



# Presentación Corporativa

Mayo 2026





01

# Cencosud en una Mirada

# 1.1 | Cencosud Resumen General

Compañía líder de retail multiformato en Latinoamérica, enfocada en crecimiento sostenible mediante su principal negocio de supermercado y un ecosistema integrado que potencia nuevas oportunidades

**+60 años**  
de historia

**USD 17.948 Bn**  
Ingresos Consolidados  
LTM <sup>(1)</sup>

**USD 7.8 Bn**  
Market Cap <sup>(2)</sup>

**673 millones**  
Tickets LTM

**+115.000**  
Empleados

MOODY'S **Baa3** (Estable)

FitchRatings **BBB** (Estable)

Humphreys **AA** (Estable)

Feller.Rate **AA** (Estable)



Con operaciones en  
**6 Países** <sup>(3)</sup>:



**Servir de forma  
extraordinaria en cada  
momento**

(1) A tipo de Cambio promedio trimestral LTM a marzo 2026 de USD 1 = CLP 931,75.  
(2) A tipo de cambio al 31 de marzo de 2026 de USD 1 = CLP 927,46.  
(3) Además de una Oficina comercial en China y un hub digital en Uruguay.

## 1.2 | Puntos clave de inversión



01

COMPAÑÍA LÍDER DE RETAIL MULTIFORMATO EN LATINOAMÉRICA, CON GRAN ESCALA OPERATIVA, FOCO ESTRATÉGICO EN SUPERMERCADOS COMO PILAR CENTRAL Y MARCAS SÓLIDAS Y RECONOCIDAS

02

ESTRATEGIA ENFOCADA EN CRECIMIENTO ORGÁNICO Y RENTABILIDAD, IMPULSADA POR TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y UN ECOSISTEMA INTEGRADO

03

CRECIMIENTO IMPULSADO POR ACTIVOS “BEST-IN-CLASS” Y UNA SÓLIDA RESERVA DE TERRENOS

04

SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA CON UNA FUERTE Y SOSTENIBLE GENERACIÓN DE CAJA

05

GOBIERNO CORPORATIVO ALINEADO CON LAS MEJORES PRÁCTICAS Y SOSTENIBILIDAD INTEGRADA

# 1.3 | Negocios



## Supermercados

Tiendas<sup>1</sup>

**1.073**

Superficie de ventas

**2.412.862 m<sup>2</sup>**

### Marcas

**Chile:** Jumbo, Santa Isabel, SPID

**Argentina:** Jumbo, Disco, Vea

**Estados Unidos:** The Fresh Market

**Brasil:** GIGA, Prezunic, Perini, Bretas, G Barbosa, Mercantil Rodriguez, SPID

**Perú:** Wong, Metro

**Colombia:** Jumbo, Metro

Ingresos LTM a marzo de 2026

USD **14.438** millones

Contribución a los ingresos consolidados

**80%**

Contribución EBITDA

**68%**

## Tiendas por Departamento

Tiendas

**48**

Superficie de ventas

**266.985 m<sup>2</sup>**

### Marcas

**Chile:** Paris

Eurofashion

Marca Propia

Ingresos LTM a marzo de 2026

USD **1.295** millones

Contribución a los ingresos consolidados

**7%**

Contribución EBITDA

**5%**

## Mejoramiento del Hogar

Tiendas

**114**

Superficie de ventas

**812.461 m<sup>2</sup>**

### Brands

**Chile:** Easy

**Argentina:** Easy, Blaisten

**Colombia:** Easy

Ingresos LTM a marzo de 2026

USD **1.665** millones

Contribución a los ingresos consolidados

**9%**

Contribución EBITDA

**7%**

## Centros Comerciales

Centros Comerciales

**68**

Superficie bruta arrendable

**2.382.823 m<sup>2</sup>**

### Marcas regionales

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

Ingresos LTM a marzo de 2026

USD **444** millones

Contribución a los ingresos consolidados

**2%**

Contribución EBITDA

**19%**

## Servicios Financieros

Tarjetas de crédito emitidas

**4,1** millones

Cartera de colocaciones neta

USD **3.136** millones

### Marcas

**Chile:** Cencosud Scotiabank

**Argentina:** Tarjeta Cencosud

**Brasil:** Bradesco Bank

**Peru:** Cencosud Scotiabank

**Colombia:** Cencosud Colpatría

Ingresos LTM a marzo de 2026

USD **159** millones

Contribución a los ingresos consolidados

**1%**

Contribución EBITDA

**1%**

<sup>1</sup> Las tiendas de retail no incluyen otros negocios (farmacias, estaciones de servicio, delicatessen y Electroshow): 143 tiendas (37 en Colombia y 106 en Brasil).

# 1.4 | Amplia presencia en América con gran escala operativa

## Tiendas Retail

**1.396**

Nº de tiendas

**3,5 MM**

m<sup>2</sup> de área de venta

## Centros Comerciales

**68**

Nº de centros comerciales

**2,4 MM**

m<sup>2</sup> de superficie bruta arrendable

## Oportunidades de crecimiento futuro

**5,4 MM**

m<sup>2</sup> de Banco de terrenos

- Supermercados
- Centros Comerciales
- Tiendas por Departamento
- Mejoramiento del Hogar
- Joint Ventures

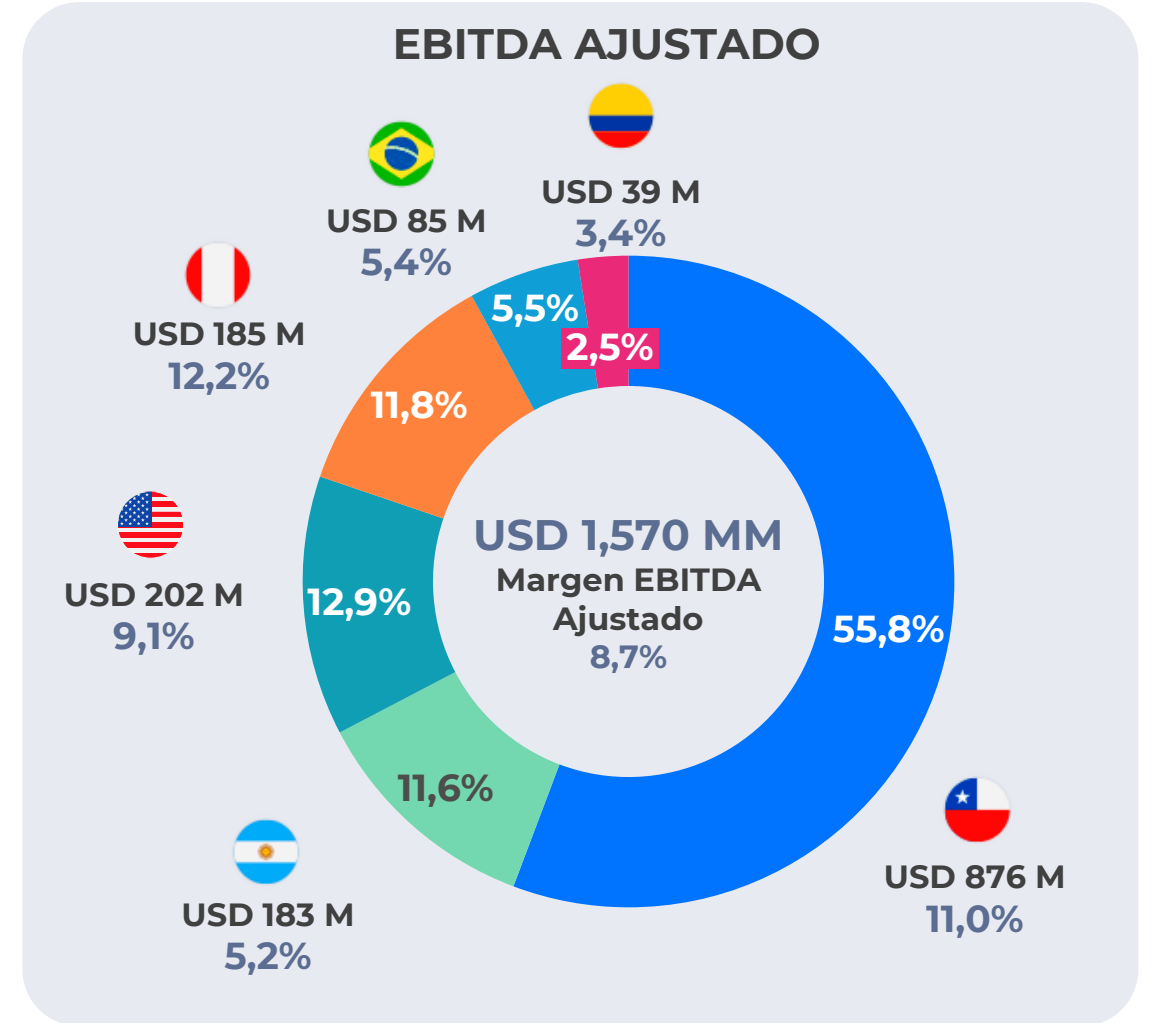
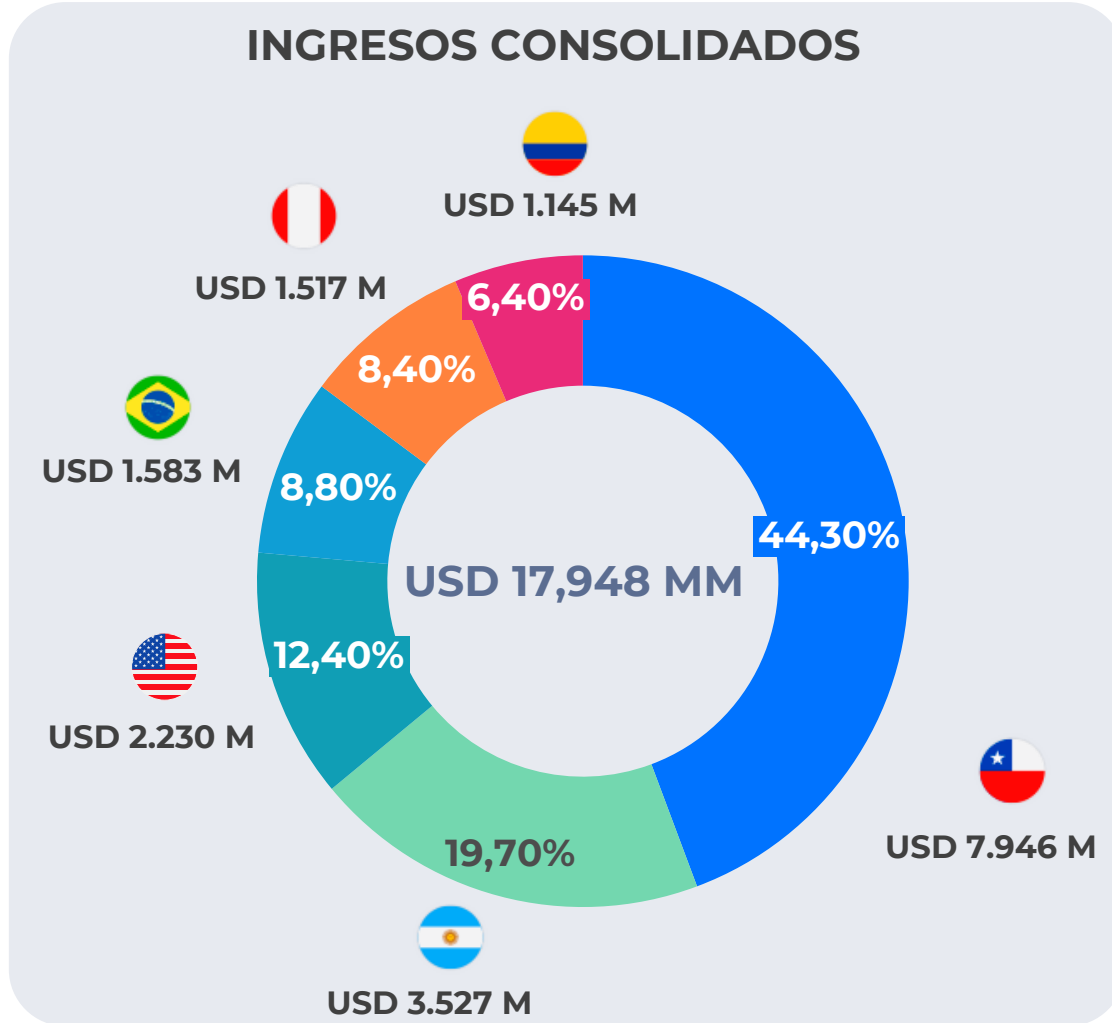


Nota: Las tiendas de retail en la imagen no incluyen otros negocios (farmacias, estaciones de servicio, delicatessen y Electroshow): 143 tiendas (37 en Colombia y 107 en Brasil).

# 1.5

## Contribución al portafolio consolidado por país

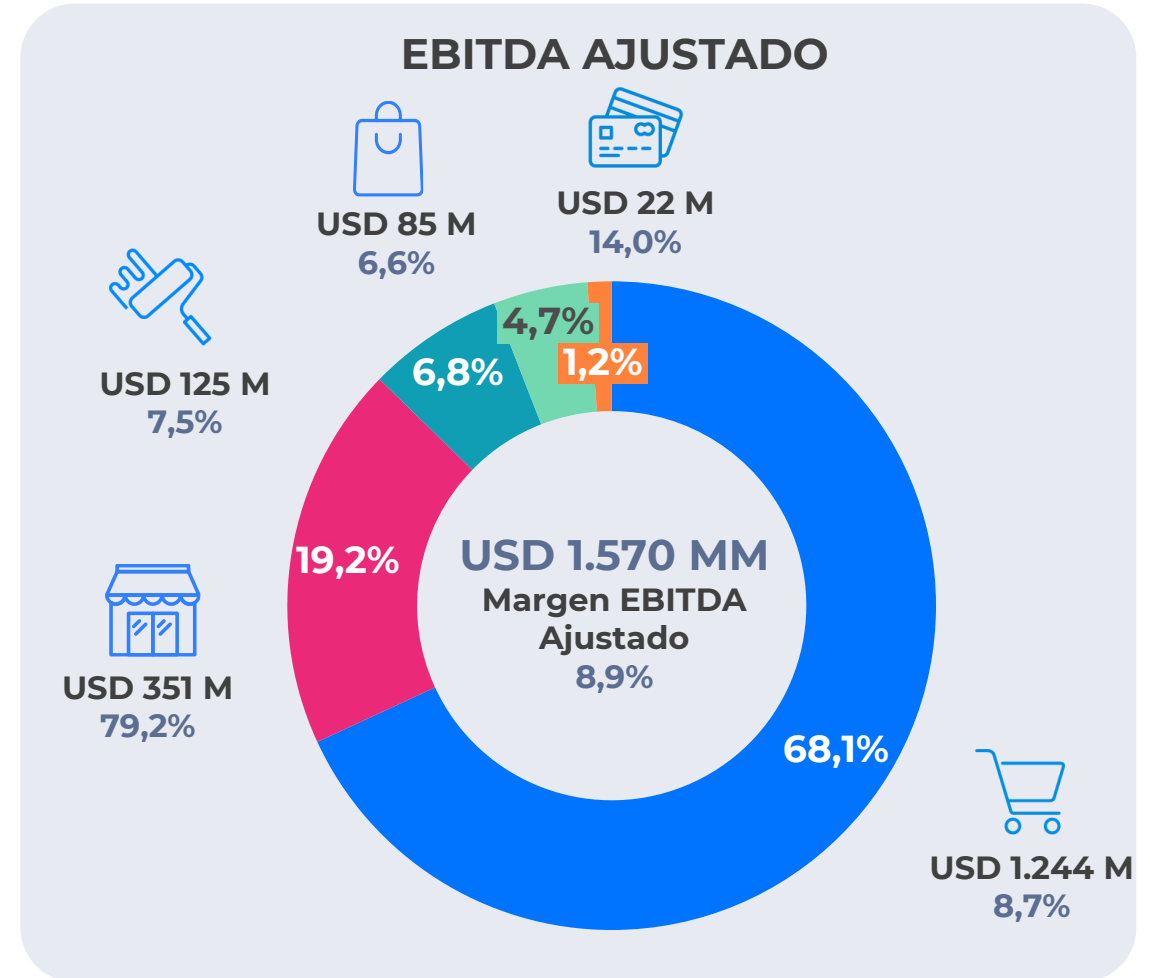
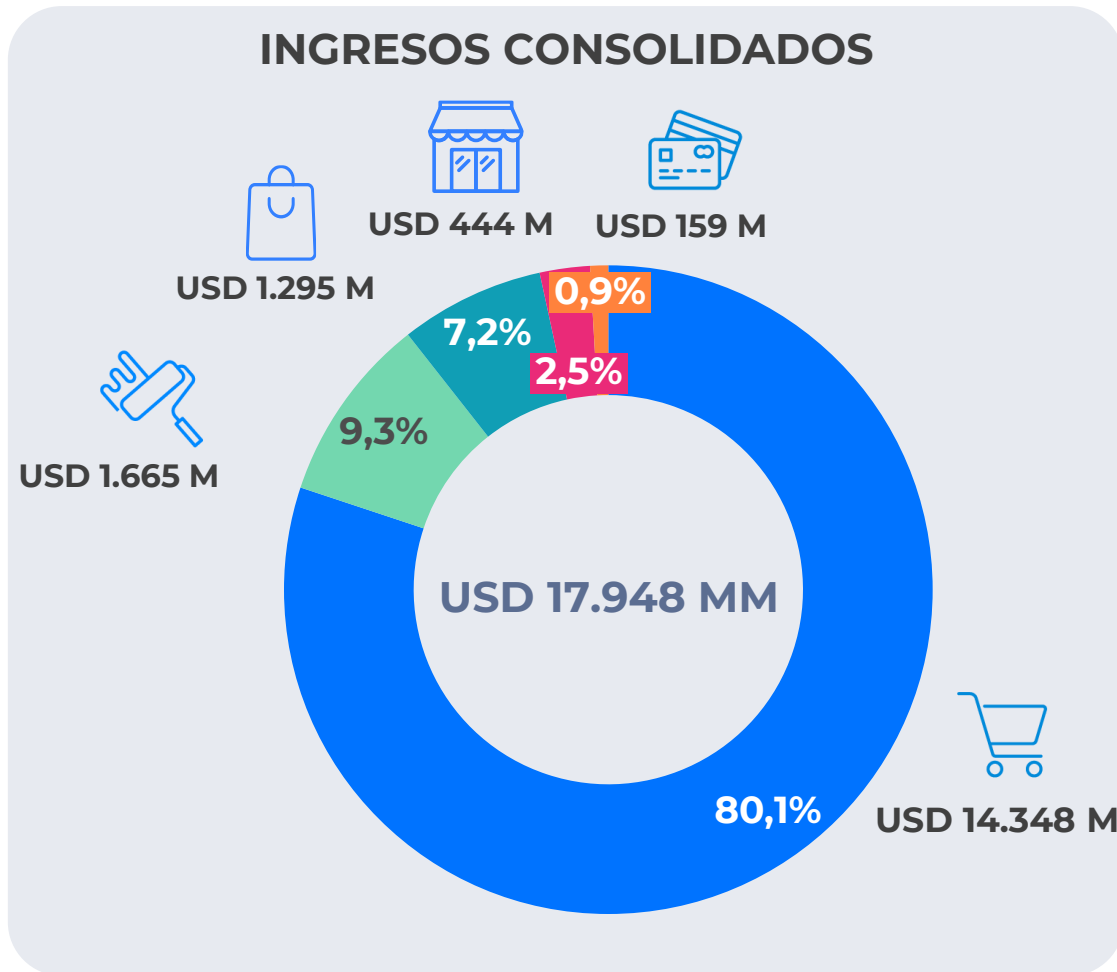
LTM a marzo de 2026 <sup>(1)</sup>



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

# 1.6 | Contribución al portafolio consolidado por negocio

LTM a marzo de 2026 <sup>(1)</sup>



Supermercados  
 Centros Comerciales  
 Tiendas por Departamento  
 Mejoramiento del Hogar  
 Joint Ventures

(1) (1) Excluye segmento "Otros" con ingresos de USD 37.7 millones y EBITDA Ajustado de USD (258) millones.

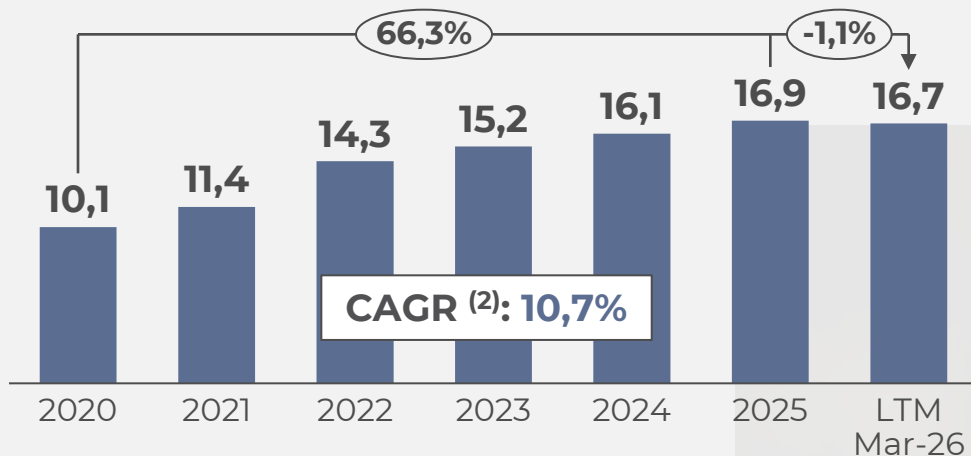


02

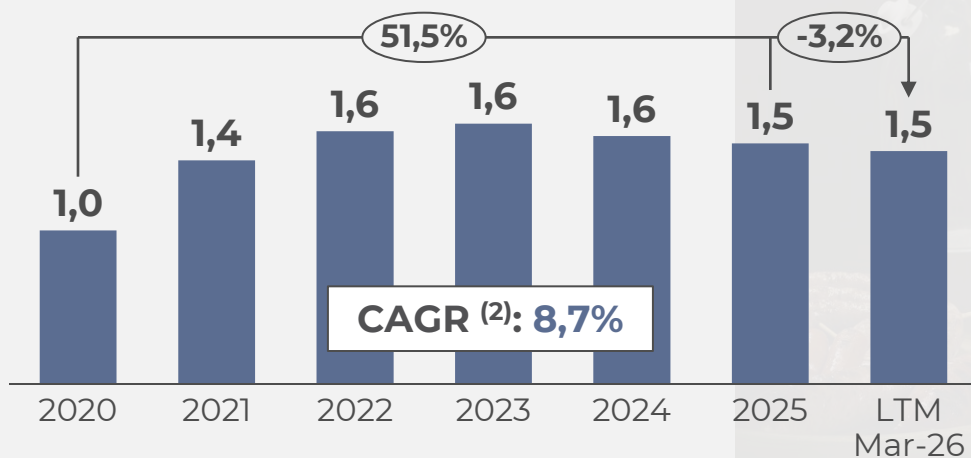
## Información Financiera

## 2.1 | Crecimiento reflejado en la evolución de resultados

### INGRESOS (CLP T) <sup>(1)</sup>



### EBITDA AJUSTADO (CLP T) <sup>(1)</sup>



Sólido crecimiento de ingresos y EBITDA ajustado desde 2020, impulsado por:

- ▶ Crecimiento orgánico
- ▶ Liderazgo en supermercados con foco en alimentos
- ▶ Estrategia omnicanal y crecimiento del e-commerce
- ▶ Eficiencias y sinergias
- ▶ Expansión de Negocios complementarios, como marcas propias y retail media
- ▶ Crecimiento inorgánico
- ▶ Innovación y tecnología

Desde 2020, los ingresos y el EBITDA ajustado de la compañía han crecido ~66% y ~52%, respectivamente

(1) Cifras en trillones de CLP. Excluye ajuste por IAS 29.

(2) CAGR (tasa de crecimiento anual compuesta) entre 2020 y LTM a marzo de 2026.

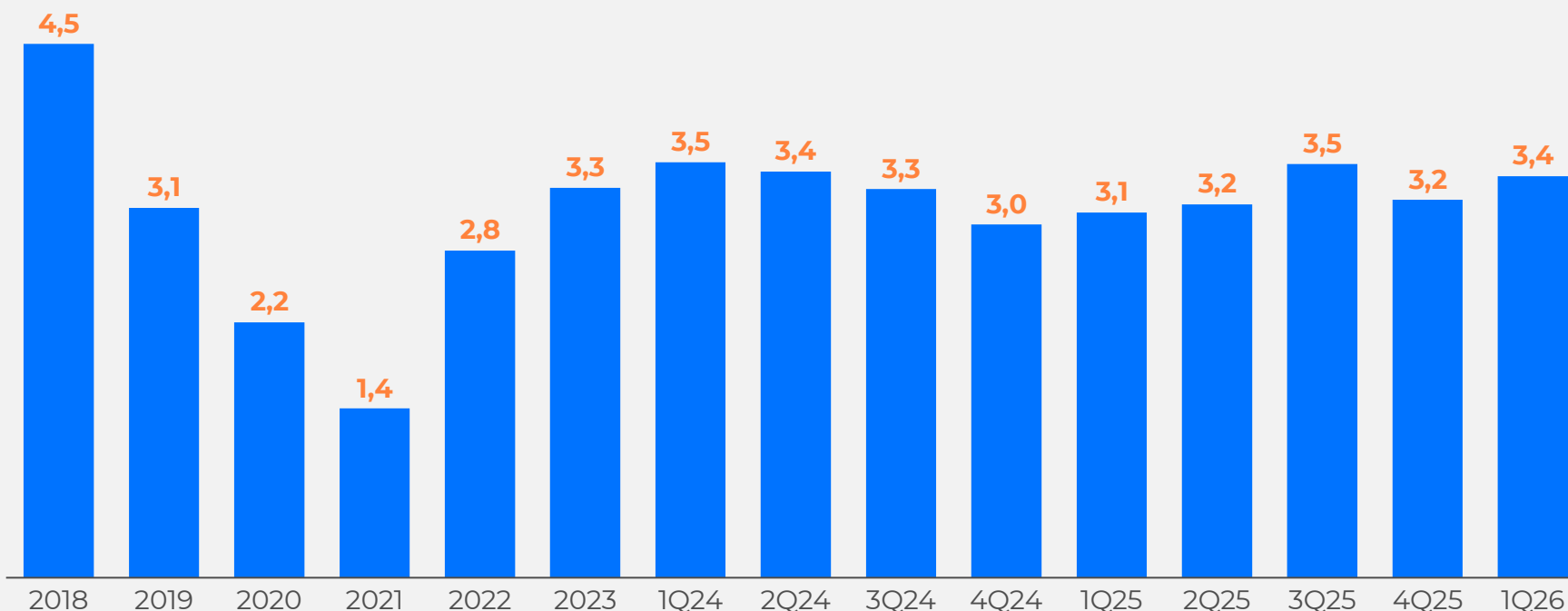


## 2.2 | Nivel de apalancamiento controlado y perfil financiero con grado de inversión

### Apalancamiento Neto<sup>(1)</sup>

Deuda Neta: **CLP 4.739.046 millones**

■ Apalancamiento Neto



Posición de caja al 31 de marzo 2026 <sup>(2)</sup>

**USD 920 millones**

Grado de Inversión

**Desde 2011**

Deuda denominada en USD

**63,5%**

Exposición efectiva a deuda denominada en USD <sup>(3)</sup>

**7,0%**

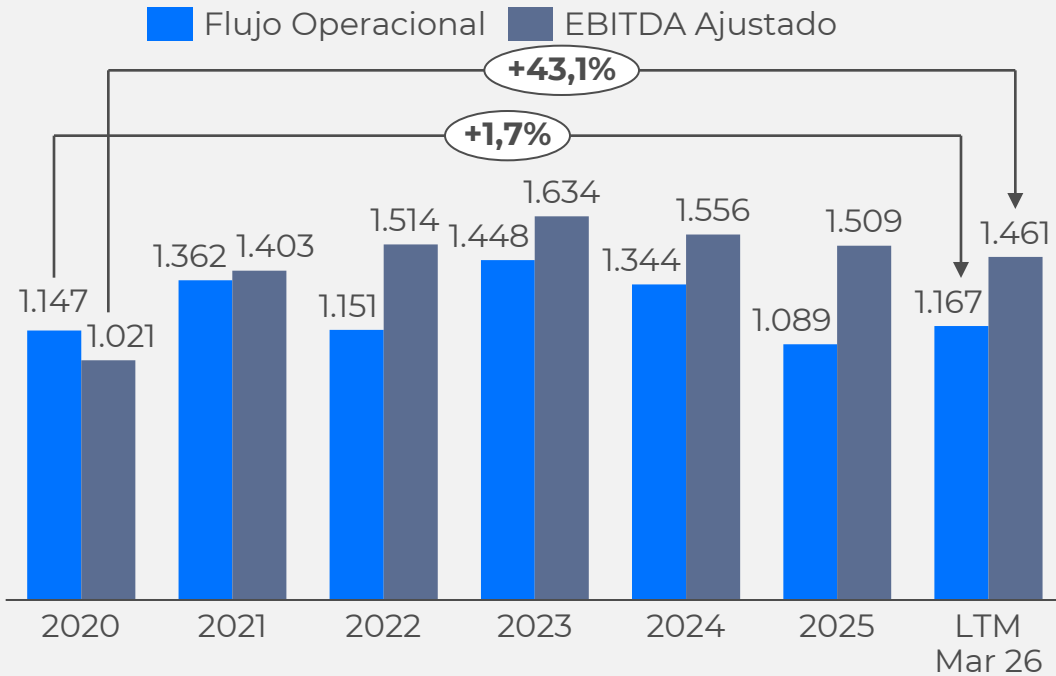
(1) Apalancamiento neto: Deuda financiera neta / EBITDA. La deuda financiera neta incluye pasivos por arrendamientos menos efectivo y equivalentes de efectivo, y activos financieros corrientes y no corrientes.

(2) Incluye efectivo y equivalentes de efectivo y otros activos financieros corrientes y no corrientes, al tipo de cambio de USD 1 = CLP 927,46.

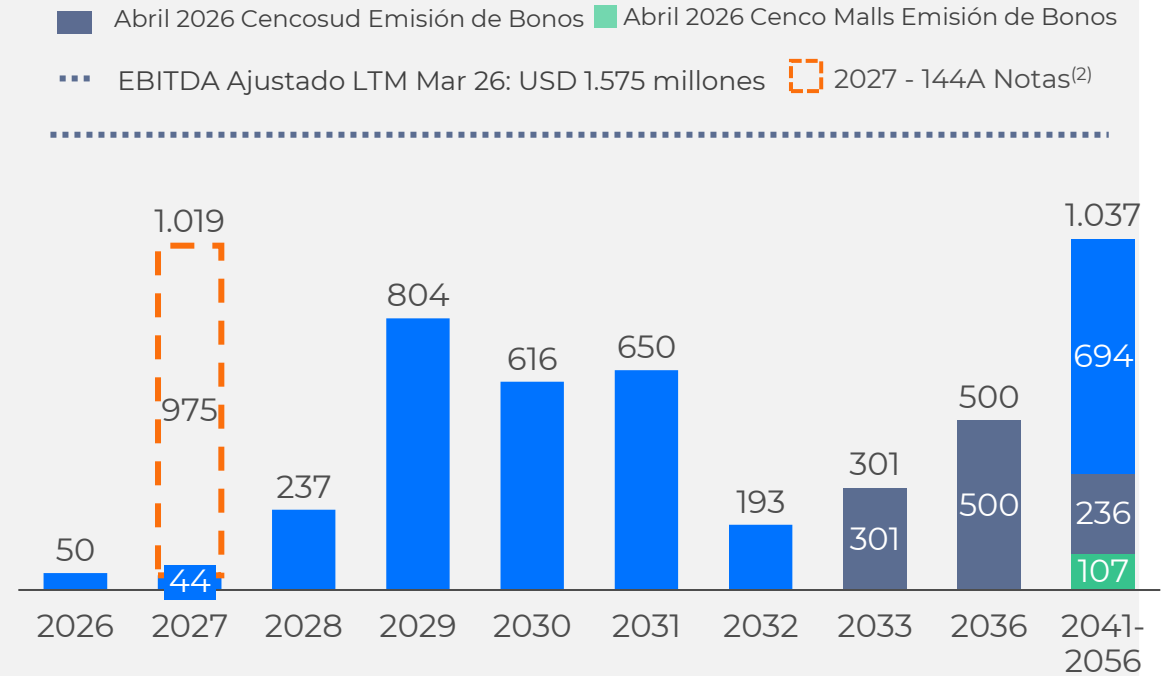
(3) Porcentaje de exposición de la deuda después de coberturas cambiarias (hedges) y cobertura natural a través de activos en USD.

## 2.3 | Sólida generación de caja operativa

### Evolución del flujo de caja operativo (CLP MMM)



### Perfil de vencimientos de deuda<sup>(1)</sup> (USD millones)



- ▶ Capacidad de autofinanciar el crecimiento y las inversiones
- ▶ Base sólida para dividendos y retornos a los accionistas
- ▶ Apoyo para reducir deuda y mantener un apalancamiento controlado

(1) Tipo de cambio al 31 de marzo de 2026: USD 1 = CLP 927,46. El EBITDA ajustado LTM a marzo de 2026 está expresado en dólares estadounidenses, calculado utilizando el tipo de cambio promedio trimestral.

(2) Bonos 144A con vencimiento en 2027, sujetos a cláusula de *make-whole* al 15 de mayo de 2026.



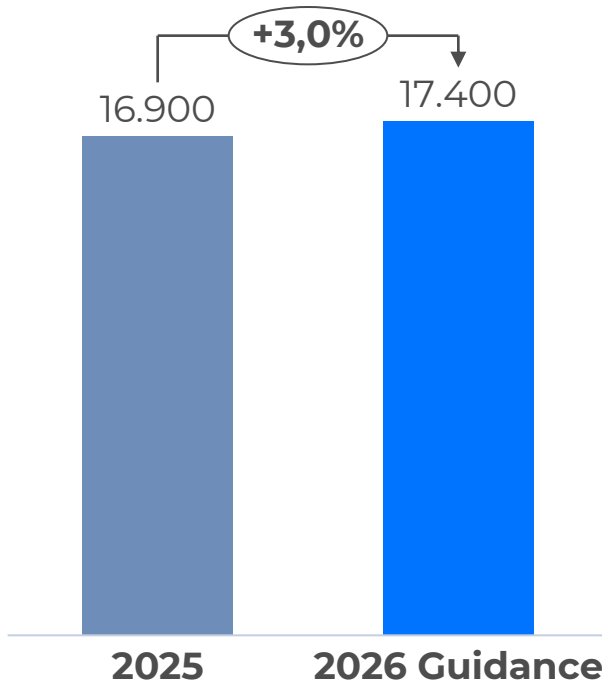
03

# Guidance 2026

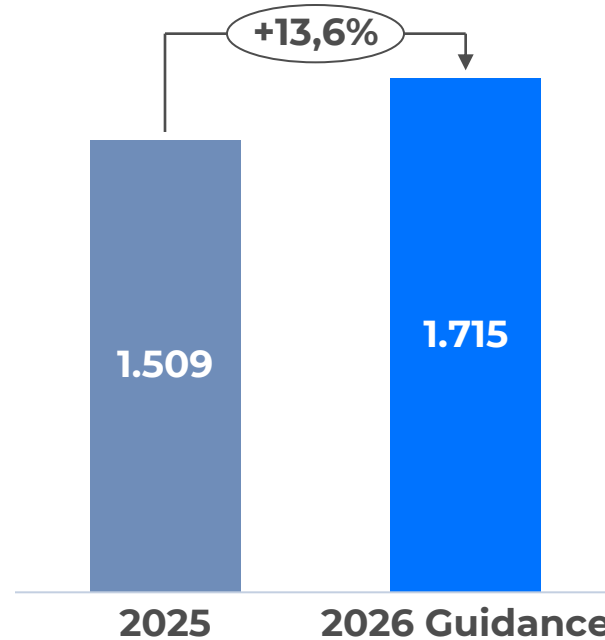
## 2.4

# Guidance 2026: Crecimiento continuo de ingresos y expansión de márgenes

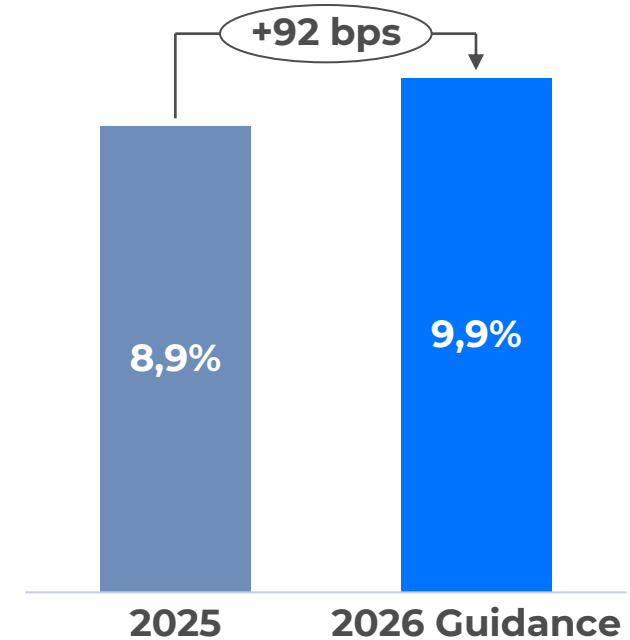
Ingresos Consolidados  
(CLP MMM)



EBITDA Ajustado  
(CLP MMM)



Margen EBITDA Ajustado  
(%)

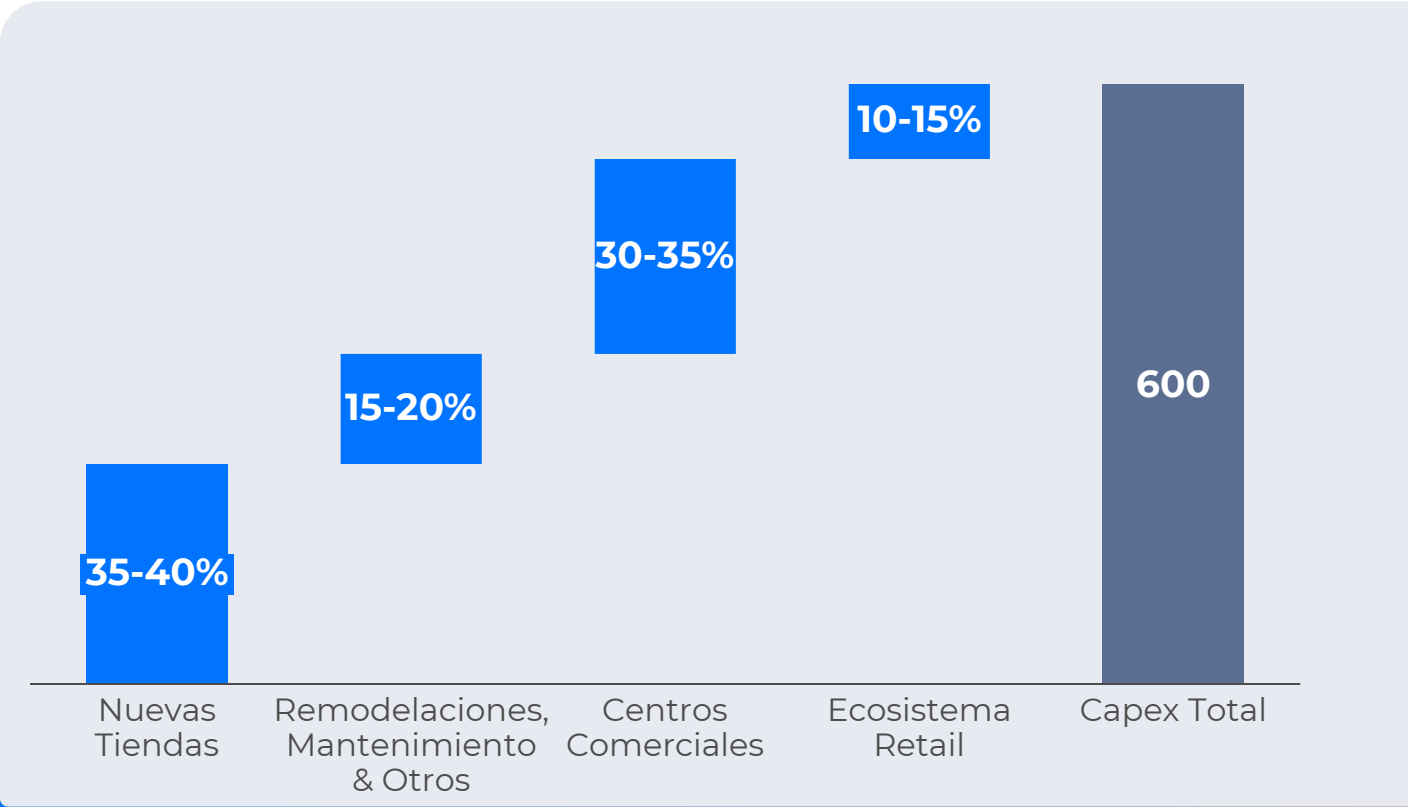


Nota: Las cifras excluyen el impacto del ajuste contable por hiperinflación de Argentina según la NIC 29.

# 2.5

## Plan de inversión disciplinado que respalda el crecimiento en el sector minorista e inmobiliario

### Capex Guidance 2026 <sup>(1)</sup> USD millones





**Supermercados**

**+17**

42.000 m<sup>2</sup> de sala de ventas



**The Fresh Market**

**+7**

Nuevas Tiendas



**Centros Comerciales**

+40.000 m<sup>2</sup> de GLA

(1) Tipos de cambio del *Guidance*: CLP/USD 945; ARS/USD 1.530; BRL/USD: 5,6; PEN/USD: 3,6; COP/USD: 4.100.



04

## Pilares Estratégicos

# 3.1 | Qué nos impulsa: servir de manera extraordinaria

## Propósito

### Servir de forma extraordinaria en cada momento

Fortalecemos nuestro propósito y pilares estratégicos para mantenernos alineados con las necesidades cambiantes de los clientes y las tendencias futuras.



## Pilares estratégicos

### Crecimiento y Rentabilidad

- Crecimiento sostenible enfocado en la rentabilidad y la eficiencia
- Asignación disciplinada de capital para maximizar el valor



### Innovación y Experiencia

- Innovación para anticipar y adaptarse a las necesidades del cliente
- Entrega de experiencias únicas y memorables en cada interacción



### Ecosistema de retail

- Operamos como una sola compañía, con foco en el cliente
- Integramos formatos y países para generar sinergias y una mejor propuesta de valor



### Sostenibilidad

- Impacto positivo en el entorno, las personas y la operación
- Altos estándares ESG y de gobierno corporativo



# 3.2

## Crecimiento y Rentabilidad: Crecimiento orgánico en retail de alimentos, multiformato e inmobiliario

### Aperturas LTM Mar 26



### Crecimiento LTM Mar 26

**Aperturas**  
20  
+40.224 m²

**Remodelaciones**  
64

#### Sólida diversificación geográfica:

- Chile: 5 aperturas (11.944 m²)
- Argentina: 2 aperturas (5.606 m²)
- Estados Unidos: 8 aperturas (13.098 m²)
- Brasil: 2 aperturas (5.825 m²)
- Perú: 1 apertura (1.170 m²)
- Colombia: 2 aperturas (2.581 m²)

#### Metros cuadrados adicionales en la división inmobiliaria:

**~84.000 m²**

- ▶ ~25.000 m² de oficinas
- ▶ ~59.000 m² de centros comerciales



# 3.3 | Estrategia clara enfocada en el crecimiento rentable y un ecosistema de retail integrado

**Nuevas Fuentes de Ingresos:** expansión de negocios *asset-light* como retail media, marcas propias y comercio electrónico

## MARCA PROPIA

Fortaleciendo la propuesta de valor al cliente mediante un portafolio diferenciado, competitivo y sostenible

Ingresos Consolidados  
Marcas Propias  
**2.998 USD MM**

Penetración Consolidada  
Marcas Propias  
**18,3%**

Supermercados Penetración en Food  
**16,9%**  
+34 bps a/a

Supermercados Penetración Non-Food  
**22,3%**  
+142 bps a/a



## E-COMMERCE

Estrategia Omnicanal que integra capacidades digitales con una amplia red de tiendas físicas y centros comerciales

Ventas E-Commerce  
**1.782 USD MM**  
+8,3 a/a

Penetración E-Commerce  
**10,0%**

Usuarios Jumbo Prime  
**~197.000**



Líderes de venta online en Chile y Perú

Eficiencia y experiencia del cliente de clase mundial

## RETAIL MEDIA

Brindando a las marcas la capacidad de activar campañas publicitarias en todo el ecosistema de la compañía

Ventas Cenco Media <sup>(1)</sup>  
**+27,3%**  
Crecimiento a/a

Brands Advertised Through Cenco Media  
**+1.600**

Ecosistema Omnicanal 360° entre tiendas físicas y digital

Monetización de la huella y tráfico únicos de Cencosud

Alto potencial de crecimiento con CAPEX incremental limitado

Nota: Las cifras corresponden a LTM a marzo de 2026. Los montos del período han sido convertidos utilizando el tipo de cambio promedio del período.

(1) Los resultados del negocio de Retail Media se reportan en el segmento "Otros" de los estados financieros de Cencosud.

# 3.4

## Ecosistema de retail: ecosistema integrado que permite la participación en la vida del cliente y la captura de valor

Tiempo de llegada al mercado

Apalancar la plataforma regional y los datos para probar, lanzar y escalar iniciativas en distintos formatos y geografías

Participación en la vida del cliente

Estar presentes en los principales momentos del cliente, aumentando la frecuencia, fidelización y *engagement*

Capturando Valor

Monetizar las capacidades del ecosistema mediante negocios complementarios y nuevas fuentes de ingresos de alto margen

Transformando las capacidades del ecosistema en crecimiento tangible

**+1B** Visitas por año en E-COMMERCE

VENTAS ONLINE impulsadas por clientes Prime **57%**

**+27%** CRECIMIENTO CENCOSUD MEDIA IT26 A/A

CRECIMIENTO, EFICIENCIA Y MAYOR FIDELIZACIÓN EN TODA LA REGIÓN

\*\*\*\*\*

## 3.5 | Innovación y experiencia: el cliente al centro de cada decisión

### Analítica de datos para una mejor gestión de clientes

- ▶ Gestión de clientes **basada en datos**
- ▶ **Visión única y personalizada** del cliente
- ▶ Generando valor **de acuerdo con las necesidades y preferencias de cada cliente.**

### Visión integral de extremo a extremo (E2E)

- ▶ Monitoreo completo **del recorrido del cliente**
- ▶ Buscando mejorar la satisfacción y la experiencia del cliente **a lo largo de toda la cadena y en todo el ecosistema de Cencosud.**

### Experiencia de la mano de la innovación

- ▶ Creación **de nuevas y mejores experiencias para el cliente** a través de todos los canales:
  - ▶ Control de acceso en el área de autoservicio (self-checkout)
  - ▶ Escalamiento del autoservicio con inteligencia artificial
  - ▶ Piloto de cámaras inteligentes

### Propósito

**Servir de forma extraordinaria en cada momento**



PASSION EXCELLENCE TEAMWORK HOSPITALITY

**Electronic Shelf Labels  
Implementation Guide**

**2025**

# 3.6 | Sólido Gobierno Corporativo y enfoque integrado de 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



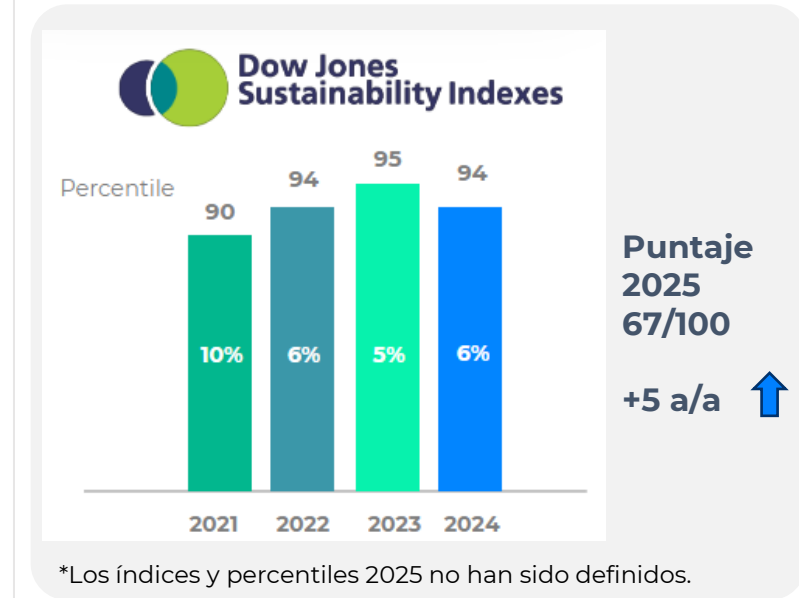
**Productos y Servicios**

- 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 2025, hacer click [aquí](#).



# 3.7

## Sólido Gobierno Corporativo y enfoque integrado de Sostenibilidad

**Gerente General**  
**Rodrigo Larraín**  
 +10 años

**Gerente Corporativo**  
**Auditoría Interna**  
**Alexis Quezada**  
 +20 años

Reporta a Directorio  
 Cencosud

### Plataformas de Negocio

**Gerente Clientes y Crecimiento**  
**Ricardo Bennet**  
 +19 años

**Gerente Estrategia & Transformación**  
**Gastón Lo Russo**  
 <1 años

### Unidades de Negocio

**Gerente País Chile**<sup>1</sup>

**Gerente País Argentina**  
**Dolores Fernández**  
 <1 año

**Gerente País Brasil**  
**Victor Fagá**  
 +1 año

**Gerente País Estados Unidos**  
**Brian Johnson**  
 +5 años

**Gerente País Perú**  
**Fernando Ureta**  
 +28 años

**Gerente País Colombia**  
**Ramiro Ortiz**  
 +18 años

**Gerente Retail Financiero**  
**Eulogio Guzmán**  
 +19 años

**Gerente Cenco Malls**  
**Sebastián Bellocchio**  
 +23 años

Reporta a Directorio  
 Cenco Malls

### Plataformas de Apoyo

**Gerente Administración & Finanzas**  
**Andrés Neely**  
 +4 años

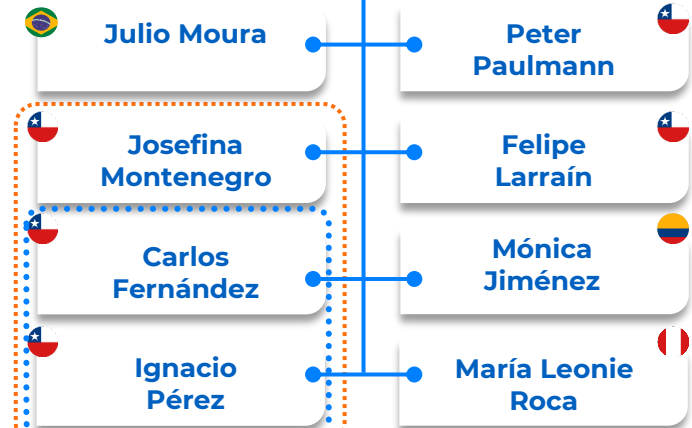
**Gerente Legal & Compliance**  
**Nicolas Lustig**  
 +1 año

**Gerente Personas & Organización**  
**Luis Bernardo Silva**  
 +2 años

**Gerente AACC & Sostenibilidad**  
**Maria Soledad Fernández**  
 +15 años

### DIRECTORIO

**Manfred Paulmann**

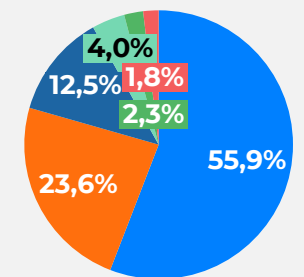


Miembros Independientes

Comité de Directores con mayoría independiente

### Estructura de Propiedad

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



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

(1) Se crea la Gerencia País Chile, a la cual pasan a reportar las gerencias de negocios de Chile.

# Disclaimer

La información presente en esta presentación fue elaborada exclusivamente por Cencosud S.A. ("Cencosud") con el único propósito de ser informativa. No constituye y no debe interpretarse como una recomendación, invitación u oferta para la compra o venta de valores de Cencosud ni sus filiales en ninguna jurisdicción, 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 subsidiarias, 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.

Esta presentación contiene declaraciones que podrían constituir declaraciones prospectivas. Estas declaraciones utilizan palabras, y sus variaciones, tales como verbos en tiempo futuro en general, incluyendo 'planificar', 'tener la intención', 'esperar', 'anticipar', 'estimar', 'mantener', 'proyectar', 'continuar', 'reducir' y 'crecer'. Estas declaraciones aparecen en diversas partes de esta presentación e incluyen declaraciones respecto de la intención, creencias o expectativas actuales de Cencosud y de su administración en relación con, entre otros aspectos: (1) los objetivos estratégicos y planes de negocio de Cencosud; y (2) las tendencias y desarrollos que afectan la situación financiera, los resultados de las operaciones o los flujos de caja de Cencosud

Las declaraciones prospectivas reflejan únicamente nuestras expectativas actuales, no constituyen garantías de desempeño futuro y conllevan riesgos e incertidumbres. Los resultados reales pueden diferir materialmente de aquellos incluidos en las declaraciones prospectivas como resultado de diversos factores. Estos factores incluyen la capacidad de la compañía para ejecutar exitosamente sus proyectos y planes estratégicos, la posibilidad de que los beneficios y oportunidades esperadas no se materialicen en el plazo previsto o que no se materialicen en absoluto, así como riesgos relacionados con el entorno político y económico; riesgos financieros y de mercado y otros factores descritos en el Reporte Anual de Cencosud. Se advierte a los lectores que no deben depositar una confianza indebida en las declaraciones prospectivas, que se refieren únicamente a la fecha en que fueron formuladas. Cencosud no asume obligación alguna de divulgar públicamente el resultado de revisiones a estas declaraciones prospectivas, salvo en la medida exigida por la ley.

Cierta información financiera y operativa contenida en este documento puede ser preliminar y estar sujeta a cambios. Las cifras incluidas en esta presentación pueden estar redondeadas; por lo tanto, los totales pueden no sumar con exactitud.

