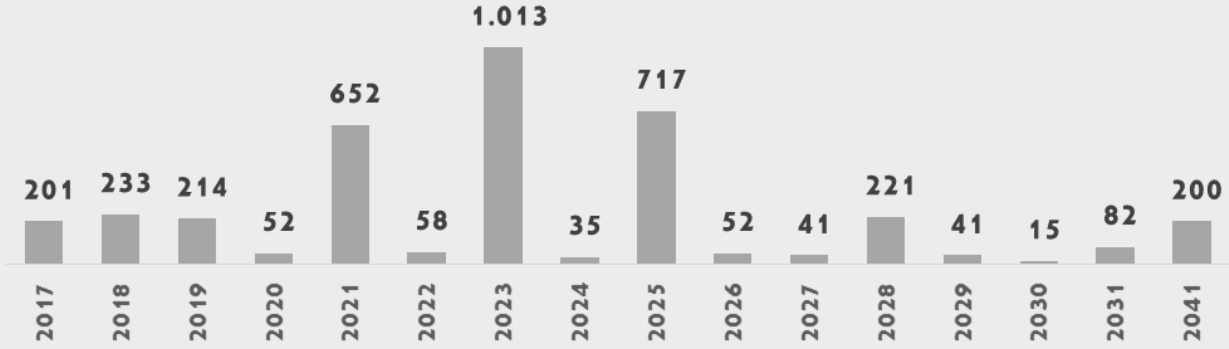


GRÁFICO DE AMORTIZACIONES (USD MM)[2]



1 Deuda denominada en USD usando el tipo de cambio de cierre de fin de cada año
2 Gráfico de amortizaciones no considera sobregiros o deuda de comex. Presentada neta de mark to market de derivados (excluyendo forwards)

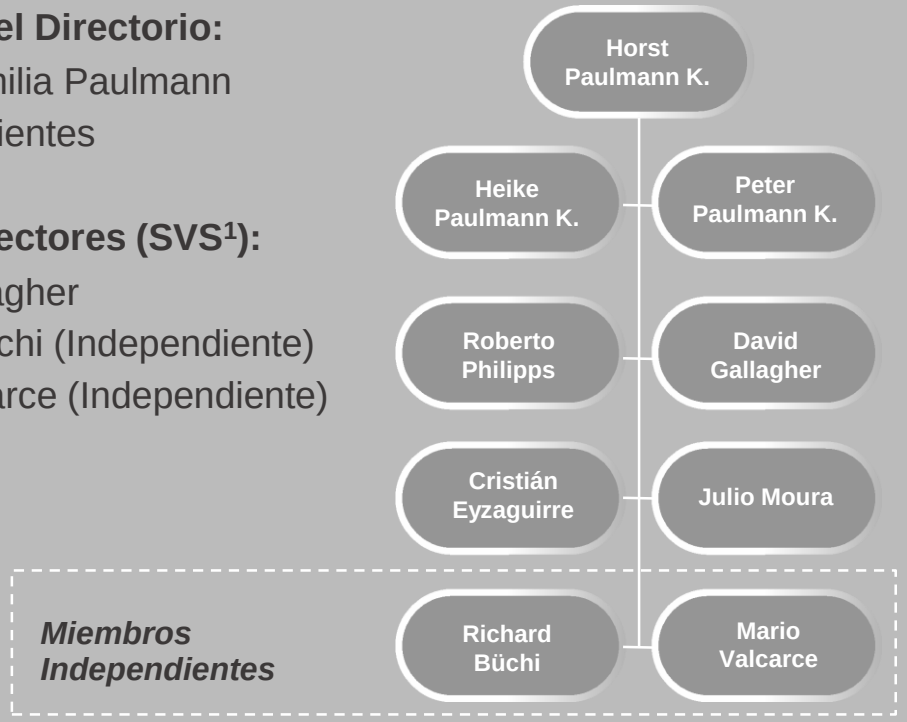
ADMINISTRACIÓN Y DIRECTORIO CON AMPLIA EXPERIENCIA

GOBIERNO CORPORATIVO Y DIRECTORIO

- Normas de Gobierno Corporativo en línea con requisitos regulatorios para un emisor registrado en NYSE

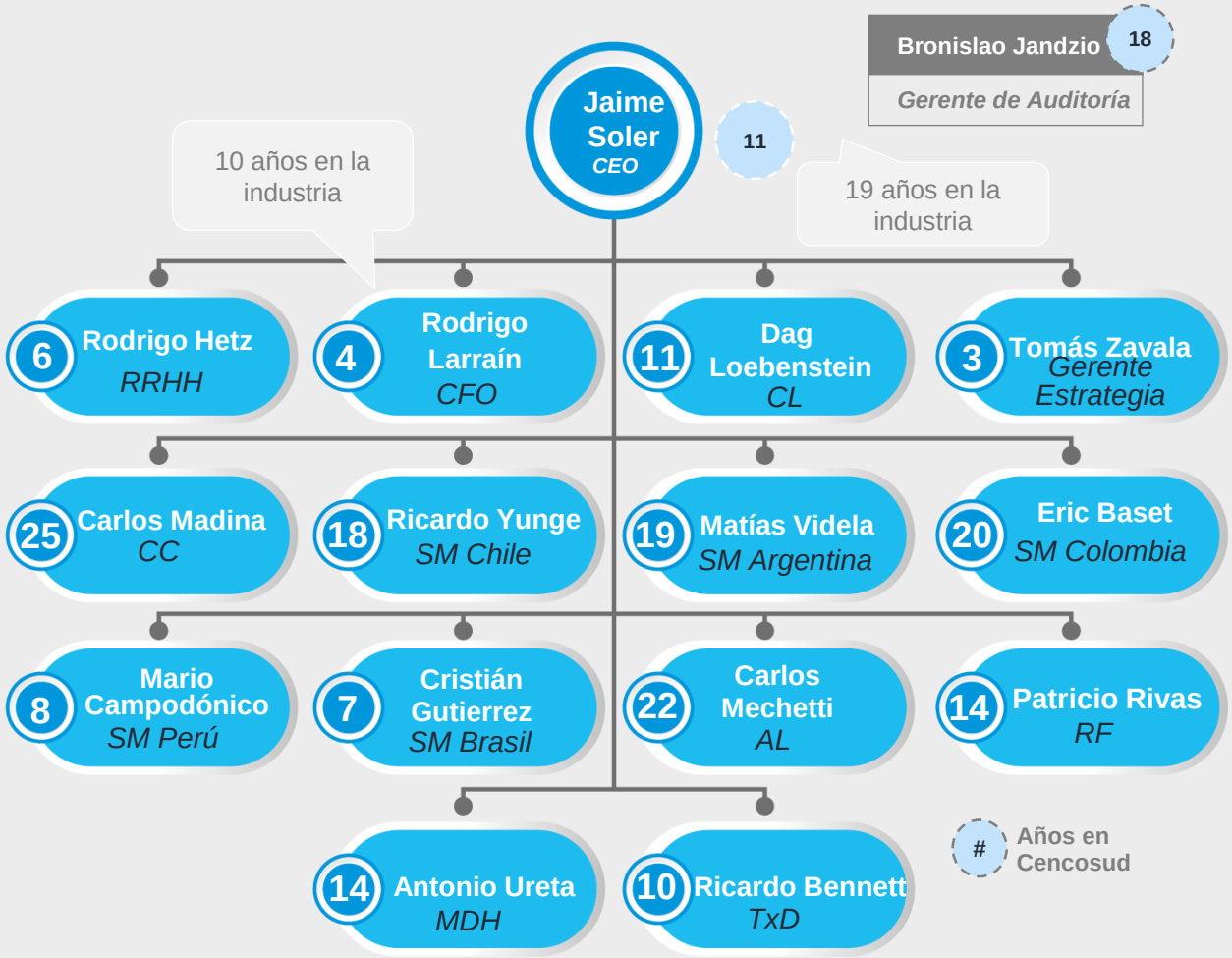
- **9 miembros del Directorio:**
  - 3 de la Familia Paulmann
  - 2 independientes

- **Comité de Directores (SVS[1]):**
  - David Gallagher
  - Richard Büchi (Independiente)
  - Mario Valcarce (Independiente)



1 En conformidad con la legislación chilena, hemos establecido un Comité de Directores integrado por tres directores. La Compañía también ha establecido un comité de auditoría integrado por tres miembros, Roberto Philipps, David Gallagher y Cristián Eyzaguirre, cada uno de los cuales es independiente de acuerdo a la interpretación de la normativa de gobierno corporativo SEC. En este comité se ha determinado que Roberto Philipps es "experto financiero del comité de auditoría" según lo define la SEC.

ADMINISTRACIÓN



CEO: Gerente General. RRHH: Recursos Humanos. CFO: Gerente de Finanzas. CL: Gerente Corporativo de Logistica. CC: Gerente de Centros Comerciales. SM: Gerente de Supermercados, SF: Gerente de Servicios Financieros. AL: Gerente de Asuntos Legales. MDH: Gerente Mejoramiento del Hogar. TxD: Gerente Tiendas por Departamento

- DESTACADOS DE INVERSIÓN
- **LA ESTRATEGIA**
- MIRANDO HACIA ADELANTE

LOS TRES PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA

1 NUESTROS CLIENTES

✓ **Organización sana**

Fuerte cultura organizacional con excelente clima laboral

Cultura centrada en el Cliente

- *El cliente está primero*
- *Experiencia de compra memorable*
- *Sostener nuestra diferenciación en el servicio*

✓ **Marcas sustentables** *en sintonía con el medio ambiente*

- *Clientes*
- *Proveedores*
- *Colaboradores*
- *Medio Ambiente*
- *Comunidad*

2 TENDENCIAS

✓ **Conectividad**

- *Consumidor digital nativo*
- *Marketing digital*
- *Redes sociales*

✓ **Salud y Bienestar**

- *Productos orgánicos*
- *Funcionalidad*
- *Salud*

✓ **Fidelización y Data Mining**

3 RENTABILIDAD DE LOS NEGOCIOS

✓ **Eficiencia y Productividad**

- *Cultura austera*
- *Control de costos*

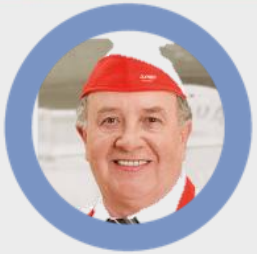
✓ **Constante crecimiento y sólida participación de mercado**

SSS positivos en todos los países menos Brasil

✓ **Última línea, rentabilidad y generación de flujo de caja**

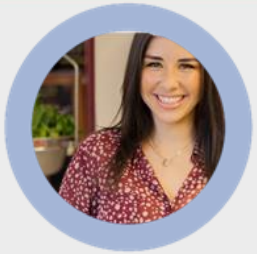
SÓLIDOS VALORES

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



COLABORADORES

- Nos comprometemos a trabajar juntos y a formar el major equipo
- Orgullosos de ser parte de Cencosud
- Promovemos la felicidad y un clima de trabajo donde prime la confianza, el respeto mutuo y la inclusión
- Política de Diversidad e Inclusión
- Programas de capacitación para promover el desarrollo de carrera
- Great place to work

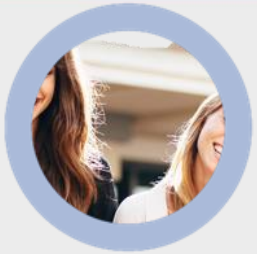


CLIENTES

- Trabajamos para crear experiencias de compra memorables para nuestros clientes
- Entregar información transparente en forma oportuna
- Mejorar la conexión emocional de nuestros clientes con nuestras marcas
- Premio a la lealtad del consumidor por ALCO[1] (Jumbo)

PROVEEDORES

- Buscamos ser aliados estratégicos con nuestros proveedores
- Crecer al mismo tiempo que promueve el progreso y el desarrollo de cada partido que interactúa con nosotros a lo largo de nuestra cadena de valor
- Plataforma Cenconline (B2B)
- Programa de pago especial para pequeños y medianos proveedores (30 días)
- Participación en[2]: CNC, ASACH, SOFOFA, Chile transparente, entre otros



COMUNIDAD

- Nos preocupamos de las comunidades que nos rodean
- buscamos generar valor social
- Potenciar la sostenibilidad a largo plazo
- Programa “Come Sano” de Jumbo
- “Conciencia Celeste” (Paris)
- Alianza con United Way (Actividades de voluntariado)
- Publicación de fotos de niños perdidos en catálogos de Easy Argentina

MEDIO AMBIENTE

- Generar conciencia ambiental entre nuestros stakeholders
- Buscamos cuidar y proteger el medioambiente reduciendo nuestra huella ambiental
- Eficiencia energética
- Ropa por Ropa (Paris)[4]
- ECOKIT (Easy Argentina)[5]
- Alianzas con entidades locales como ADO Chile[3]

1 ALCO = Compañía consultoría de lealtad de los consumidores
2 CNC significa Cámara Nacional de Comercio; ASACH Asociación de Supermercados de Chile; SOFOFA Sociedad de Fomento Fabril.
3 Ado Chile = organización chilena con el objetivo de apoyar a los atletas nacionales a través de contribuciones privadas y gubernamentales.
4 Ropa por Ropa = Campaña de Reciclaje que ofrece descuentos en la compra de tiendas Paris a los clientes que aporten con ropa usada
5 Programa de Reciclaje de tapas de botellas. Las tapas de botella son utilizadas para la producción de productos sustentables. Las ventas relacionadas a estos productos son donadas a la Fundación Hospital Garrahan en Argentina

- DESTACADOS DE INVERSIÓN
- LA ESTRATEGIA
- **MIRANDO HACIA ADELANTE**

COSTANERA CENTER

SKY COSTANERA

ALTO LAS CONDES

UNICENTER®

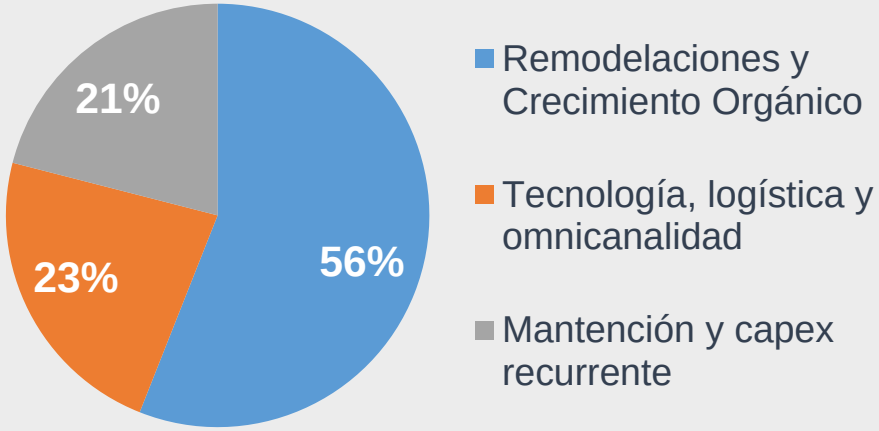
GUIDANCE Y PLAN DE INVERSIÓN PARA 2017

- Para 2017, la Compañía espera una aceleración progresiva en el crecimiento de ingresos alcanzando USD 16.500 millones en al año, por mejor desempeño de los negocios, mayor crecimiento del negocio online, la apertura selectiva de tiendas y un mejor entorno económico regional, particularmente en Perú, Argentina y Brasil
- Margen EBITDA ajustado entre 7,3% y 7,6%
- Plan de Capex alcanza los USD 500 millones para 2017 y se estima en USD 2.500 millones para los próximos 4 años

Puntos de Trabajo

- El plan de fortalecimiento de la Propuesta de Valor y competitividad de tiendas contempla un aumento en el ritmo de remodelación de locales, junto a una mayor estandarización de procesos operacionales y mejoras en capacidades logísticas
- Desarrollo Omnicanal, Innovación y liderazgo en nuevas tendencias
- Eficiencia, productividad y disciplina financiera

CAPEX DISTRIBUIDO POR TIPO DE USO
USD 500 mm



OPORTUNIDADES POR PAÍS

CHILE

- Sólida economía que crece bajo su potencial (crecimiento PIB estimado en 1,9% para 2017 y 2.5% 2018)
- Land bank de 2.7 millones de m^2
- Desarrollo de formatos de tamaño medio (~1.000 m^2)
- Full multi-formato: 6 banderas retail + Centros Comerciales + Servicios Financieros
- Fuerte crecimiento del negocio financiero de la mano de Scotiabank
- Líderes en e-commerce food, fuerte crecimiento en non-food
- Proyecto expansión Costanera Center
- Re-estructuración Santa Isabel

PERÚ

- Cambio político, confianza en la economía del país
- Expectativa crecimiento más alto e inflación más baja (crecimiento PIB esperado de 3,8% en 2017 y 4,0% en 2018 - Inflación 2,85% en 2017 y 2,5% en 2018)
- País Joven: 2/3 de la población en plena capacidad de producción, ahorro e inversión
- Baja penetración del canal moderno
- Excelente banco de terrenos
- Wong tiene un posicionamiento imbatible en el segmento alto
- El mejor programa de fidelidad: Bonus

COLOMBIA

- Equipo consolidado con experiencia en el mercado local
- Desarrollo Omnicanal, e-commerce y venta telefónica
- Oportunidad de rentabilizar nuestros activos actuales
- Nuestras marcas se están consolidando
- Gran Potencial de desarrollo, de la mano de landbank y ubicaciones irreplicables

ARGENTINA

- Esperamos una cambio de tendencia en la economía en 2017
- Formato de Cercanía en Jumbo
- El mercado esta aumentando su nivel de formalización
- El mercado se esta abriendo a importaciones
- Lideramos en e-commerce
- Equipo consolidado / Fuerte Player Local

BRASIL

- Fin de la recesión, crecimiento a partir del 2018
- Entorno desafiante debido a la quiebra de los estados de Río de Janeiro y Minas Gerais
- Marcas reconocidas, con historia y prestigio en sus mercados
- Hemos armado un equipo local de excelente nivel, reconocido dentro del mercado
- Iniciativas transformacionales en Supply Chain, Pricing, Surtido y Eficiencia
- Sinergias Comerciales, mejorando en margen y competitividad

cencosud