



CENCOSUD SA CHILE

1) DATOS GENERALES

Razón Social: CENCOSUD S.A
Emblemas: Jumbo
Teléfono: (56-2) 299-6999 Fax: (56-2) 299-6978
Dirección: Kennedy 9001 Localidad: Las Condes
Provincia: Santiago de Chile País: Chile
Página Web: www.cencosud.com/www.jumbo.cl
e-mail general: info@jumbo.cl

2) PRINCIPALES DIRECTIVOS DE CHILE:

Gerente General: Ricardo Junge
Gerente Comercial: Pedro Colombo
Jefe Marcas Propias: Patricio Oyanader

3) CENCOSUD EN AMERICA LATINA:

Actualmente, Cencosud, es una de la empresas más importantes del Conosur y más destacadas en el sector del comercio minorista y centros comerciales, tanto en Chile como en Argentina.

El Grupo de origen chileno, cuyo principal accionista es el empresario Horst Paulmann opera en los negocios de supermercados, hipermercados, homecenters, centros comerciales, entretenimiento familiar y operaciones inmobiliarias. La compañía opera 23 hipermercados Jumbo, 73 supermercados Santa Isabel, 17 supermercados Las Brisas, 14 Supermercados Montecarlo, 41 homecenters Easy, 17 centros comerciales, y 7 Aventura Center, con más de un millón de metros cuadrados de áreas de ventas y arriendo y 27,700 empleados. A Junio de 2004, Cencosud S.A. mantuvo una clasificación de riesgo de su deuda y nivel de solvencia de AA.

Durante fines del 2003 y comienzos del 2004, el grupo tuvo una agresiva estrategia de expansión en Chile adquiriendo tres cadenas nacionales. La primera fue Santa Isabel, la 2ª cadena nacional perteneciente al Grupo Ahold, que contaba con 73 locales. Con la incorporación de esta cadena, el grupo sumó un nuevo formato más pequeño a sus operaciones complementando su negocio y ampliando su cobertura geográfica en Chile. Siguió la cadena regional Las Brisas con que representaba el 2% del share nacional y 19 locales de supermercados. Finalmente, adquirió Supermercados Montecarlo quien operaba 14 locales ubicados en la Región Metropolitana. Montecarlo poseía el 2,7 del share a nivel nacional. Con estas operaciones, Cencosud consolidó sus operaciones en el formato supermercados y su posición competitiva en la Región Metropolitana de Chile.

En Argentina, adquirió al grupo Ahold la segunda cadena nacional, Supermercados Disco a fines de Octubre de 2004.

4) CENCOSUD EN CHILE

La compañía fue creada por su actual dueño y accionista Señor Horst Paulmann Kemna, quien en 1960 inauguró el primer autoservicio "Las Brisas" en un local de 160 mts², en la ciudad de Temuco, al sur de Chile. Este se transformó en una cadena de supermercados que abarcó las principales ciudades de la región.

Luego de una vasta experiencia en el comercio minorista, el empresario decidió incursionar en un nuevo formato de supermercado. El objetivo era ofrecer en un solo lugar la mayor variedad de productos, con la más alta calidad y el mejor servicio, una idea revolucionaria para la industria de esa época. Con este concepto la compañía dio el paso inicial hacia la expansión creando en 1976 el primer hipermercado de Chile, Jumbo, de 7.000 mts² ubicado en la Avenida Kennedy en Santiago.

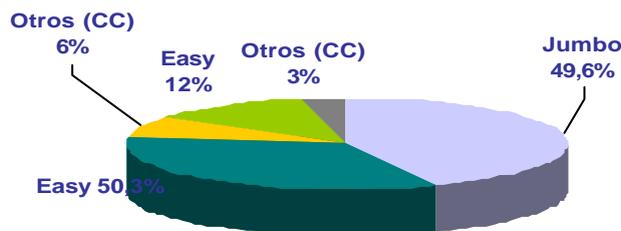
En la actualidad Cencosud cuenta en Chile con 6 centros comerciales, 11 Hipermercados Jumbo, 75 Supermercados Santa Isabel, 17 supermercados Las Brisas, 14 supermercados Montecarlo y 17 Easy Home Centers. En total, superan una superficie de 550.810 mts², de los cuales 88.444 corresponden a los hipermercados Jumbo.

Con tantas adquisiciones en el país, Jumbo pasó del 5º lugar al 2º, debajo del líder D&S, con el 22.2% del share y una facturación estimada de 968 millones de dólares (Ch\$ 597 mill). Jumbo se lleva en Chile el 56% de la facturación del grupo.

EVOLUCION DE LA FACTURACION EN MILLONES DE Ch\$.

	2004 (6M)		2003		2002	
Ventas estimadas por Emblema en Mill Ar\$.	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
Jumbo	95.708	43.2%	337.187	56.4%	289.839	79%
Santa Isabel	76180	34.4%	129.221	21.6%	0	0
Las Brisas	15601	7%	0	0	0	0
Easy Home Center	26629	12%	108.975	18.2%	55.157	15.1%
Shopping Center	7156	3.2%	21379	3.5%	18.962	5.2%
Otros	0	0	459	0	100	0
TOTALCHILE	221.274	100	597.221	100	364.058	100

Fuente: Balance Cencosud 2003 y I Sem 2004.
 Sept. 2004: 1 USD = Ch\$ 622
 2003: 1 USD = Ch\$ 617
 2002: 1 USD = Ch\$ 696.5





EVOLUCION PUNTOS DE VENTA POR EMBLEMA Y SUPERFICIE EN M2

	2004 (6 M)		2003		2002	
PUNTOS DE VENTA	Nº	Superf. M2	Nº	Superf. M2	Nº	Superf. M2
Hipermercados Jumbo	11	98.444	9	81.674	7	68.560
Santa Isabel	73	102.267	0	0	0	0
Las Brisas	17	30.582	0	0	0	0
Montecarlo	14	27.500	0	0	0	0
Easy Home Center	17	121.219	16	114.661	15	107.541
Shopping Center	6	208.298	6	360.713	sd	Sd
TOTAL CHILE	138	588.310	31	557.048	22	176.101

Fuente: Balance Cencosud 2003 y I Sem 2004

5) MARCAS PROPIAS:



Las marcas propias de la cadena son "Jumbo", Kontiki" y "Baby Place".

Actualmente la cadena cuenta con más de 60 **diferentes productos** en casi todos los rubros de alimentos, perezcos y limpieza bajo las marcas Jumbo y Kontiki.

La marca Jumbo está fuertemente orientada a competir con las marcas líderes. Si bien el precio no las supera, su posicionamiento está fuertemente dirigido a la calidad .

"Jumbo" posee un sólido y fuerte posicionamiento comercial asociado principalmente a la variedad y calidad de sus productos. Su estrategia consiste en mantener una prouesta de valor para el público, concentrándose en la calidad de los productos frescos y precios competitivos. La amrca está desarrollada principalmente en las categorías alimenticias.



Por su parte los productos Kontiki ofrecen la mejor relación Precio – Calidad, sin llegar a ser primeras marcas. Entre las categorías encontramos alimentos pero también otros productos no alimenticios como limpieza, perfumería e higiene personal.



HIPERMERCADOS JUMBO

POSICIONAMIENTO: “Calidad, Variedad y Servicio”

Actualmente la cadena cuenta con 11 puntos de venta, de una superficie promedio de 8.949 m², y un total de 98.444 mts².

Los hipermercados Jumbo ofrecen una amplia variedad de productos food y non food, como bazar, electrodomésticos, electrónica, jardinería, ferretería, textil, además de sectores especializados como panadería, pastelería y comidas para llevar.

Claramente dirigidos y ubicados en territorios de alto y medio alto poder adquisitivo, Jumbo ofrece una amplia variedad de productos y marcas tanto nacionales como importadas.

Los hipermercados se caracterizan por ser locales muy confortables y limpios, con énfasis en la calidad de los productos, y con un surtido muy amplio de marcas. Claramente dirigidos a un público exigente.

La política de precios de Jumbo apunta a tener precios competitivos de mercado. Si bien, la estrategia de la empresa se centra en el servicio al cliente, los precios que ofrece son competitivos, y la cadena refuerza su imagen en este sentido a través de ofertas y descuentos para clientes especiales que posean las tarjetas con las cuales Jumbo opera.

SERVICIOS

Jumbo hace énfasis en su servicio a través de atención personalizada y personal especialmente capacitado en cada sección.

Entre algunos de sus **servicios destacados** con respecto a los de otras cadenas podemos mencionar:

- Folletos para no videntes
- Servicio y etiquetado para no videntes
- Infraestructura para clientes con discapacidad
- Changuitos con sillas para bebés
- Changuitos para niños
- Visitas guiadas
- 200% de garantía de perecederos
- Servicio de Compra Telefónica Hola Jumbo
- Recetas de cocina en internet y cursos varios sobre alimentación en los locales.
- Cajas especiales para embarazadas o minusválidos
- Programa de cliente frecuente (Tarjeta Jumbo Más)
- Envío a domicilio
- Amplia variedad de medios de pago



DISTRIBUCION GEOGRAFICA : puntos de venta Jumbo Chile

LOCALES JUMBO CHILE	UBICACION	MTS2 SALA DE VENTAS
Maipú	Santiago	10.938
Kennedy	Santiago	10.741
La Dehesa	Santiago	8.162
La Reina	Santiago	9.905
La Florida	Santiago	9.290
Bilbao	Santiago	8.673
Peñalolén	Santiago	4.952
Viña del Mar	Viña del Mar	9.858
Rancagua	Rancagua	9.155
El Llano	Santiago	10.000
Valparaiso	Valparaiso	Sd
Temuco	Temuco	8.400
TOTAL		98.444



SUPERMERCADOS SANTA ISABEL

POSICIONAMIENTO:

Con 73 puntos de venta, de una superficie promedio de 1.401 m2, y un total de 102.267 mts2, la cadena de supermercados representa casi el 30% de las ventas del grupo en Chile.

La compra de las operaciones de Santa Isabel, el 31 de Julio de 2003, a la holandesa Ahold, fue el hito más importante de Cencosud en el año 2003. Esta adquisición, le permitió la adquisición de 73 puntos de venta distribuidos por todo el territorio nacional y convirtieron a Cencosud en el 2º retailer del país con aproximadamente el 20% de participación de mercado.

Mientras los hipermercados Jumbo se orientan a ofrecer "Todo en el mismo lugar", con liderazgo en calidad de productos y servicios, Santa Isabel tiene un enfoque de cercanía y rapidez de compra.

Ofrecen un surtido básico, con muy poca participación de non food y están claramente orientados a precios y a las clases socioeconómicas medias y medias bajas.

Sus puntos de venta, están distribuidos por todo el territorio nacional, desde Arica hasta Puerto Montt.



SUPERMERCADOS LAS BRISAS



POSICIONAMIENTO:

Otra de las cadenas que adquirió el grupo durante el 2003, es la cadena regional Las Brisas, perteneciente al empresario Jürgen Paulmann, hermano del dueño de Jumbo, Horst Paulmann.

Las Brisas cuenta con una red de 17 locales ubicados entre Arica y Puerto Montt. Aunque el grueso de sus establecimientos están en el formato supermercado -entre los 800 y 2.000 metros- también posee 2 hipermercados en Santiago, bajo la marca Extra, que están ubicados en la rotonda Grecia (Peñalolén).

Cuenta con presencia en Arica, Antofagasta, La Serena y Quilpué, así como también está en San Felipe, Concón, San Fernando, Talca, Concepción, Los Angeles, Temuco, Osorno, Puerto Montt, Puerto Varas y Valdivia.

Según las últimas cifras de la Asociación de Supermercados de Chile (Asach), Las Brisas poseía el 2,03% de participación de un mercado y una facturación cercana a los Usd 105 millones en el 2003.

SUPERMERCADOS MONTECARLO



POSICIONAMIENTO:

A fines del 2004, el grupo Cencosud, volvió a mover el tablero del retail y adquirió la cadena Montecarlo en Usd 78.5 millones.

Según las últimas cifras de la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (Asach), Montecarlo es la sexta mayor cadena del sector a nivel nacional. Tiene el 2,7 por ciento de participación sobre las ventas totales de los supermercados en Chile, las cuales suman del rango de los U\$S 4.500 millones cada año.

La firma maneja 14 locales -todos en la Región Metropolitana de Santiago de Chile- y tiene ventas por alrededor de U\$S 150 millones.

En total, la superficie de sala de ventas es de 27.500 metros cuadrados.

Con esta compra, Cencosud complementa su operación en el formato de supermercados, donde ya participa con las marcas Santa Isabel y Las Brisas, además de Jumbo en el formato de hipermercados.

Aparentemente la cadena pasaría a llamarse "Jumbo Express", para competir con D&S en formatos de supermercados medianos.