



Presentación Corporativa

Agosto 2025

Somos Cencosud

01

Cencosud en una mirada



1.1 | Cencosud en una mirada

Retail multiformato líder en las **Américas**, con foco en **supermercados**, crecimiento sostenible y un **Ecosistema Retail** que potencia nuevas oportunidades

+60 años

De historia

17.461 USD MM

Ingresos Consolidados
últimos 12 meses ⁽¹⁾

9,5 USD MM

Market Cap ⁽²⁾

670 Millones

Tickets últimos 12 meses

+120.000

Colaboradores

MOODY'S **Baa3 (Estable)**

FitchRatings **BBB (Estable)**

Humphreys **AA (Estable)**

Feller.Rate **AA (Estable)**

Con operaciones en seis países ⁽³⁾:



NUESTRO PROPÓSITO

**Servir de forma
extraordinaria en
cada momento**



(1) A tipo de cambio promedio de CLP 951,0 de los últimos 4 trimestres a contar de junio de 2025.

(2) A tipo de cambio de cierre de período de CLP 933,4.

(3) Además de una Oficina comercial en China y un hub digital en Uruguay.

1.2 Aspectos destacados de inversión



1.3 | Negocios



Supermercados

Tiendas

1.135

Superficie de ventas

2.475.210 m²

Marcas

Chile: Jumbo, Santa Isabel, SPID

Argentina: Jumbo, Disco, Vea, Makro

Estados Unidos: The Fresh Market

Brasil: GIGA, Prezunic, Perini, Bretas, G Barbosa,

Mercantil Rodriguez, SPID

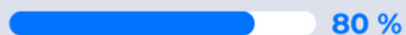
Perú: Wong, Metro

Colombia: Jumbo, Metro

Ingresos LTM a junio-25

13.818 USD millones

Contribución a los ingresos consolidados



Contribución al EBITDA



Tiendas por departamento

Tiendas

48

Superficie de ventas

269.843 m²

Marcas

Chile: Paris

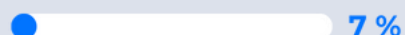
Eurofashion

Marcas propias

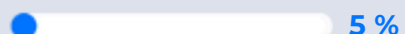
Ingresos LTM a junio-25

1.296 USD millones

Contribución a los ingresos consolidados



Contribución al EBITDA



Mejoramiento del hogar

Tiendas

117

Superficie de ventas

823.581 m²

Marcas

Chile: Easy

Argentina: Easy, Blaisten

Colombia: Easy

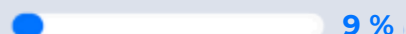
Ingresos LTM a junio-25

1.736 USD millones

Contribución a los ingresos consolidados



Contribución al EBITDA



Centros comerciales

Centros comerciales

67

Superficie bruta arrendable

2.303.020 m²

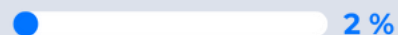
Marca regional

Cenco Malls, en Chile, Perú, Colombia y Argentina.

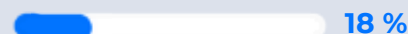
Ingresos LTM a junio-25

420 USD millones

Contribución a los ingresos consolidados



Contribución al EBITDA



Servicios financieros

Tarjetas de crédito emitidas

4,2 millones

Cartera de préstamos netos

2.930 USD millones

Marcas

Chile: Cencosud Scotiabank

Argentina: Tarjeta Cencosud

Brasil: Banco Bradesco

Perú: Cencosud Scotiabank

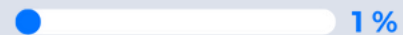
Colombia: Cencosud Colpatría

Brasil: Bradesco

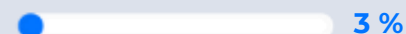
Ingresos LTM a junio-25

166 USD millones

Contribución a los ingresos consolidados



Contribución al EBITDA



Las tiendas de Retail no incluyen Otros negocios (Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow): 184 tiendas (37 en Colombia y 147 en Brasil).

1.4 | Presencia en Américas con escala operativa significativa

Tiendas de retail

1.484

Nº de tiendas

3,6 MM

M² de sala de venta

Centros Comerciales

67

Nº centros comerciales

2,3 MM

M² de GLA

Oportunidades de crecimiento futuro

5,4 MM

De m² de banco de terrenos



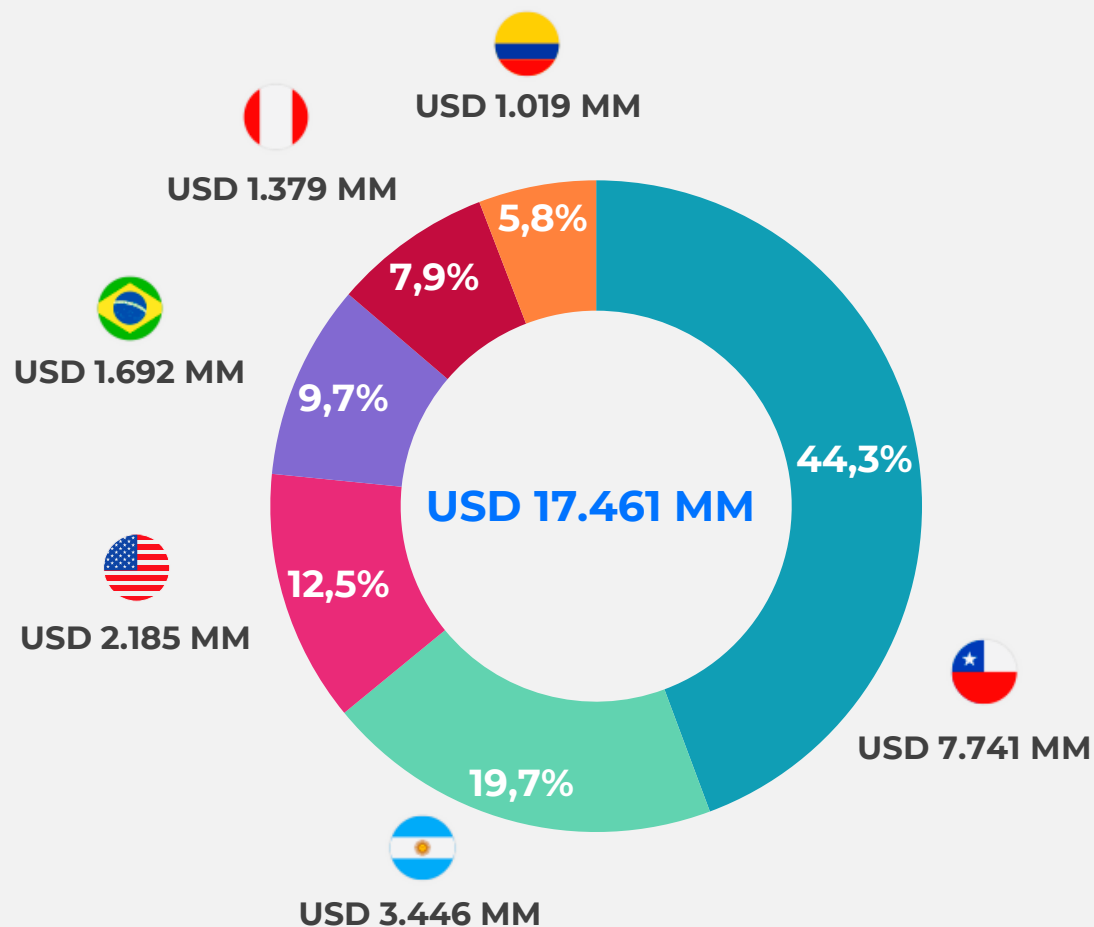
(1) Las tiendas de Retail, en la imagen, no incluyen Otros negocios (Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow): 184 tiendas (37 en Colombia y 147 en Brasil).

(2) En base a participación de mercado. Fuente Nielsen & SCIENTA en Argentina.

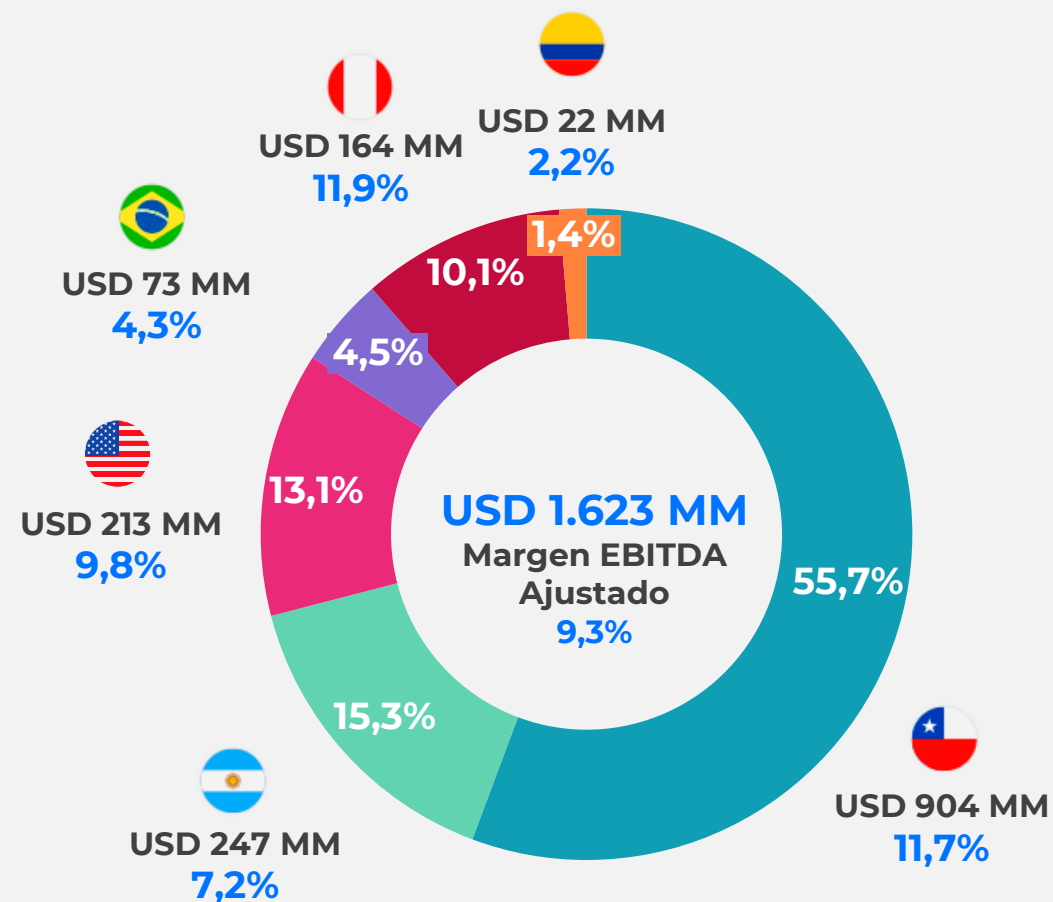
1.5 Contribución por país al portafolio consolidado

LTM a junio 2025 ⁽¹⁾

INGRESOS CONSOLIDADOS



EBITDA AJUSTADO

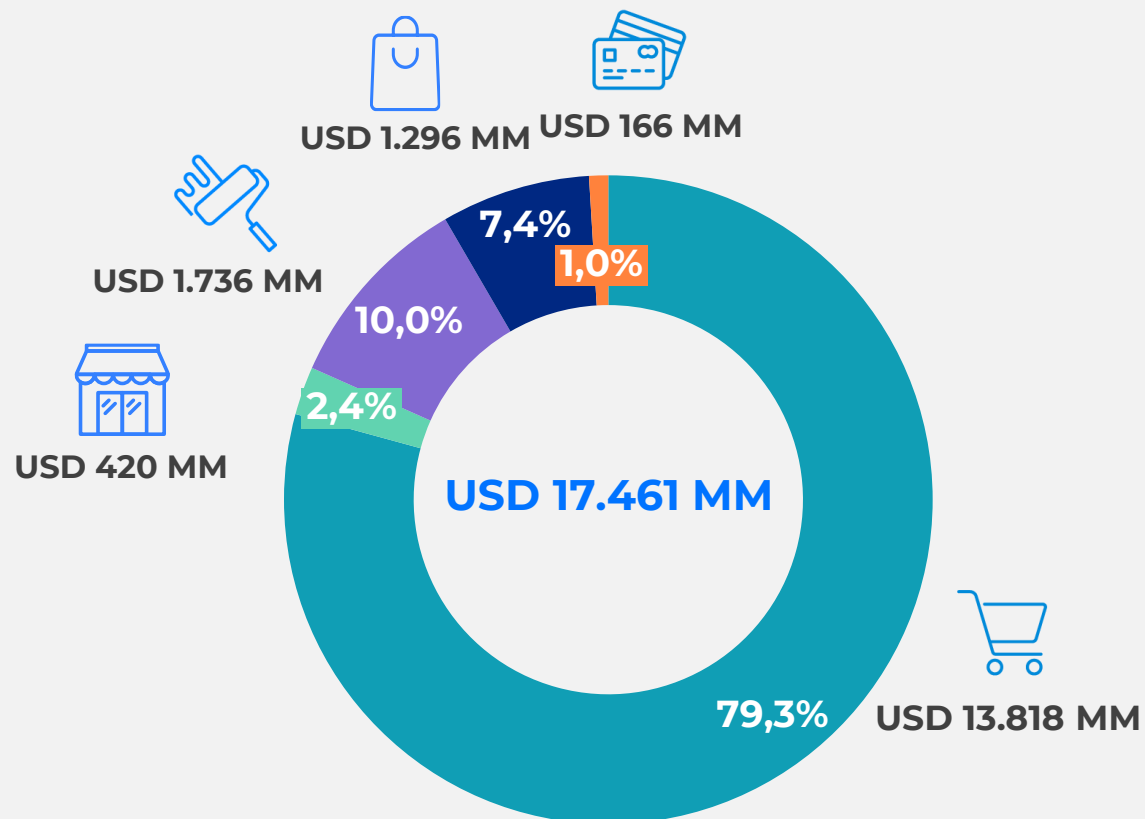


(1) Cifras en dólares expresadas a tipo de cambio promedio de cada trimestre.

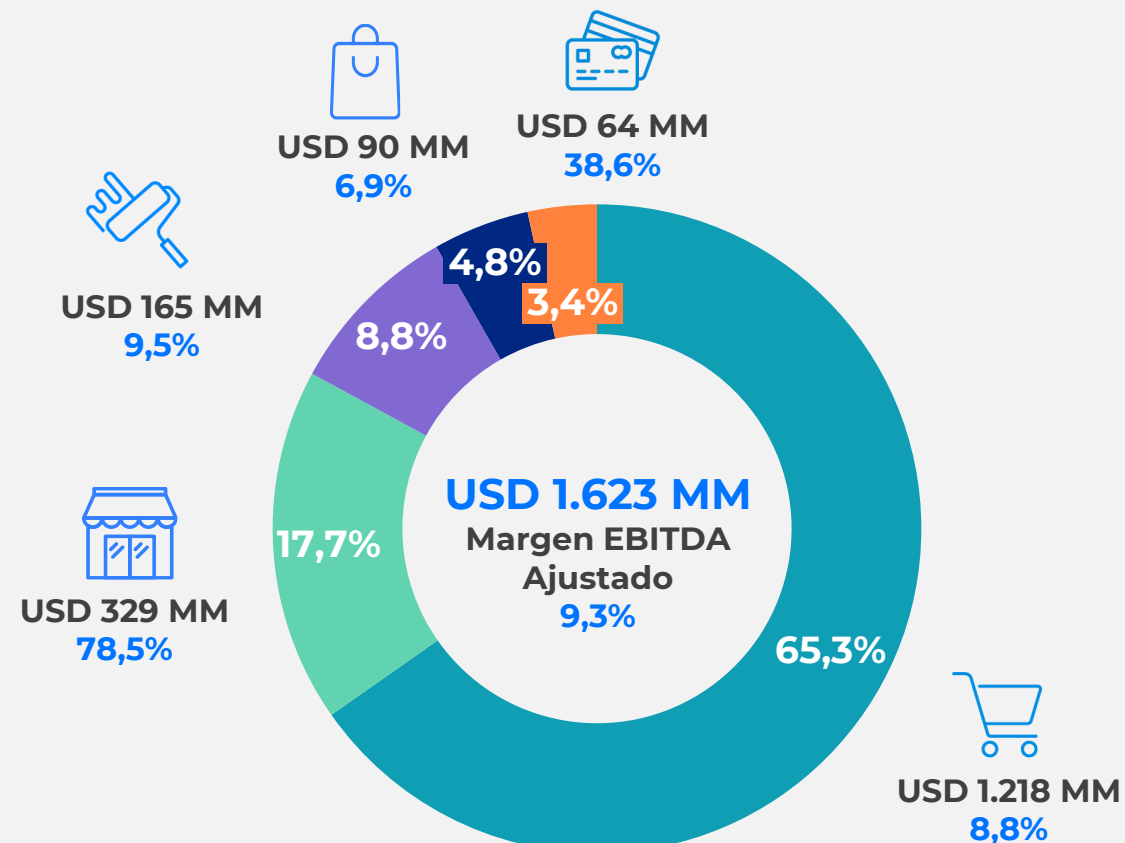
1.6 | Contribución por negocio al portafolio consolidado

LTM a junio 2025 ⁽¹⁾

INGRESOS CONSOLIDADOS



EBITDA AJUSTADO



Supermercados Malls Tiendas por Departamento
 Mejoramiento del Hogar Retail Financiero

(1) Excluye el segmento "Otros" con ingresos de USD 25,9 millones y EBITDA Ajustado de USD -243 millones.

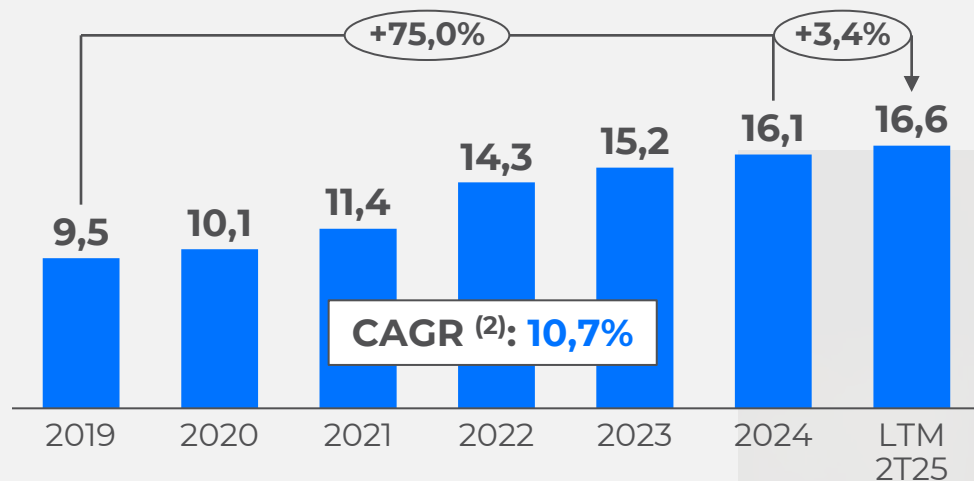
02

Información Financiera

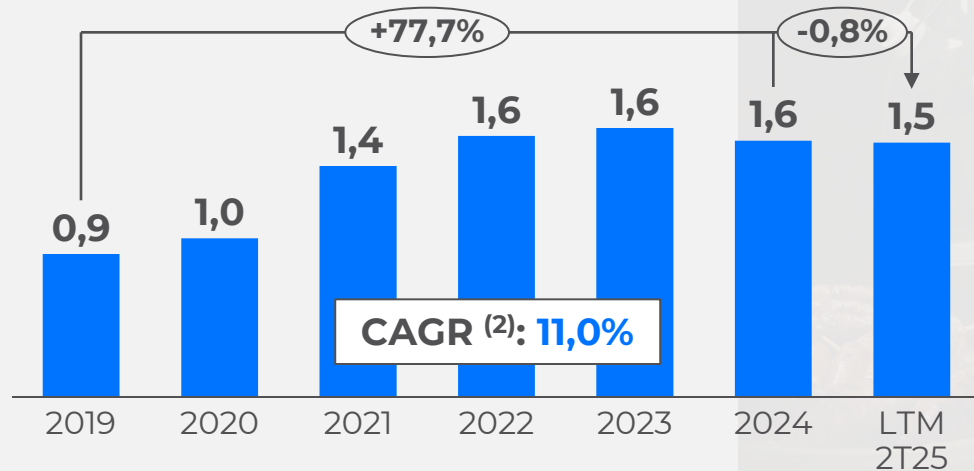


2.1 | Crecimiento reflejado en la evolución de los resultados

INGRESOS (CLP MMM) ⁽¹⁾



EBITDA AJUSTADO (CLP MMM) ⁽¹⁾



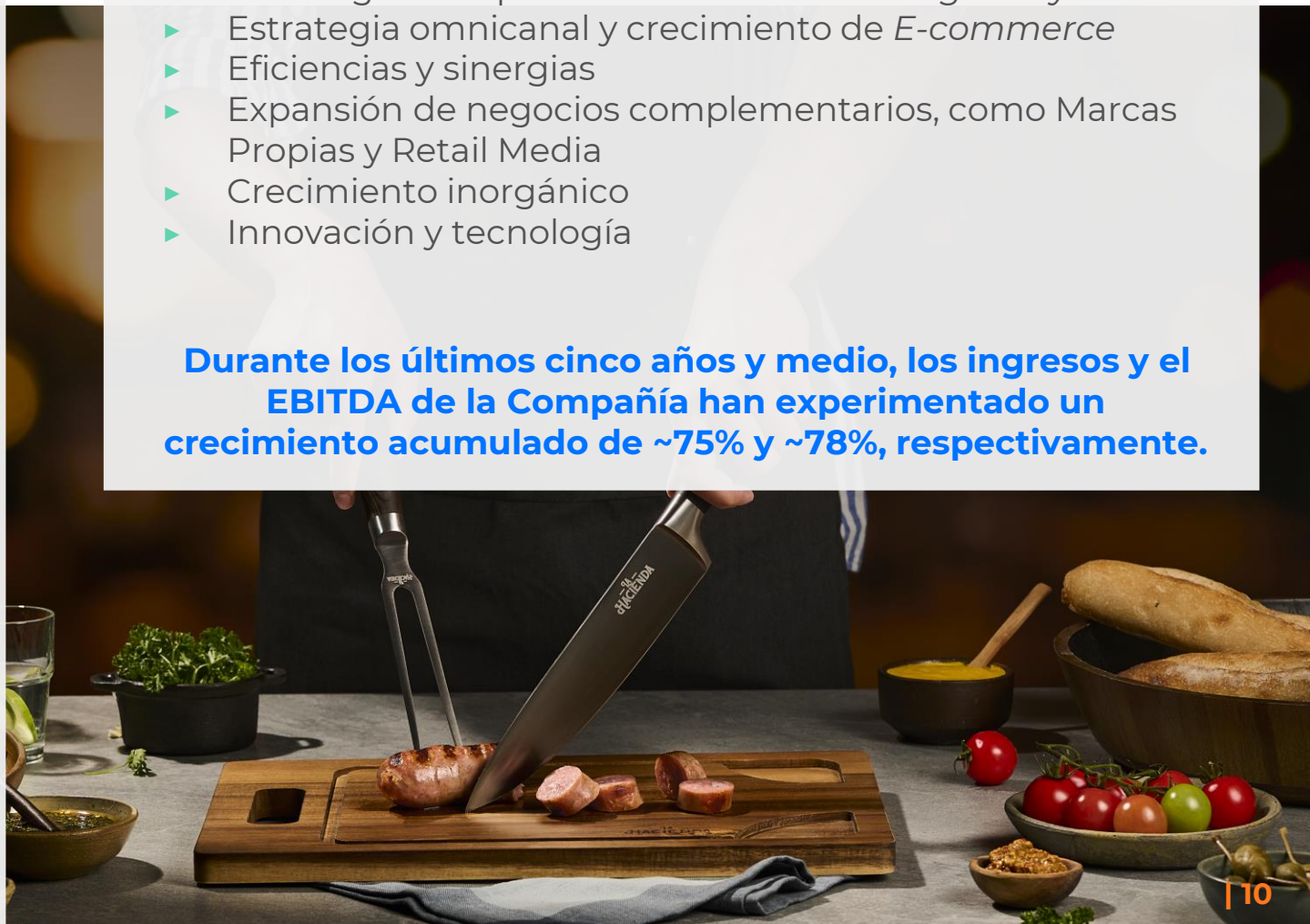
Consistente expansión de ingresos y EBITDA Ajustado desde 2019, explicado por:

- ▶ Crecimiento orgánico
- ▶ Liderazgo en supermercados con foco en *grocery*
- ▶ Estrategia omnicanal y crecimiento de *E-commerce*
- ▶ Eficiencias y sinergias
- ▶ Expansión de negocios complementarios, como Marcas Propias y Retail Media
- ▶ Crecimiento inorgánico
- ▶ Innovación y tecnología

Durante los últimos cinco años y medio, los ingresos y el EBITDA de la Compañía han experimentado un crecimiento acumulado de ~75% y ~78%, respectivamente.

(1) Excluyen ajuste por NIC 29.

(2) CAGR (Compound Annual Growth Rate) entre 2019 y LTM 2T25.

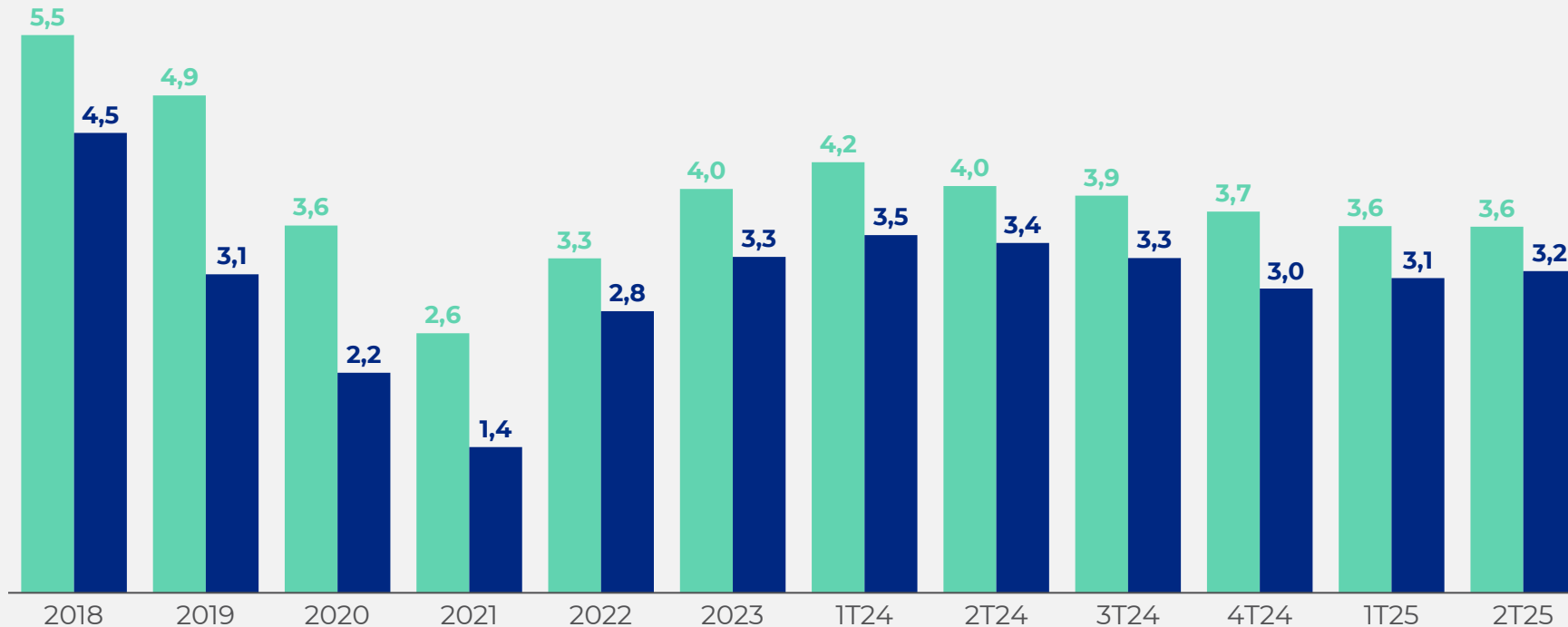


2.2 | Apalancamiento controlado y estabilidad financiera consistente con perfil *investment grade*

Leverage Bruto & Neto ⁽¹⁾

Deuda Bruta: **CLP 5.620.320 millones**

■ Leverage Bruto
■ Leverage Neto



Posición de caja a junio de 2025 ⁽²⁾

USD 727 MM

Investment Grade

Desde 2011

Deuda
Denominada en USD

67,4%

Deuda Descubierta
USD ⁽³⁾

14,7%

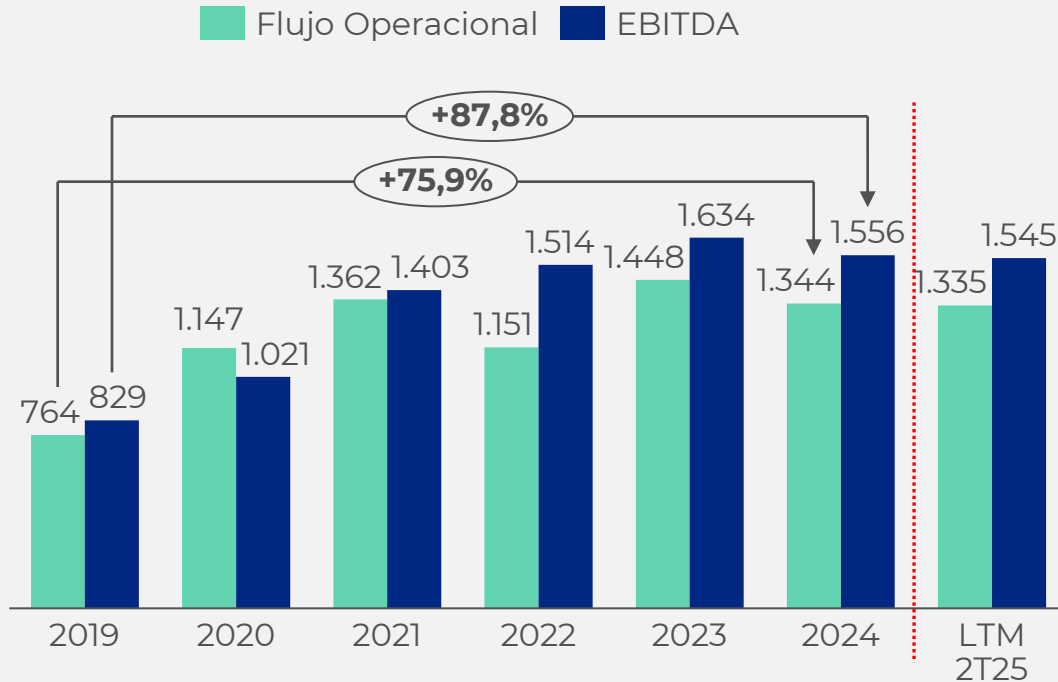
(1) *Leverage*: deuda financiera/EBITDA. Deuda financiera bruta considera pasivos por arrendamiento y PUT Option de The Fresh Market. Cifras reportadas (incluye NIC21 y NIC29).

(2) Incluye Efectivo y Equivalentes de Efectivo & Otros Activos Financieros corrientes y no corrientes, a tipo de cambio de cierre 933,4.

(3) Porcentaje de la deuda expuesta luego de coberturas cambiarias y cobertura natural por flujos en USD.

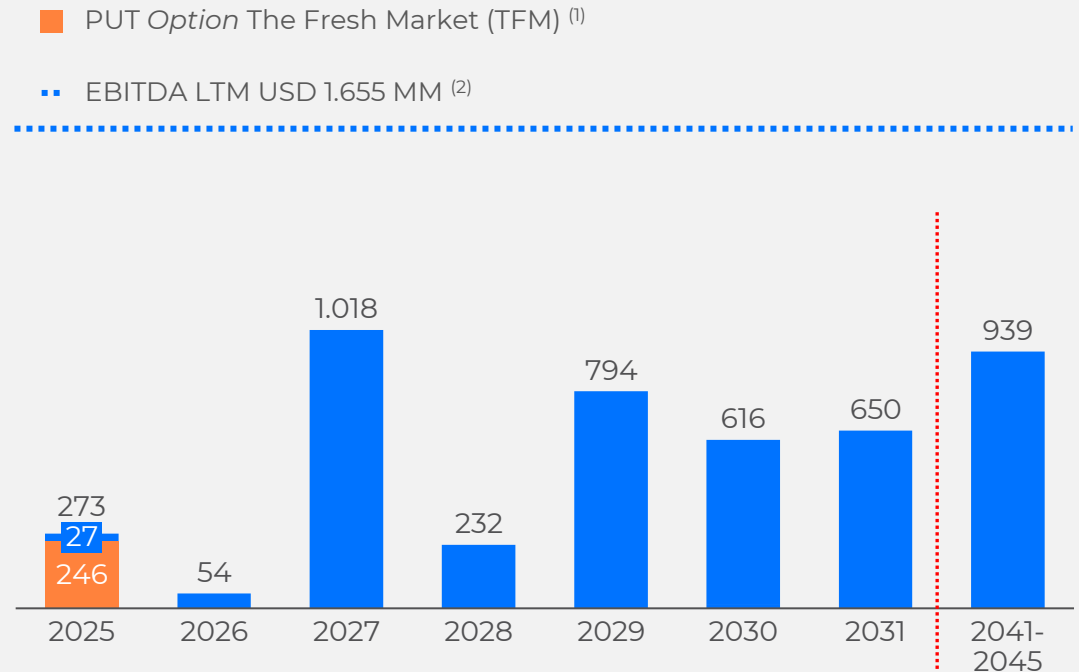
2.3 | Flujo de caja y amortización: Capacidad de financiar crecimiento

Evolutivo Flujo Operacional (CLP miles de millones)



- ▶ **+75,9% desde 2019**
- ▶ Capacidad de autofinanciar crecimiento e inversiones.
- ▶ Base sólida para dividendos y retorno a accionistas.
- ▶ Respaldo para reducir deuda y mantener *leverage* controlado.

Calendario de Amortización (USD millones)



PUT Option TFM

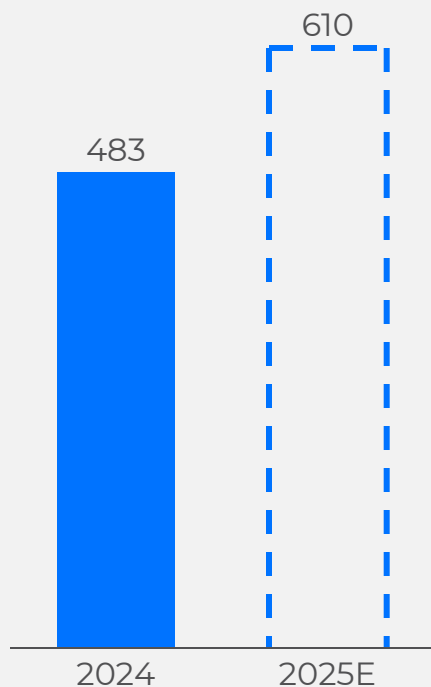
Apollo Global mantiene una opción PUT por el 33% de The Fresh Market frente a Cencosud. Este potencial pasivo financiero, valorizado en USD 246 millones a junio 2025, se encuentra reconocido en el Balance de la Compañía.

(1) Monto de USD 246 MM al tipo de cambio cierre de junio 2025. Según hecho esencial del 29 de agosto, se acordó el ejercicio de la PUT Option por el 33% de TFM a un valor de USD 295 MM

(2) A tipo de cambio cierre a junio 2025.

2.4 | *Guidance* y plan de inversión 2025

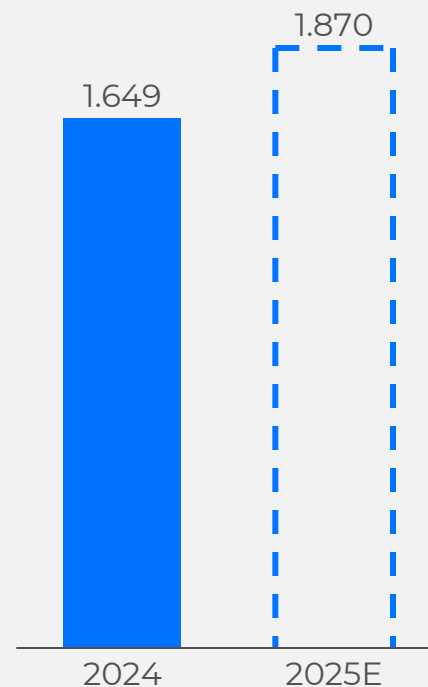
**CapEx
(USD MM)**



**Ingresos consolidados
(USD MM)**



**EBITDA Ajustado
(USD MM)**



Tiendas proyectadas para 2025:

- 27 tiendas de Supermercados
 - 12 en Estados Unidos
- 1 tienda de Mejoramiento del Hogar

Ampliaciones centros comerciales:

- Cenco Alto Las Condes
- Cenco Costanera
- Cenco Florida
- Cenco Portal La Dehesa
- Cenco Limonar
- Cenco La Molina

~66.000 m² de GLA adicional

- Estimaciones basadas en el *Guidance* presentado en enero 2025.

03

Pilares Estratégicos



3.1 | Lo que nos mueve: Servir de forma extraordinaria

Propósito

Servir de forma extraordinaria en cada momento

Potenciamos el propósito y pilares estratégicos para estar en sintonía con la evolución del cliente y las tendencias futuras



Pilares estratégicos

Crecimiento y Rentabilidad

- Crecimiento sostenido con foco en rentabilidad y eficiencia.
- Asignación de capital disciplinada para maximizar valor



Innovación y Experiencia

- Innovar para anticiparnos y adaptarnos a las necesidades del cliente.
- Entregar experiencias únicas y memorables en cada interacción.



Ecosistema Retail

- Operar como una sola compañía centrada en el cliente.
- Integrar formatos y países para generar sinergias y mejor propuesta de valor.



Sostenibilidad

- Impacto positivo en entorno, personas y operaciones.
- Altos estándares ESG y gobierno corporativo



3.2

Crecimiento y rentabilidad: crecimiento orgánico en Food Retail multiformato y activos inmobiliarios

Aperturas 6M25



Crecimiento YTD 2025

Aperturas
9
+15.671 m²

Crecimiento Neto
+5.560 m²

Remodelaciones
43

Distribución geográfica destacada:

- EE.UU.: 6 aperturas (8.554 m²)
- Argentina: 1 apertura (1.766 m²)
- Brasil: 1 apertura (4.147 m²)
- Colombia: 1 apertura (1.204 m²)

Cierres
10
-10.111 m²

M² adicionales en división de *Real Estate*:

~30.000 m²

- ▶ ~25.000 m² de oficinas
- ▶ ~5.000 m² de centros comerciales



3.3 | Crecimiento y rentabilidad: Marcas Propias impulsa expansión, mejora márgenes y entrega una propuesta de calidad a nuestros clientes

Estrategia de Marcas Propias

Diseño y desarrollo de un portafolio robusto de productos

Alianzas con proveedores y fábricas de clase mundial

Sourcing especializado por categoría

Propuesta comercial sostenible, innovadora y de calidad

Ventas Consolidadas LTM ⁽¹⁾

USD 2.798 MM

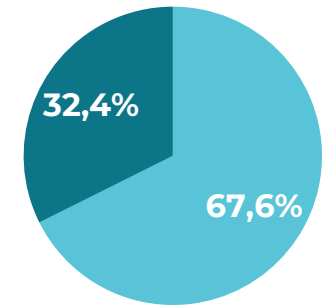
+12,8% a/a

Penetración Consolidada LTM ⁽¹⁾

17,3%

+13 bps a/a

Participación por Categoría



Food Non-Food

Marcas Propias – Calidad, Diferenciación, Surtido, Conveniencia



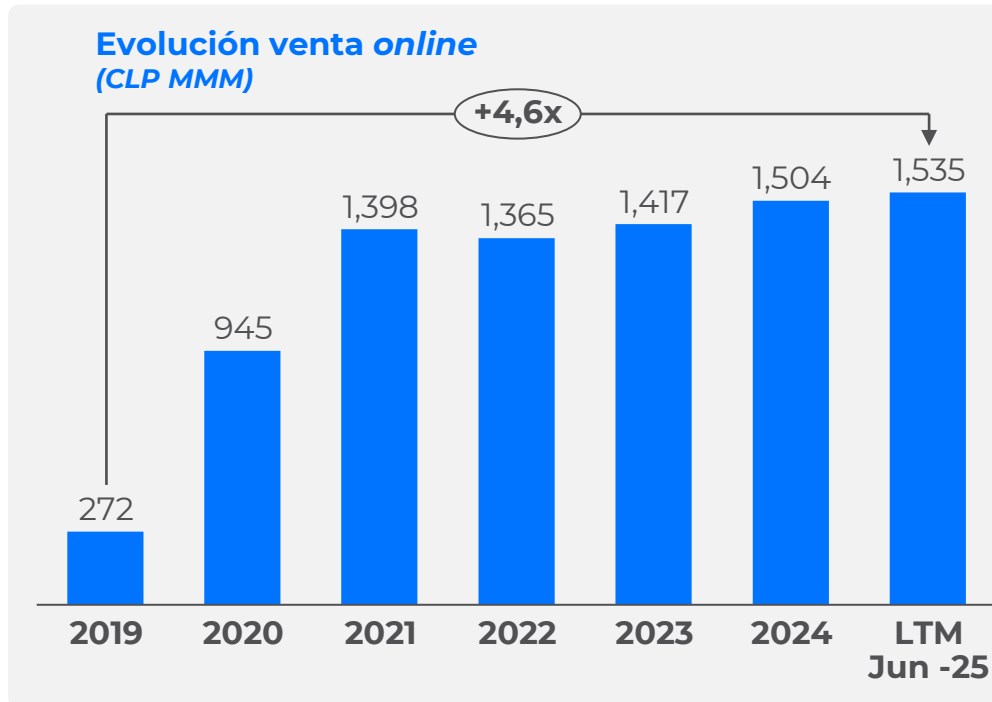
Lanzamiento de nuevas marcas



CROSS-CHECK

(1) A junio de 2025.

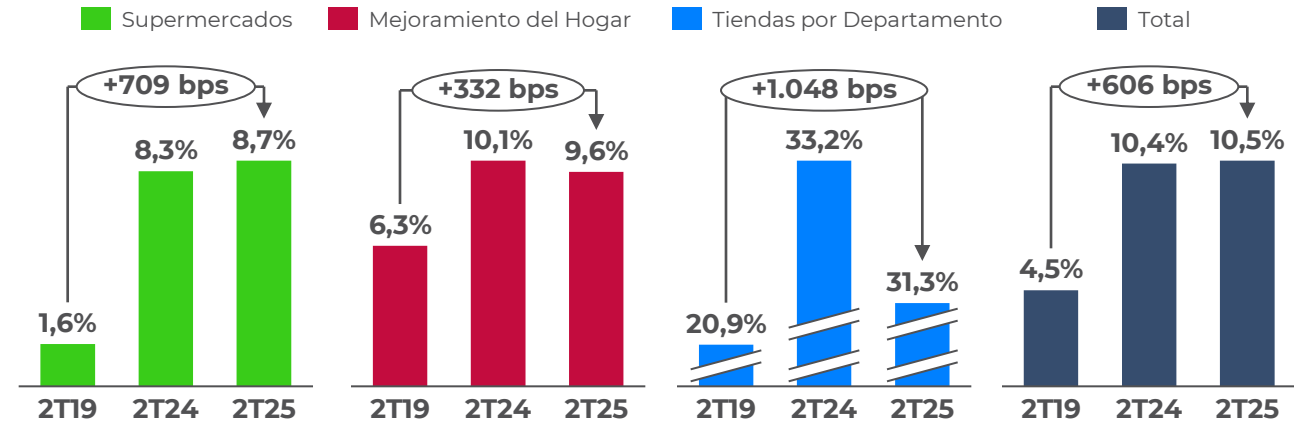
3.4 | Crecimiento y rentabilidad: omnicanalidad permite servir a distintos clientes en diversos momentos e instancias



Canales de venta



Evolución de penetración online consolidada



Cencosud presenta una **estrategia omnicanal** que integra sus **capacidades digitales** con su **extenso footprint de tiendas físicas y centros comerciales** en la región.

A través de sus diversos canales de venta *online*, Cencosud busca proveer una experiencia:

- Coherente
- Diferenciadora



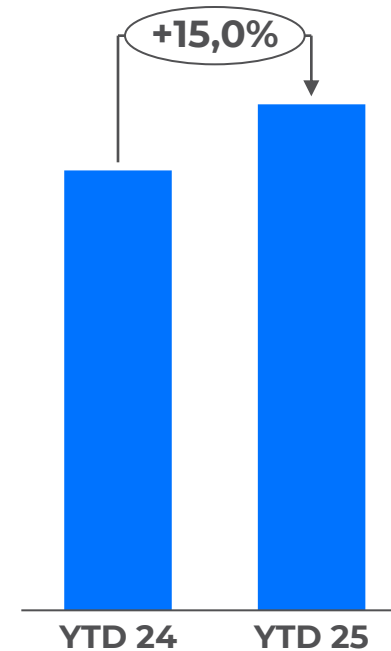
3.5 | Crecimiento y rentabilidad: Retail Media

Cenco Media

Cenco Media, la unidad de negocios de Retail Media de Cencosud **permite a las marcas anunciar sus campañas publicitarias en espacios tanto físicos como digitales de alto tráfico**, apalancándose de la data e inteligencia de negocios de Cencosud. Esta unidad de negocios se lanzó en julio de 2021.



~600
Marcas anunciadas a través de Cenco Media durante 2025



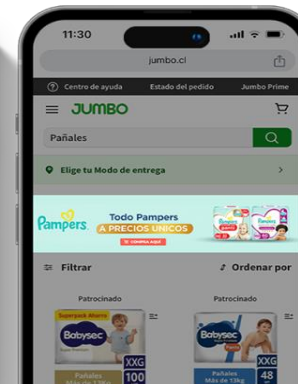
Ingresos LTM Cenco Media regional

- ▶ Negocio en fase de crecimiento.
- ▶ Rentabiliza el tráfico en tienda, centros comerciales y canales digitales.
- ▶ Campañas publicitarias permiten eficiencia en el gasto publicitario de los anunciantes al proveer data en tiempo real del impacto de su campaña.

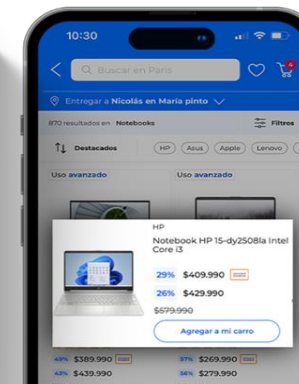
Offsite



Banners Ads



Productos Patrocinados



Instore



3.6 | Crecimiento y rentabilidad: Global Business Service, promoviendo eficiencia y digitalización

Global Business Services centraliza y optimiza procesos clave a nivel regional mediante rediseño, estandarización de procesos y digitalización, impulsando eficiencia, agilidad y escalabilidad, con sólidos controles y una gestión efectiva de riesgos.

Eficiencia operacional

Efectividad de negocios

Agilidad organizacional

Gestión de Riesgos

Entre otras funciones, el GBS (Global Business Service) se encarga de la automatización en:

- ▶ **Tiendas**
- ▶ **Centros de distribución**
- ▶ **Oficinas centrales**
- ▶ **Circuitos hacia proveedores y clientes.**

Con Servicios de Asistencia al Retail, *Order to Cash*, *Procure to Pay*, ComEx, entre otros, **el GBS procesó en 2024:**

+370 millones

Cupones de tarjetas conciliados

+240 millones

Documentos en SAP registrados

+15 millones

Facturas registradas

+850 mil

Promociones registradas

3.7 | Ecosistema Retail: fortalecimiento de la propuesta de valor nuevas fuentes de ingresos y sinergias



Objetivo del Ecosistema Retail

El Ecosistema Retail es una herramienta clave para **fortalecer la posición y propuesta de valor** de los negocios de Cencosud, contribuyendo a **posicionarlos como líderes a nivel local** en cada una de las geografías en las que operan, potenciado por las capacidades **globales de Cencosud**.

Desarrollar capacidades futuras de la Compañía a través de :

- ▶ Generación de nuevas fuentes de ingresos
- ▶ Maximización de eficiencias y sinergias
- ▶ Aceleración de innovación y digitalización
- ▶ Promover internamente un foco centrado en el consumidor

3.8 | Innovación y Experiencia: posicionar al cliente en el centro de las decisiones

Analítica de datos para mejor gestión de clientes

- ▶ Gestión de clientes **data-driven**
- ▶ Con una **mirada única** y **personalizada** del cliente
- ▶ Generando valor **de acuerdo a las necesidades y gustos de cada cliente**

Mirada *End-to-End* (E2E)

- ▶ Seguimiento completo del **journey de cliente**
- ▶ Buscando mejorar la satisfacción y experiencia de los clientes **a lo largo de toda la cadena y a través de todo el Ecosistema Cencosud**

Experiencia va de la mano con tecnología e innovación

- ▶ Generación de **nuevas y mejores experiencias** para los clientes en los diversos canales:
 - ▶ Pórticos en zona de Self-Checkout
 - ▶ Balanzas autoservicio con IA
 - ▶ Piloto de Cámaras inteligente

Propósito

Servir de forma extraordinaria en cada momento



3.9 | Pilares estratégicos: Sostenibilidad

Estrategia de sostenibilidad

Conexión con los ODS

**Gobierno corporativo**

- Ética
- Cumplimiento
- Reputación
- Derechos humanos



**Personas**

- Valor social
- Marca empleadora
- Diversidad, equidad e inclusión



**Planeta**

- Clima y descarbonización
- Eficiencia energética
- Circularidad
- Cuidado del agua



**Productos y servicios**

- Abastecimiento responsable
- Innovación en oferta sostenible

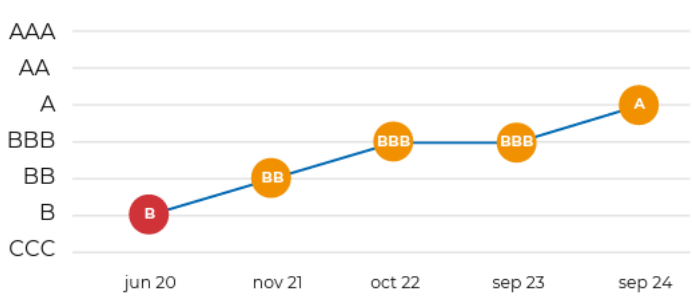


Nuestra estrategia de sostenibilidad esta alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Diez Principios del Pacto Global impulsados por las Naciones Unidas

Para mayor información de la Memoria Anual 2024 y del Reporte de sostenibilidad 2024, hacer click [aquí](#).



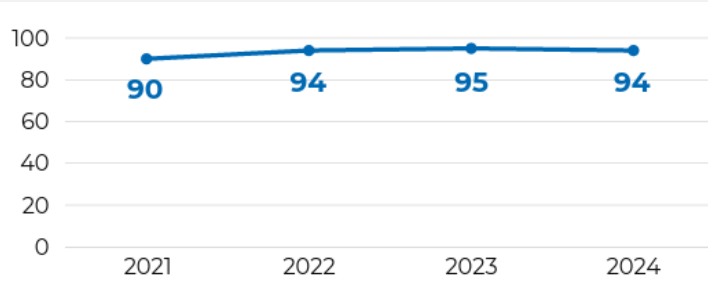
MSCI ESG Ratings



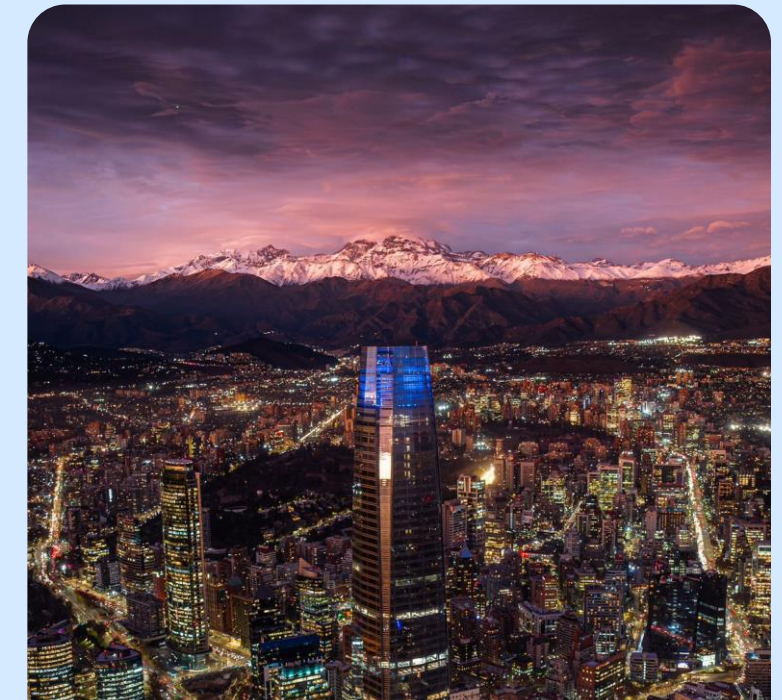
S&P Dow Jones Indices
A Division of **S&P Global**

Cencosud es miembro del índice **DJSI Chile y DJSI MILA** desde 2022

Resultado de las evaluaciones (percentiles)



3.10 | *Management con amplia experiencia en la industria y las regiones donde operamos*



EXPERIENCIA EN LA INDUSTRIA

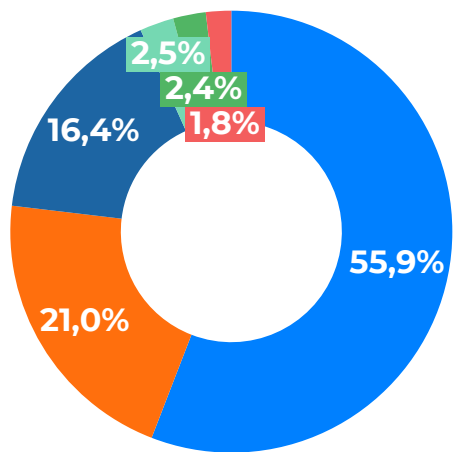
TRAYECTORIA EN LA COMPAÑÍA

CONOCIMIENTO LOCAL DE LOS MERCADOS

(1) Los años bajo cada ejecutivo representan el tiempo durante el cual han sido parte de la Compañía. Las banderas corresponden a la nacionalidad de cada ejecutivo.

3.11 | Estructura de propiedad y Gobierno Corporativo alineado con mejores prácticas

Estructura de Propiedad



■ Controlador
■ AFP
■ Extranjeros
■ Corredoras de Bolsa
■ Otros
■ Acciones en Cartera

USD 8,9 MM
 Volumen Promedio Diario
 Transado LTM Junio 2025

USD 9.529 MM ⁽¹⁾
 MARKET CAP

44,1%
 FREE FLOAT

Con el objetivo de crear valor para todos sus grupos de interés de manera sostenible, Cencosud ha establecido políticas y prácticas orientadas a garantizar la efectividad de su sistema de Gobierno Corporativo.

(1) Cifra a junio 2025. Tipo de cambio al cierre del periodo: USD/CLP 933,4.

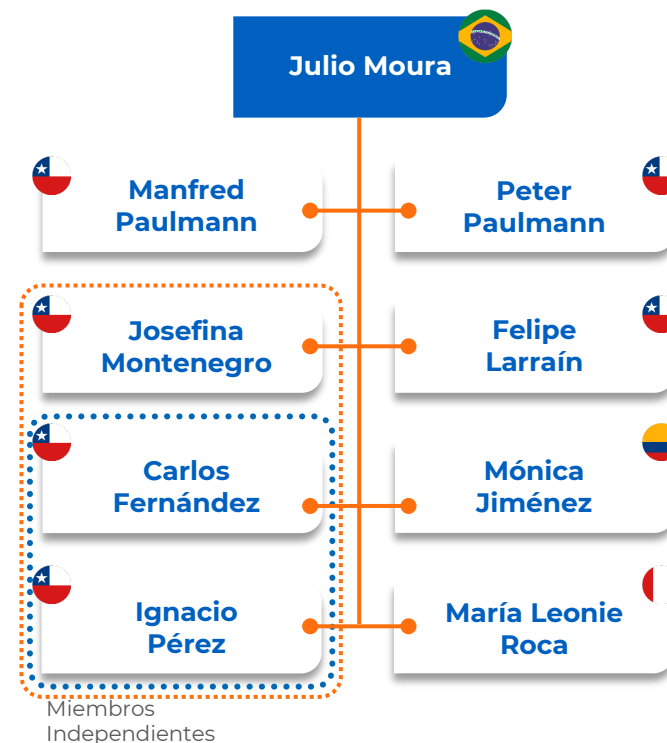
Directorio

Diversidad:

- ▶ 4 nacionalidades
- ▶ Un tercio son mujeres
- ▶ Amplia experiencia en diversas industrias y áreas corporativas

Mejores prácticas de Gobierno Corporativo

Comité de Directores con mayoría independiente



Política de Anticorrupción



Política de Libre Competencia



Código de Ética



Política de DEI



Entre otras

3.12 | Premios & reconocimientos 2025



Cencosud fue reconocido por su cultura de seguridad



Enero 2025
Mutual de Seguridad

The Fresh Market entre los mejores en atención y servicio por USA Today



Marzo 2025
USA TODAY

Mejor Marca Ciudadana de Chile, según Cadem



Mayo 2025
Cadem

The Fresh Market: Uno de los mejores lugares para trabajar



Mayo 2025
The Triad Business Journal

The Fresh Market es reconocido con múltiples premios Vertex



Mayo 2025
The Vertex Awards

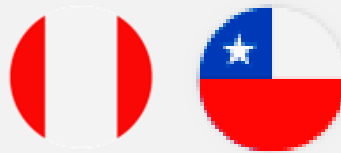
Cencosud es reconocido con el Premio al Impacto en la Sostenibilidad de Schneider Electric



Junio 2025
Schneider Electric

Cencosud Avanza en ranking Merco 2024

Merco Responsabilidad ESG – Merco Empresa



Junio 2025
Merco

Supermercados Wong: Líder en experiencia de cliente en Perú



Mayo 2025
IZO

Cencosud y Paris, nuevamente entre los Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+



Mayo 2025
Fundación Iguales y Pride Connection Chile

Cencosud Media fue reconocido como mejor propuesta de medios en Brand100 Chile



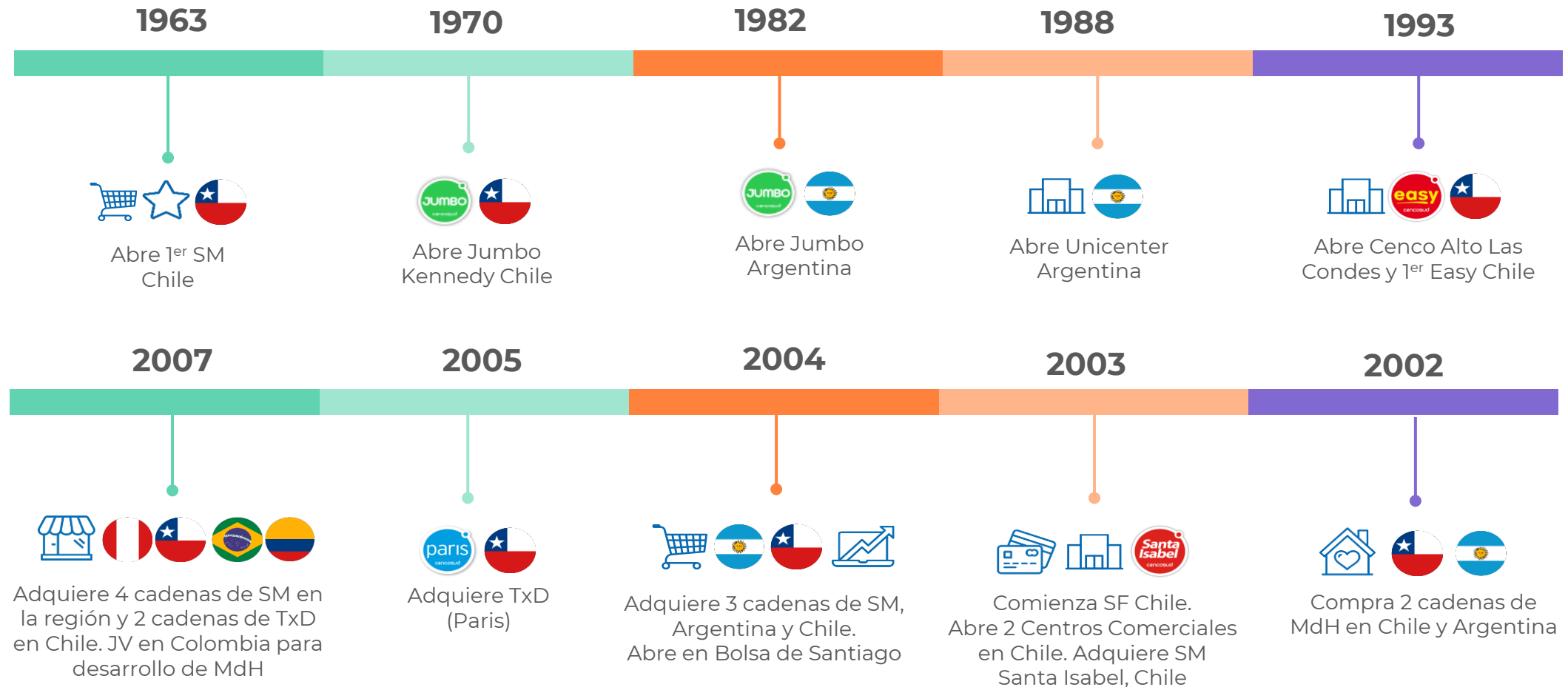
Junio 2025
Brand 100

04

Anexos

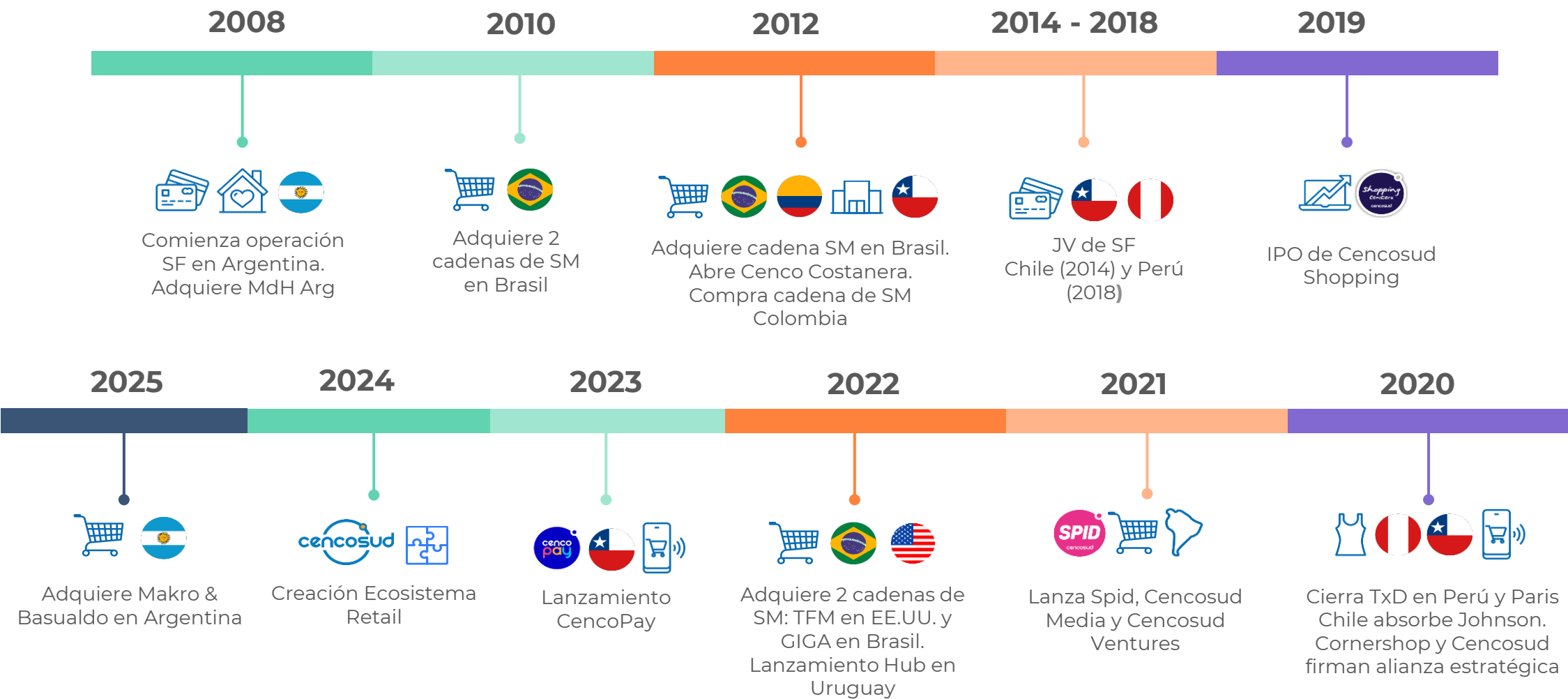


4.1 | Historia de crecimiento y expansión



SM = Supermercados TxD = Tiendas por Departamento MdH = Mejoramiento del Hogar JV = Joint Venture SF = Servicios Financieros

4.2 | Historia de crecimiento y expansión



SM = Supermercados TxD = Tiendas por Departamento MdH = Mejoramiento del Hogar JV = Joint Venture SF =Servicios Financieros

4.11 | Consideraciones

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 cierre de 2025, con un precio por acción de cierre de CLP 3.170 y una tasa de cambio de cierre de CLP 933,4 por cada USD;
- 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 931,2 – CLP 962,6 – CLP 963,3 – CLP 947,0 por USD para cada trimestre, respectivamente;
- EBITDA Ajustado incluye NIIF 16;
- Gráfico de Ingresos y EBITDA Ajustado por negocio excluye el segmento *Otros*, el cual contribuyó USD 25,9 MM en Ingresos y una pérdida de USD 243 MM en EBITDA Ajustado;
- Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen el ajuste por Hiperinflación en Argentina (NIC 29). Al incluir el efecto, los ingresos a LTM junio de 2025 alcanzaron USD 17.461 MM y EBITDA Ajustado USD 1.623 MM utilizando el tipo de cambio promedio de: CLP 931,2 – CLP 962,6 – CLP 963,3 – CLP 947,0 por USD para cada trimestre, respectivamente. Argentina representó un 19,7% del total de Ingresos y un 15,3% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio al cierre de junio de 2025. La deuda incluye los pasivos por arrendamiento, por adopción de norma NIIF 16. Adicionalmente incluye el efecto por hiperinflación en Argentina reflejo de la norma NIC 29. 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;
- Arg se refiere a Argentina y ML a Moneda Local.

4.12 | 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.



Somos
Cencosud

SERVIR DE FORMA
EXTRAORDINARIA
EN CADA MOMENTO