Presentación de resultados

Segundo trimestre 2025

01

Eventos Relevantes

1.1 Eventos relevantes 2T25

Refinanciamiento crédito The Fresh Market

Durante el 2T25 se emitió un nuevo crédito por USD 600 millones, destinado a prepagar el crédito anterior por USD 597 millones. Esta operación destaco por:

- ✓ Una reducción de la tasa de interés comparado con el crédito anterior, implicando un ahorro de costos financieros
- ✓ Un calendario de amortización más holgado al extender el vencimiento hasta 2030, pasando de un crédito con amortizaciones semestrales a un crédito *bullet*
- ✓ Elimina el *Covenant* de Deuda Financiera Neta / EBITDA del portafolio de restricciones de la Compañía
- ✓ Propuestas a firme recibidas superaron los USD 1.800 MM con una sobresuscripción de 3,0 veces

Cencosud ejecuta recompra de acciones

En junio, Cencosud dio inicio a una operación de recompra de acciones en el marco del programa aprobado en la Junta Extraordinaria de Accionistas de abril de 2021. La Compañía ofreció adquirir hasta un 1,5% de sus acciones, equivalentes a 42.088.051 títulos, a un precio de $3.200 por acción. La operación se realizó a través del mecanismo de Oferta Firme en Bloque (OFB), donde se recibieron ofertas entre el 5 y el 27 de junio a través de la administradora BTG Pactual.

Venta de Estaciones de Servicio en Colombia

Durante junio se concretó la venta a un operador local del negocio de Estaciones de Servicio en Colombia con 37 ubicaciones. La transacción considera la venta de 7 inmuebles y contratos de arriendo de largo plazo de las ubicaciones propias. Se encuentra en proceso de autorización de la Superintendencia de Industria y Comercio.

1.2 Eventos relevantes 2T25

Avance en Plan de Expansión

Apertura de tiendas:

- ✓ Cinco nuevas tiendas en la región
- ✓ Incluye tres tiendas en Estados Unidos, una tienda GIGA en Brasil y un nuevo Jumbo en Colombia

División de Centros Comerciales y oficinas:

- ✓ Habilitación de 25.000 m² adicionales de espacio de oficinas en la Gran Torre Costanera en respuesta a una mayor demanda
- ✓ Inauguración de una nueva zona gastronómica en Cenco Portal La Dehesa (~1.900 m²)
- ✓ Apertura de una nueva tienda de artículos deportivos de ~1.900 m²

Nueva gerencia regional de Transformación

Reportando directamente al gerente general, la nueva gerencia de Transformación tiene como objetivo acelerar, coordinar y priorizar múltiples proyectos estratégicos, maximizando su impacto y optimizando el uso del capital. La gerencia de Transformación tiene un *scope* regional y una visión de Ecosistema, impulsando la generación de valor en los negocios.

Eventos posteriores al cierre de trimestre

Aprobación venta 22 tiendas de Bretas

Durante julio, Cencosud recibió aprobación por parte del CADE, organismo regulador de competencia en Brasil, para la venta de 22 tiendas de Bretas en Minas Gerais. Esta operación se enmarca en la venta anunciada en 1T25 de un total de 54 tiendas, 8 estaciones de servicio y 1 centro de distribución a un comprador local.

02

Resultados financieros 2T25

2.1 Crecimiento en ingresos se acelera vs 1T25

INGRESOS 2T25 a/a
Consolidado Cencosud

+7,2% Excl. NIC 29 | **+5,3%** Reportado

Destaca por:

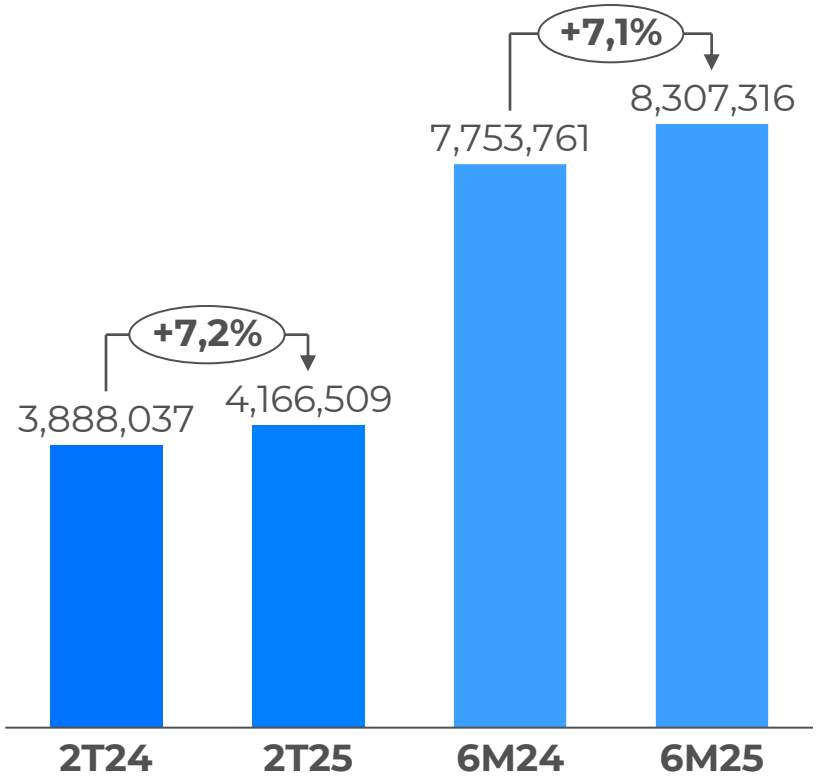
- ▲ Los ingresos aumentaron 7,2%, acelerando el crecimiento respecto al trimestre anterior
- ▲ Todos los negocios en Chile incrementaron sus ingresos a/a por recuperación del consumo en Chile y mayor turismo
- ▲ Argentina: todas las unidades de negocio crecen por sobre inflación
- ▲ Estados Unidos registró crecimiento histórico de 9,0% a/a, impulsado por apertura de nuevas tiendas y mayor venta *online*
- ▲ Colombia registro el mayor crecimiento de venta desde el 2022

Compensado por:

- ▼ Caída de ventas en Brasil (-8,6% a/a), debido a una mayor competencia

Ingresos (1)

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



(1) Cifras excluyen el efecto de hiperinflación en Argentina.

2.2 Margen EBITDA Ajustado se expande en Estados Unidos, Brasil, Perú y Colombia

EBITDA Ajustado 2T25 a/a
Consolidado Cencosud

+1,3% Excl. NIC 29 | **-5,5%** Reportado

Destaca por:

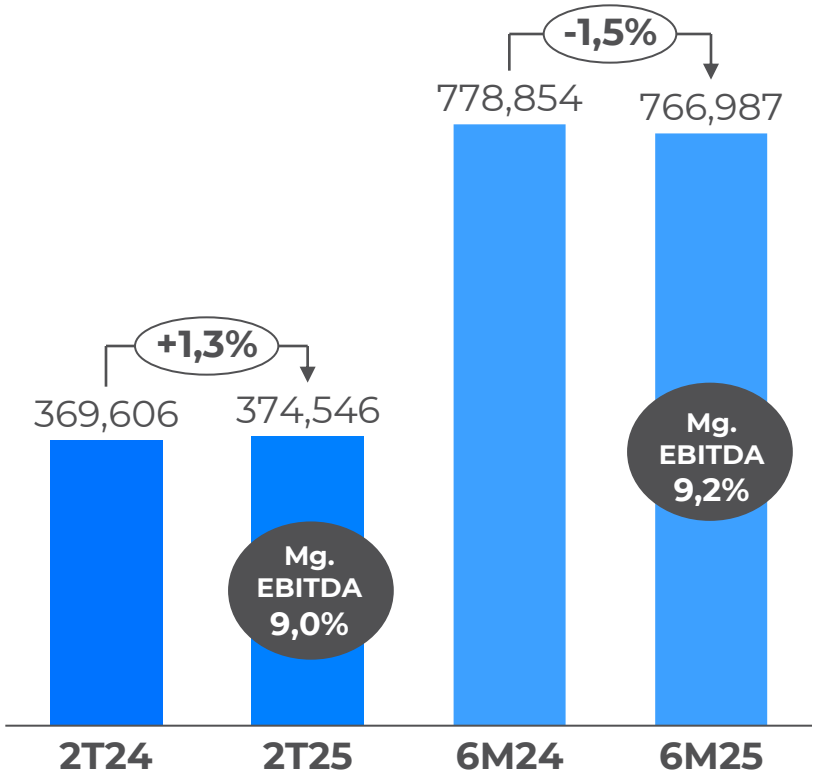
- ▲ EE.UU., Brasil y Perú registraron mejoras en sus márgenes EBITDA Ajustado, alcanzando 9,6%, 5,3%, y 11,8%, respectivamente
- ▲ Chile logró el séptimo trimestre consecutivo con margen EBITDA de doble dígito
- ▲ En Colombia, todos los negocios mejoraron su EBITDA, completando 3 trimestres consecutivos con expansión de margen EBITDA Ajustado, llegando a un 2,1%

Compensado por:

- ▼ Contracción de margen EBITDA Ajustado en Argentina, explicado por disminución de la inflación frente a 2T24 y la incorporación de Makro, aún en etapa de integración

EBITDA Ajustado (1)

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



(1) Cifras excluyen el efecto de hiperinflación en Argentina.

2.3 Utilidad Líquida Distribuible mejora 494% a/a

Ítem	2T25	2T24	Δ %	6M25	6M24	Δ %
Utilidad Neta Reportada	103.047	109.777	-6,1%	229.489	109.176	110,2%
Utilidad excl. Revaluación de Activos	86.307	82.331	4,8%	204.031	69.590	193,2%
Utilidad Líquida Distribuible	69.750	63.349	10,1%	169.808	28.588	494,0%

Conciliación ULD	2T25	2T24	Δ %	6M25	6M24	Δ %
Utilidad (pérdida) de la Controladora	119.525	187.914	-36,4%	279.708	336.153	-16,8%
(+) Efecto Inflación (NIC 29)	-33.034	-97.119	-66,0%	-84.442	-267.979	-68,5%
(-) Efecto Neto Revaluación de Activos	16.741	27.446	-39,0%	25.458	39.586	-35,7%
Utilidad Líquida Distribuible	**69.750**	**63.349**	**10,1%**	**169.808**	**28.588**	**494,0%**

Nota: La Utilidad Líquida Distribuible es la base para el cálculo del pago de dividendos.

Utilidad Líquida Distribuible (ULD) a junio 2025

169.808
CLP millones

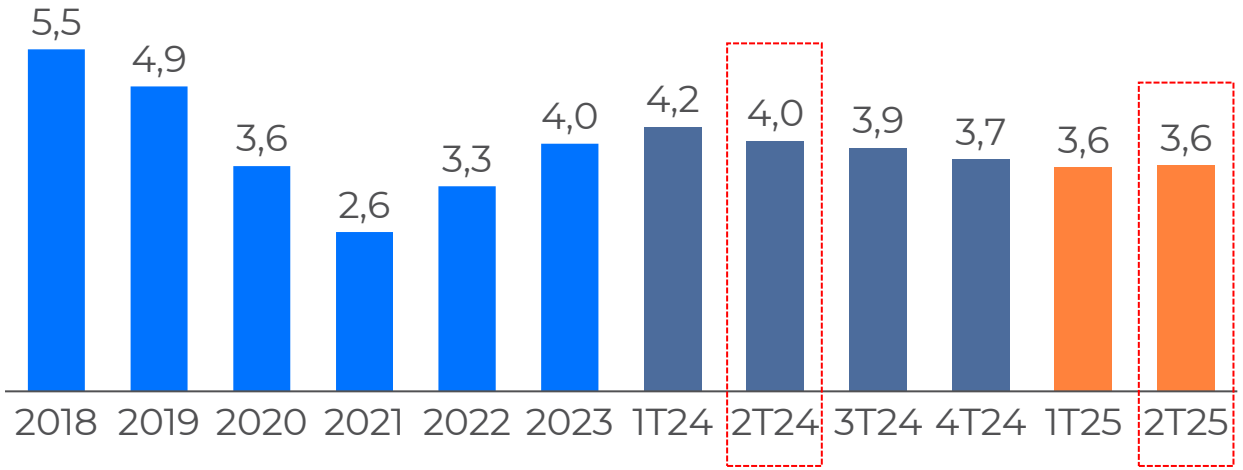
El aumento de la ULD frente al 2024 se explica por:

- ✓ Menor impacto del ajuste por hiperinflación debido a la disminución de la inflación en Argentina
- ✓ Destaca mejora de 4,9% a/a de la Ganancia Bruta acumulada

(1) Cifras en CLP millones.

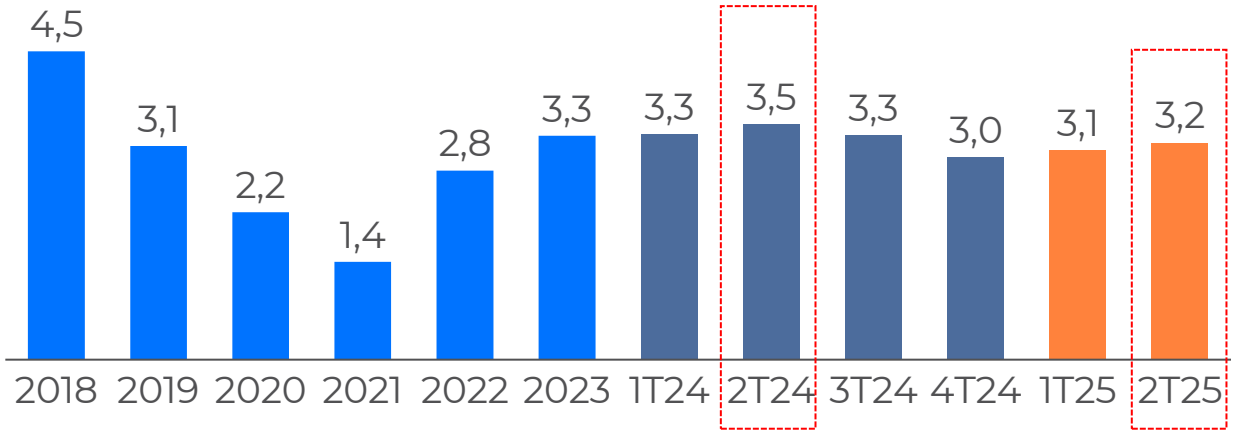
2.4 *Leverage* Bruto se sostiene en 3,6x, con foco en continuar mejora

Leverage Bruto (1)



2T25 Excl. NIC 29: 3,6x

Leverage Neto (2)



2T25 Excl. NIC 29: 3,2x

Leverage Bruto y Neto mejoran respecto a 2T24, explicado por:

- **Incremento del EBITDA Ajustado** *LTM* Reportado en 7,8%
- **Disminución de la deuda bruta de 2,1%**

Posición de caja a junio 2025 (3) (4)

USD 727 millones

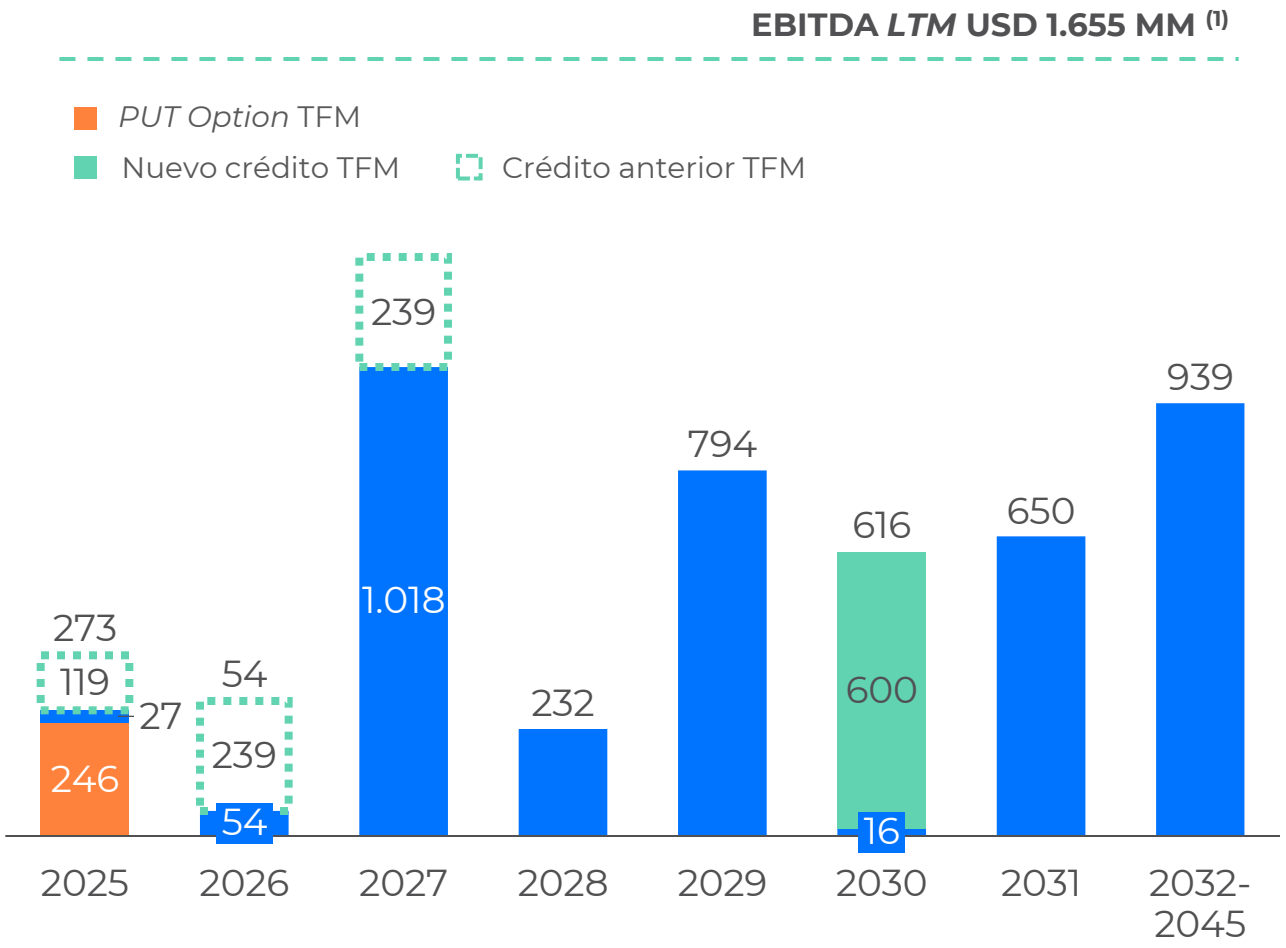
Deuda Bruta a junio 2025 (3)

USD 5.949 millones

(1) *Leverage* Bruto: (Deuda Financiera + Pasivos por Arrendamiento) / EBITDA Ajustado últimos 12 meses.
(2) *Leverage* Neto: descuenta Caja y Activos Financieros a la Deuda Bruta.
(3} A tipo de cambio de cierre: 933,4. (4) Corresponde a Efectivo y equivalentes + activos financieros a corto y largo plazo.

2.5 Refinanciamiento de deuda en 2T25 reduce carga financiera y provee más holgura a calendario de amortizaciones

Calendario de amortizaciones (USD MM) (1)



Durante el 2T25 se realizó una operación de refinanciamiento para The Fresh Market (TFM), en la cual se emitió un **nuevo crédito por USD 600 millones** destinado a prepagar el crédito anterior por USD 597 millones.

Beneficios de la operación:

- Reducción de tasa de interés, lo que implica un ahorro de costos financieros.
- Vencimiento de la deuda se extiende hasta 2030, proporcionando mayor flexibilidad en los pagos de corto y mediano plazo.
- Se elimina *Covenant* de Deuda Financiera Neta / EBITDA.

(1) A tipo de cambio de cierre: 933,4.

2.6 Cencosud mantiene una acotada exposición a pasivos financieros en moneda extranjera

- Post cobertura cambiaria, la deuda expuesta a USD es un **28,3%**.
- Considerando la cobertura natural de la deuda en Estados Unidos (por la generación de flujos en USD), se llega a una deuda total descubierta de **14,7%**.

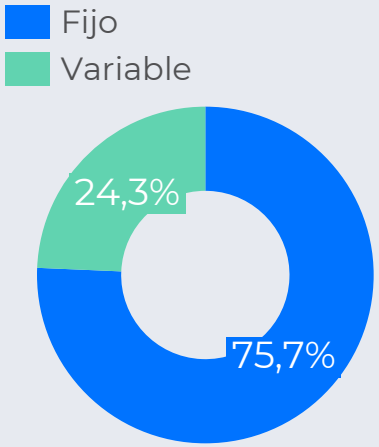
Deuda denominada en USD

67,4%

Deuda descubierta en USD

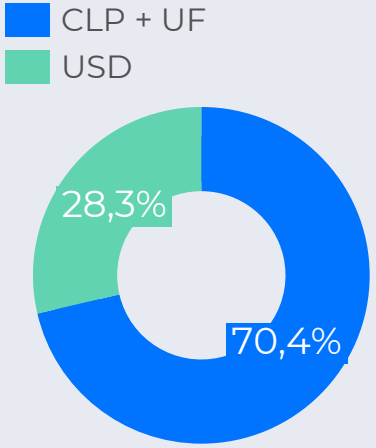
14,7%

Deuda por tipo de tasa



Deuda por Moneda

(Post Coberturas)



03

Resultados por país

3.1 Chile: margen EBITDA Ajustado de doble dígito por 7mo trimestre consecutivo

Los **ingresos** crecieron un 4,3% a/a, atribuido al crecimiento en todas las divisiones de negocios, destacando Tiendas por Departamento y Centros Comerciales. La venta *E-commerce*, por su parte, creció un 6,0% a/a, apalancado por un alza del 10,0% en las ventas *online* de Supermercados.

Chile mantuvo, por séptimo trimestre consecutivo, un margen EBITDA de doble dígito, pese a la disminución de 2,4% a/a en el **EBITDA Ajustado**, impactado principalmente por mayores tarifas eléctricas y el aumento del sueldo mínimo.

+7,9% a/a

Suscriptores Jumbo Prime

+9,9% a/a

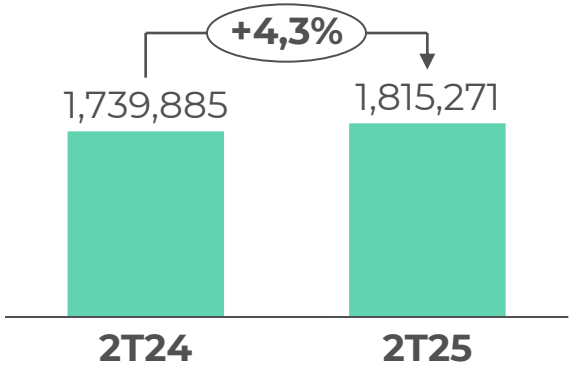
SSS Tiendas por Departamento 2T25

+10,1% a/a

Venta *online* Supermercados

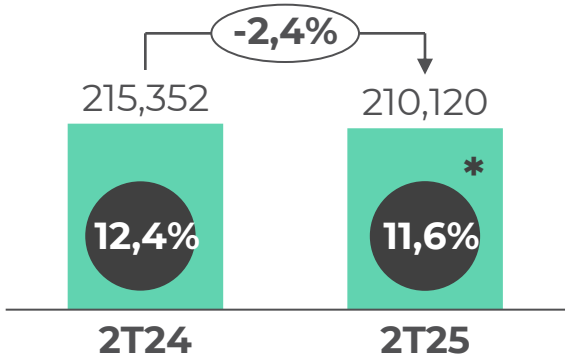
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



(*) Hace referencia al margen EBITDA Ajustado.

3.2 Argentina: todos los negocios crecen por sobre inflación

Los **ingresos** crecieron 66,4% en ARS y 29,4% en CLP, destacando el crecimiento por sobre inflación en todos los negocios y la expansión de participación de mercado de Supermercados en 107 *bps* a/a. Marcas Propias aumentó su penetración en 159 *bps*, contribuyendo al crecimiento en venta consolidado.

El **EBITDA Ajustado** se incrementó un 14,1% en ARS y disminuyó un 11,2% en CLP comparado con el 2T24, explicado por la contracción del margen bruto en 192 *bps* y crecimiento de los gastos por sobre inflación respecto al año anterior.

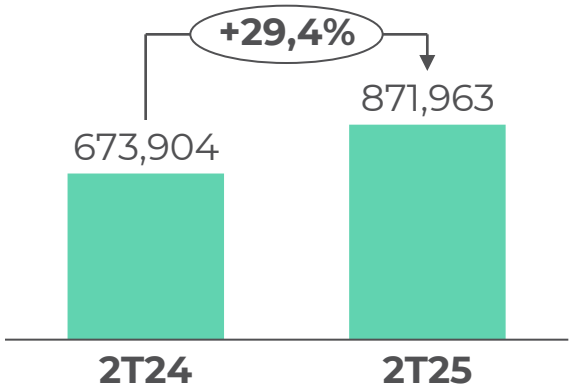
+159 *bps* a/a
Penetración en Marcas Propias

+37,8% a/a
SSS Supermercados (1)

+218
Toneladas de alimentos rescatadas y monetizadas (2)

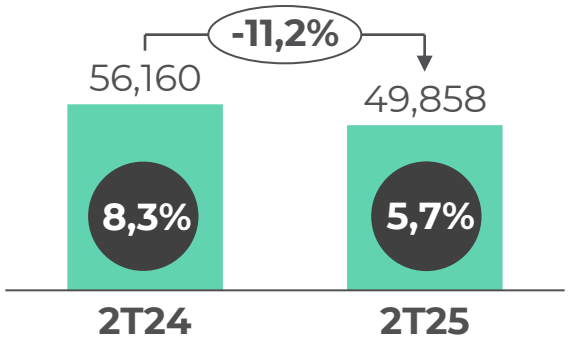
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



(1) Excluye las tiendas de Makro y Basualdo. (2) Por medio de la app Cheaf, la cual busca reducir el desperdicio alimentario al ofrecer productos a precios reducidos.

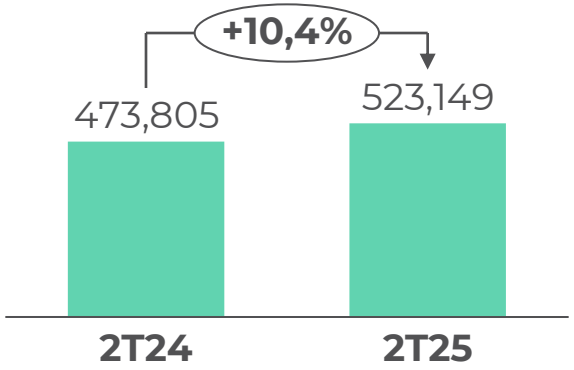
3.3 EE.UU: mayor crecimiento en venta en moneda local desde la adquisición en 2022

Los **ingresos** crecieron 9,0% en USD y 10,4% en CLP año contra año. Este mejor desempeño se explica por el aumento de 24,8% de la venta *online*, llegando a un 8,5% de penetración sobre el total de ventas. Asimismo, se abrieron 13 nuevas tiendas en los últimos 12 meses, de las cuales 3 abrieron en 2T25. Adicionalmente, el *Same Store Sales* se mantuvo en línea con inflación interanual.

El **EBITDA Ajustado** se incrementó un 11,5% en USD y 13,0% en CLP comparado con el 2T24, llegando a un margen EBITDA Ajustado de 9,6%. Este resultado se explica por una mejora del resultado bruto de 7,4% a/a, sumado al reembolso de aseguradoras por pérdidas asociadas a los huracanes Helene y Milton en 2024. Excluyendo este efecto, el EBITDA Ajustado crecería 1,9% frente al 2T24.

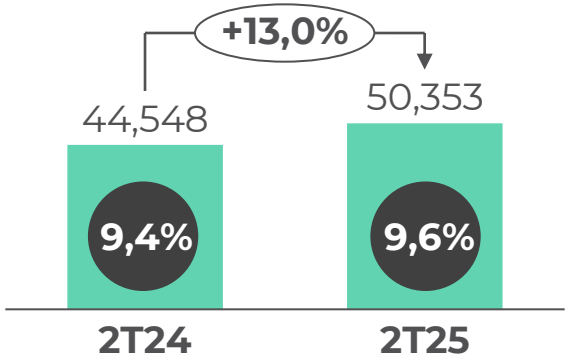
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



Best Place to work

TFM fue destacada como la 3ra mejor empresa para trabajar en la región del Triad

+24,8% a/a

Venta *online* en USD

13

Aperturas en los últimos 12 meses

(1) La región del Triad contempla Greensboro, Winston-Salem y High Point.

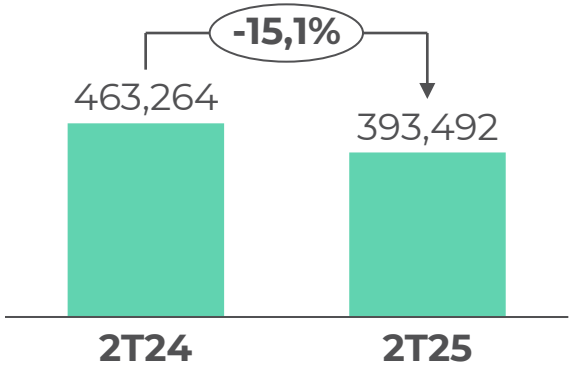
3.4 Brasil: se recibe aprobación para la venta de 22 tiendas restantes de Bretas en Minas Gerais

Los **ingresos** decrecieron 8,7% en BRL y 15,1% en CLP en comparación con 2T24, explicado en parte mayor competencia. Pese al traspaso de las 32 tiendas de Bretas en Minas Gerais, las ventas del 2T25 disminuyeron en menor medida (-8,6%) comparado al 1T25 (-11,4%). Asimismo, el *Same Store Sales* del 2T25 (-5,2%) registró una mejora gradual comparado con el 1T25 (-12,1%).

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 1,2% en BRL y 8,2% a/a en CLP, debido al menor volumen de ventas y gastos creciendo en torno a inflación. Sin embargo, el margen EBITDA Ajustado registró una expansión de 40 bps a/a, explicado por la utilidad de la venta de 32 tiendas de Bretas.

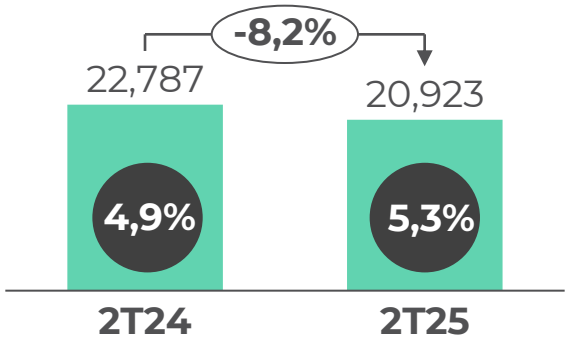
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



+4.000 m²

Inauguración de nueva tienda GIGA Naciones Unidas, marcando un hito en la propuesta de valor de la cadena, ofreciendo servicios como Panadería, Carnicería, entre otros.

3.5 Perú: margen EBITDA Ajustado registra su mejor desempeño histórico en un segundo trimestre

Los **ingresos** crecieron 4,1% en PEN y 8,0% en CLP a/a, destacando el crecimiento de las ventas *SSS* por sobre inflación interanual y las ventas del canal *online* que incrementaron un 35,5% a/a, logrando un aumento en la penetración de 162 *bps*.

El **EBITDA Ajustado** aumentó un 7,4% en PEN y 11,4% en CLP año contra año, alcanzando un margen EBITDA Ajustado de 11,8%. Este fue el margen EBITDA Ajustado más alto registrado por Perú en un segundo trimestre. Contribuyó a la mejora la expansión de EBITDA Ajustado de Centros Comerciales y Servicios Financieros a/a.

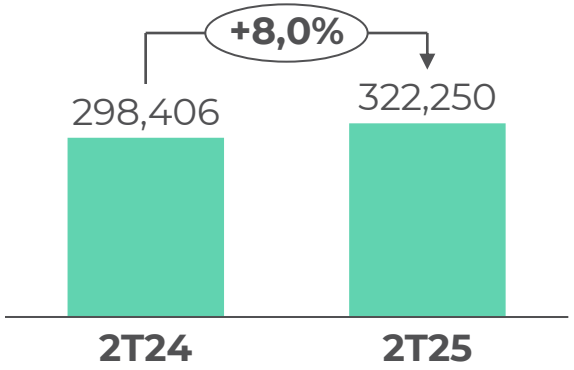
19,1%
Penetración de Marcas Propias

7,0%
Penetración *online* Supermercados

+37,5% a/a
Tickets Online

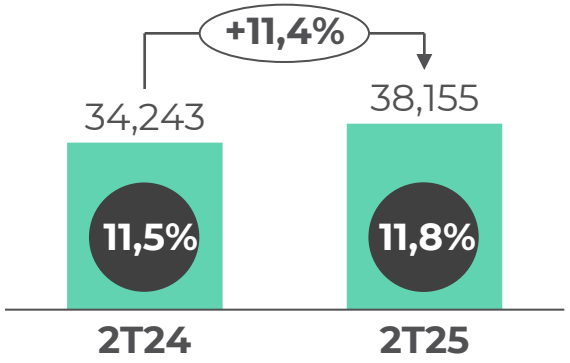
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



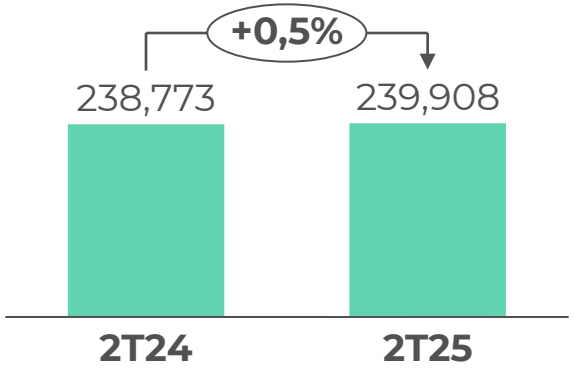
3.6 Colombia: tasa de crecimiento en venta más alta de los últimos 3 años

Los **ingresos** crecieron 6,3% en COP y 0,5% en CLP respecto al 2T24. Todas las unidades de negocio registraron incremento en ventas comparado con el 2T24. Contribuyeron a la mejora en venta el aumento de la venta *E-commerce* (+6,0% a/a) y la recuperación de la división de Servicios Financieros. Adicionalmente, en junio se abrió una nueva tienda Jumbo con mas de 1.200 m^2.

El **EBITDA Ajustado** mejoró comparado con el 2T24, logrando una expansión de margen EBITDA de 357 *bps* a/a. Lo anterior se explica por una mayor rentabilidad en Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Servicios Financieros.

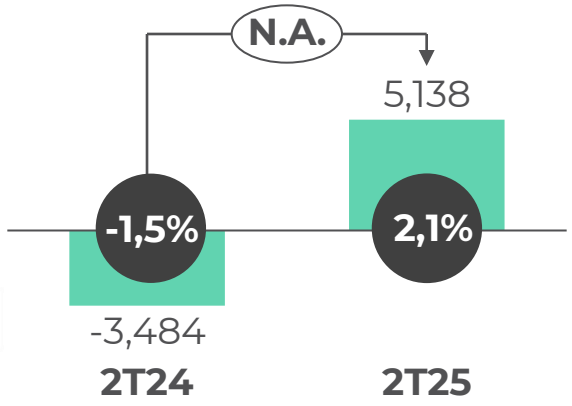
INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



EBITDA AJUSTADO

CLP millones



Venta de Estaciones de Servicio

Cencosud llegó a acuerdo con un comprador local para la venta del negocio de Estaciones de Servicio. Transacción está en proceso de aprobación por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).

5,6%

Penetración *Online* Supermercados

+6,0% a/a

Venta *online* en COP

04

Avances en pilares estratégicos

4.1 Marcas Propias: logra una penetración histórica de 17,9% sobre el total de ventas

País	*Food*		*Non-Food*		Total	
	2T25	2T24	2T25	2T24	2T25	2T24
Chile	12,9%	12,8%	27,5%	26,8%	17,6%	17,3%
Argentina	17,5%	16,8%	17,9%	14,5%	17,6%	16,0%
Estados Unidos	30,9%	31,7%	0,8%	1,5%	29,4%	30,3%
Brasil	4,9%	4,9%	3,6%	3,9%	4,7%	4,8%
Perú	15,4%	15,4%	39,7%	39,0%	19,1%	18,9%
Colombia	10,7%	10,0%	8,4%	7,6%	10,0%	9,2%
Total	**16,2%**	**15,9%**	**22,8%**	**21,9%**	**17,9%**	**17,4%**

Ventas Consolidadas 2T25

USD 717 MM

+12,3% a/a

Penetración Consolidado 2T25

17,9%

+48 *bps* a/a

Hito relevante

Cuisine & Co fue reconocida como la **Marca Emergente N°1 en Chile**, según el estudio Cadem, consolidando su posicionamiento como referente dentro del portafolio de Marcas Propias de Cencosud.

Lanzamiento nueva marca Hacks & Racks

Una nueva marca exclusiva de soluciones integrales de organización lanzada en Easy Chile, Argentina y Colombia.

4.2 Crecimiento orgánico

Aperturas 6M25

	Aperturas		Remodelac.	Cierres	
2T25	#	M²	#	#	M²
Chile	-	-	1	1	450
Argentina	-	-	-	-	-
EE.UU.	3	4.703	-	1	1.301
Brasil	1	4.147	-	-	-
Perú	-	-	-	-	-
Colombia	1	1.204	-	-	-
Total	**5**	**10.054**	**1**	**2**	**1.751**

M² adicionales en división de *Real Estate:*

~30.000 m²

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

4.3 Tecnología e innovación al servicio de los clientes

Pilotos de nuevas capacidades
Chile

Pórticos en zona de Self-Checkout
- Sistema automatizado de validación de pago, que verifica que sólo los clientes con compra finalizada puedan abandonar el área de *self-checkout*
- Esta solución agiliza el proceso de pago, reduce las pérdidas y logra una experiencia fluida para el cliente

Balanzas autoservicio con IA
- Nueva tecnología que permite identificar automáticamente frutas y verduras
- Esta solución mejora la precisión y reduce tiempos en el proceso de pesaje

Scanner de paltas
- Dispositivo que permite al cliente conocer el nivel de madurez del producto en tiempo real

Piloto KSI – Jumbo Costanera
- Sistema de gestión en tiempo real de filas en caja y platos preparados, basado en nuevos modelos de *machine learning*

Transformación digital en góndolas
Chile y EE.UU

Piloto Cámaras inteligentes
- Solución de control de *stock* en góndola en tiempo real, complementada con flejes electrónicos
- Se monitorean indicadores clave como nivel de quiebre, precisión de alertas externas, cumplimiento de planograma, precisión en precios dinámicos y reducción de notas de crédito por diferencias de precio

Implementación Etiquetas electrónicas y Cámaras inteligentes
- TFM completó la implementación de etiquetas electrónicas y cámaras inteligentes, digitalizando procesos clave en góndola y gestión de precios
- La solución permite actualizaciones automáticas de precios y monitoreo de *stock* en tiempo real, generando mayor eficiencia operativa

4.4 Sostenibilidad: iniciativas con impacto regional

Gobierno Corporativo

Cencosud lanza programa regional de liderazgo para gerentes de tienda

Cencosud inició en Chile el programa “Liderazgo para Gerentes de Tienda”, una nueva iniciativa de formación que será extendida a nivel regional. El programa busca fortalecer las capacidades de liderazgo de quienes están al frente de la operación en tiendas, potenciando su rol en la entrega de una experiencia extraordinaria tanto a clientes como a equipos.

Personas

25 comunidades escolares en Chile ya cuentan con el programa “Como Cambio”

En Chile avanza el programa de alimentación y cultura saludable “Como Cambio”. Durante el primer semestre de 2025, el programa ya se ha implementado en 25 establecimientos educacionales llegando a más de 5.000 niños del país.

The Fresh Market lanza iniciativa solidaria junto a Carla Hall y la Alzheimer’s Association

Durante junio, The Fresh Market se unió a la chef Carla Hall y a la Alzheimer’s Association en una campaña solidaria en EE.UU. La iniciativa contempla la venta exclusiva de los “Sweet Heritage Butter Tarts”, desarrollados por la chef, destinando un 10% de la venta a apoyar a personas afectadas por el Alzheimer.

Personas

Cencosud Perú lanza “Buenas ideas para una mejor alimentación”

A través de Supermercados Metro se presentó una plataforma para combatir la anemia y desnutrición infantil, en Perú, articulando acciones en acceso a alimentos, educación y detección temprana.

- ✓ +1,500 personas fueron analizadas
- ✓ 16 talleres de educación nutricional
- ✓ Alianzas con 5 organizaciones

4.5 Sostenibilidad: avances en economía circular

Planeta

Cencosud avanza en su estrategia de sostenibilidad con gestión energética inteligente

Como parte de su compromiso con la eficiencia energética y la descarbonización, Cencosud implementó una Plataforma de Gestión Energética, la cual permite monitorear el consumo energético en más de 300 locales de Jumbo, Santa Isabel y Paris en Chile.

Cencosud recibe certificación de sostenibilidad por modelo circular con CHEP (1)

Cencosud recibió la certificación de CHEP (Commonwealth Handling Equipment Pool), que reconoce su participación en un modelo de economía circular mediante el uso de pallets reutilizables. Las marcas Jumbo, Santa Isabel y Spid fueron reconocidas por entregar pallets en desuso, optimizando el uso de madera, reduciendo residuos y disminuyendo emisiones.

Según CHEP, en 2024 se registraron los siguientes ahorros colectivamente:

- ✓ 10,56 millones dm^3 de madera, equivalente a salvar más de 10.205 árboles
- ✓ 3,48 millones kg de CO_2 evitados
- ✓ 2,24 millones kg de residuos no generados

Una segunda vida a los *pallets* en Easy

Easy Chile realizó la primera entrega oficial de pallets en desuso a la empresa Armony: En total fueron 22 toneladas que podrán ser reutilizados como sustratos para jardinería, entre otros. Esta iniciativa de circularidad permitirá que estos productos puedan ser usados y vendidos en las tiendas Easy.

(1) Commonwealth Handling Equipment Pool es una empresa global especializada en soluciones logísticas sostenibles, particularmente en el alquiler y gestión de pallets, contenedores y cajas reutilizables. Fue fundada en Australia y hoy opera en más de 60 países.

4.6 Premios & reconocimientos

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

Top 20 empresas preferidas por talento digital Sub-35

Mayo 2025
FirstJob

Cencosud Perú avanza en el *ranking* Merco Talento 2025

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 Connetion Chile

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

Junio 2025
Brand 100

Cencosud reconocida entre las Mejores Empresas para Practicantes en Chile

Junio 2025
FirstJob

4.7 Información importante

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.

cencosud