



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 ⁽¹⁾

USD 7.8 Bn
Market Cap ⁽²⁾

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 ⁽³⁾:



**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

Tiendas¹

1.073

Superficie de ventas

2.412.862 m²

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 m²

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 m²

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 m²

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%

¹ 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

m² de área de venta

Centros Comerciales

68

Nº de centros comerciales

2,4 MM

m² de superficie bruta arrendable

Oportunidades de crecimiento futuro

5,4 MM

m² de Banco de terrenos

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

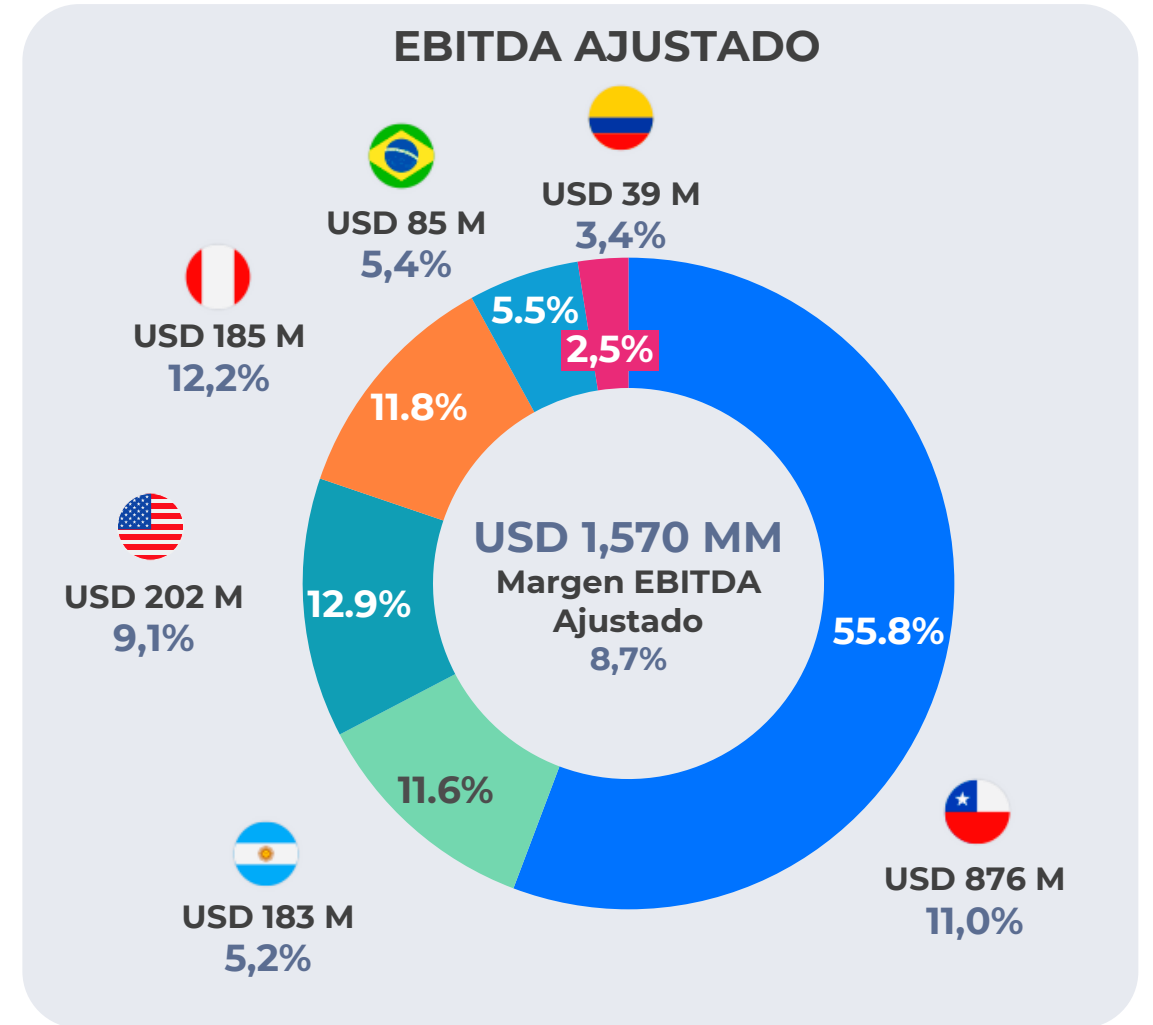
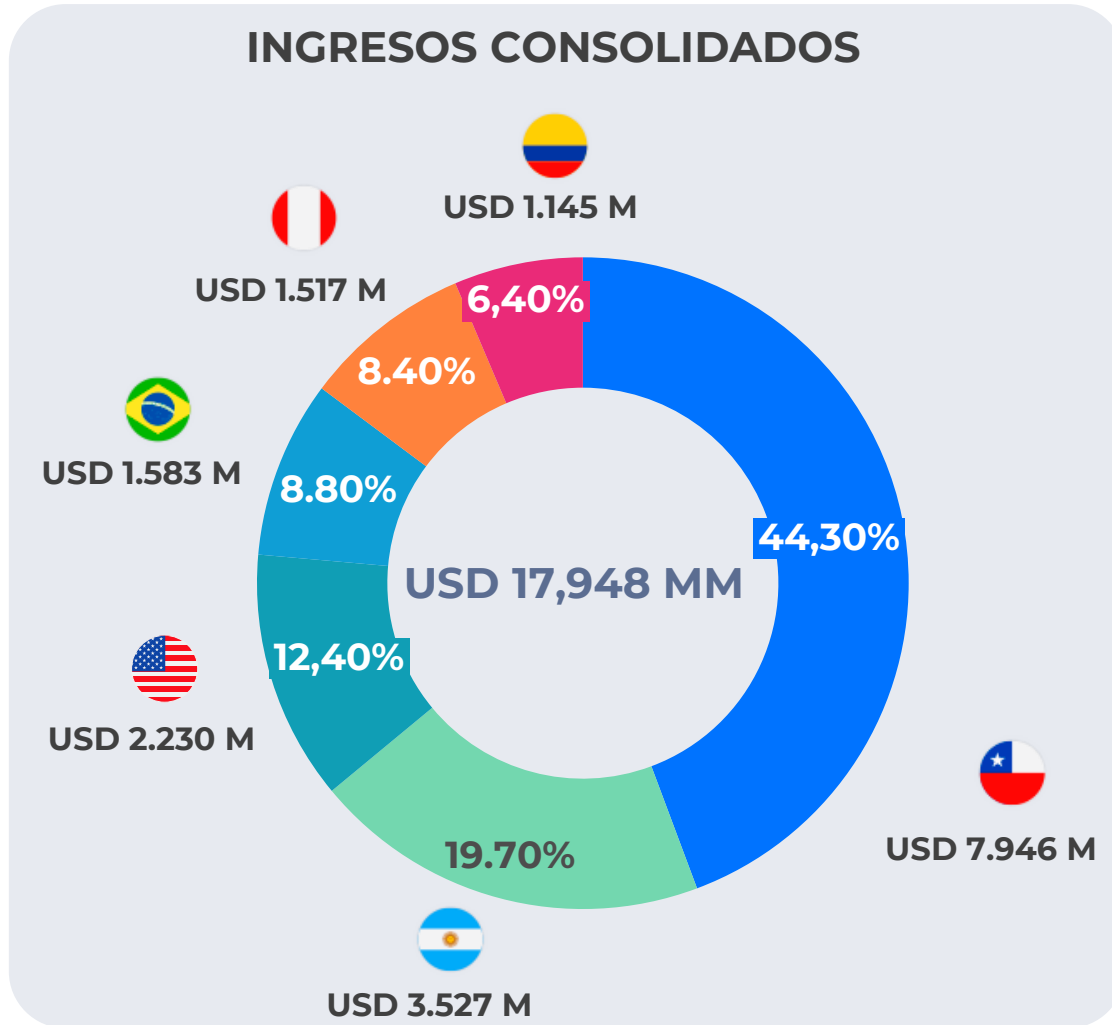


Nota: Las tiendas de retail en la imagen no incluyen otros negocios (farmacias, estaciones de servicio, delicatessen y Electroshow): 143 tiendas (37 en Colombia y 107 en Brasil).

1.5

Contribución al portafolio consolidado por país

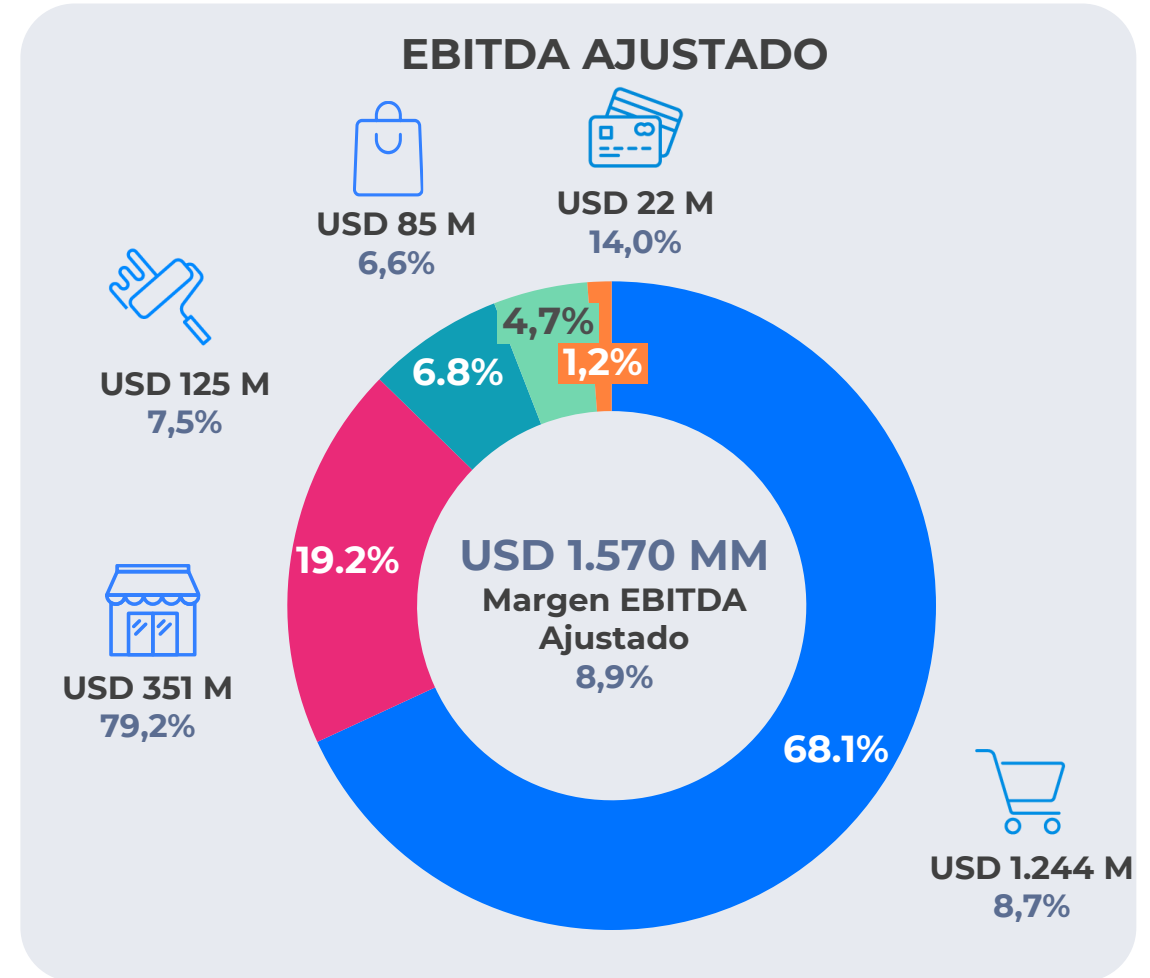
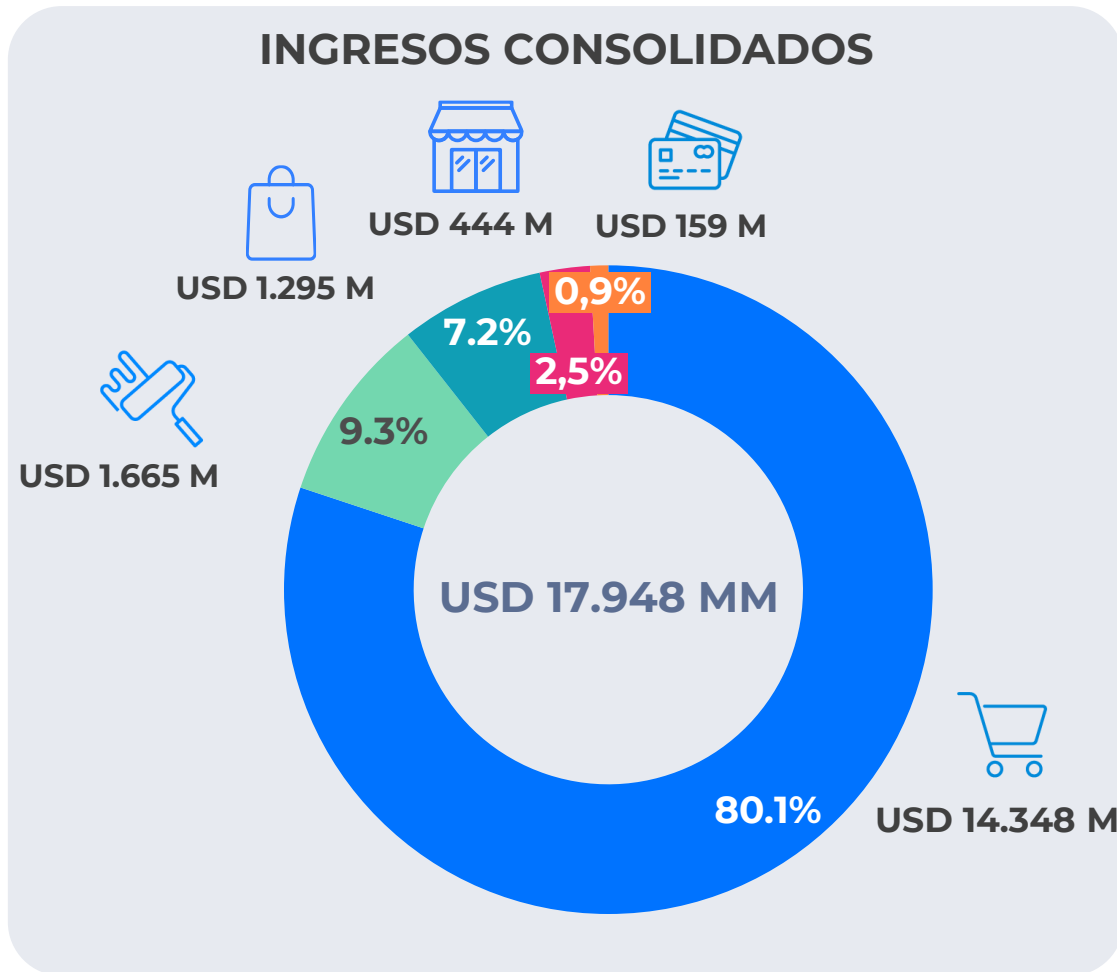
LTM a marzo de 2026 ⁽¹⁾



(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 ⁽¹⁾



- 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.

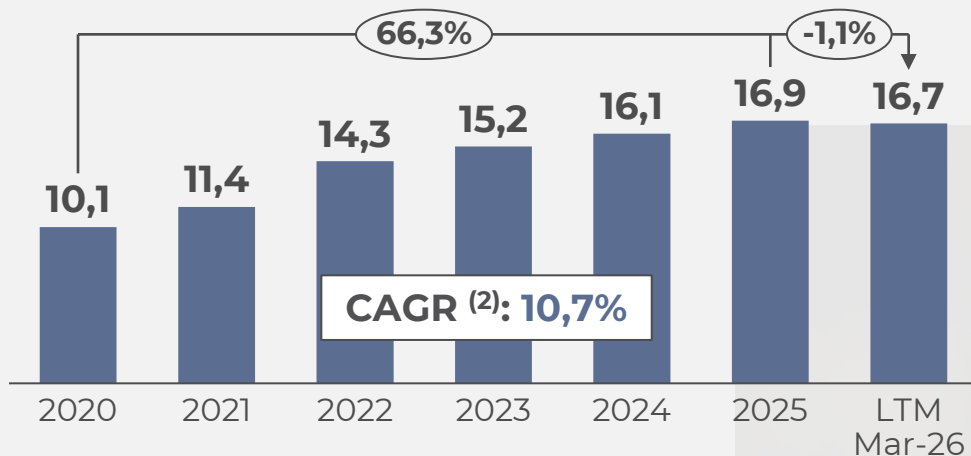


02

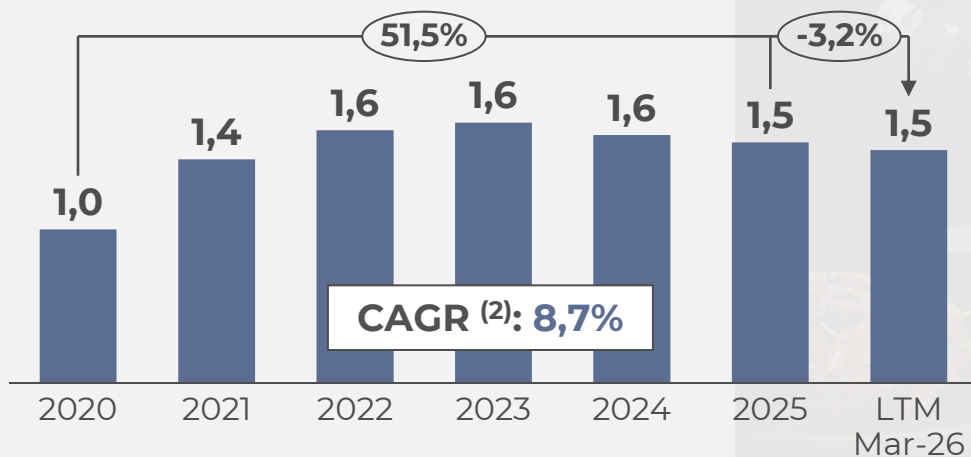
Información Financiera

2.1 | Crecimiento reflejado en la evolución de resultados

INGRESOS (CLP T) ⁽¹⁾



EBITDA AJUSTADO (CLP T) ⁽¹⁾



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.

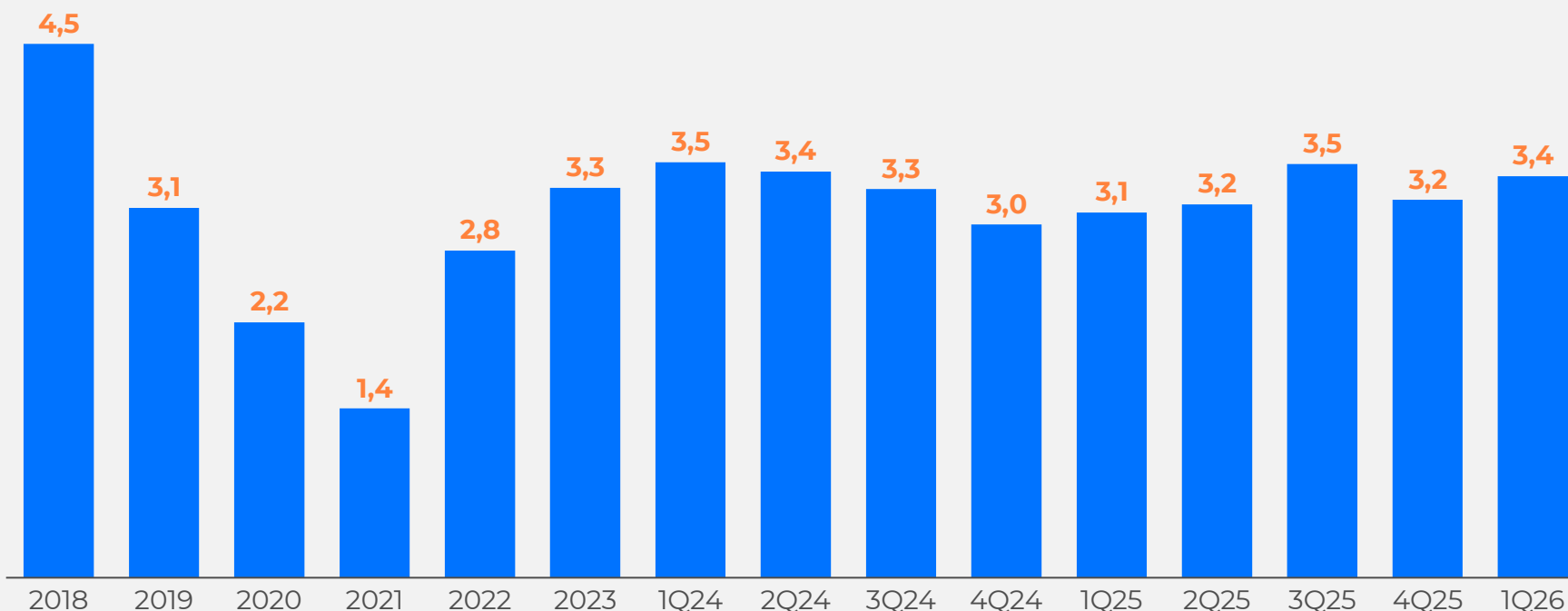


2.2 | Nivel de apalancamiento controlado y perfil financiero con grado de inversión

Apalancamiento Neto⁽¹⁾

Deuda Neta: **CLP 4.739.046 millones**

■ Apalancamiento Neto



Posición de caja al 31 de marzo 2026 ⁽²⁾

USD 920 millones

Grado de Inversión

Desde 2011

Deuda denominada en USD

63,5%

Exposición efectiva a deuda denominada en USD ⁽³⁾

7,0%

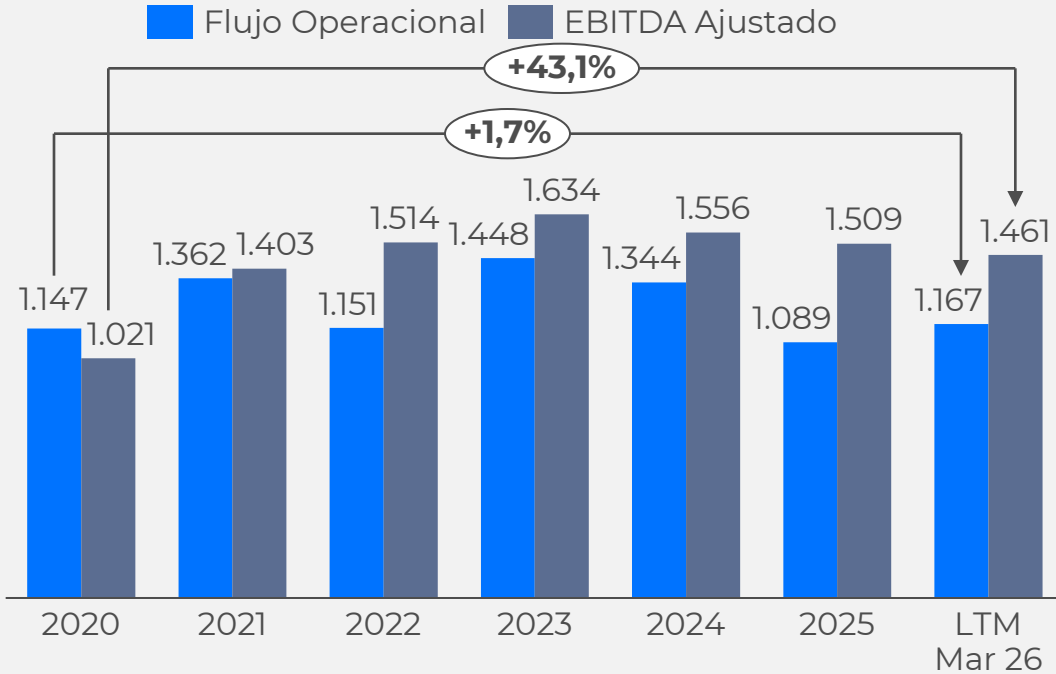
(1) Apalancamiento neto: Deuda financiera neta / EBITDA. La deuda financiera neta incluye pasivos por arrendamientos menos efectivo y equivalentes de efectivo, y activos financieros corrientes y no corrientes.

(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.

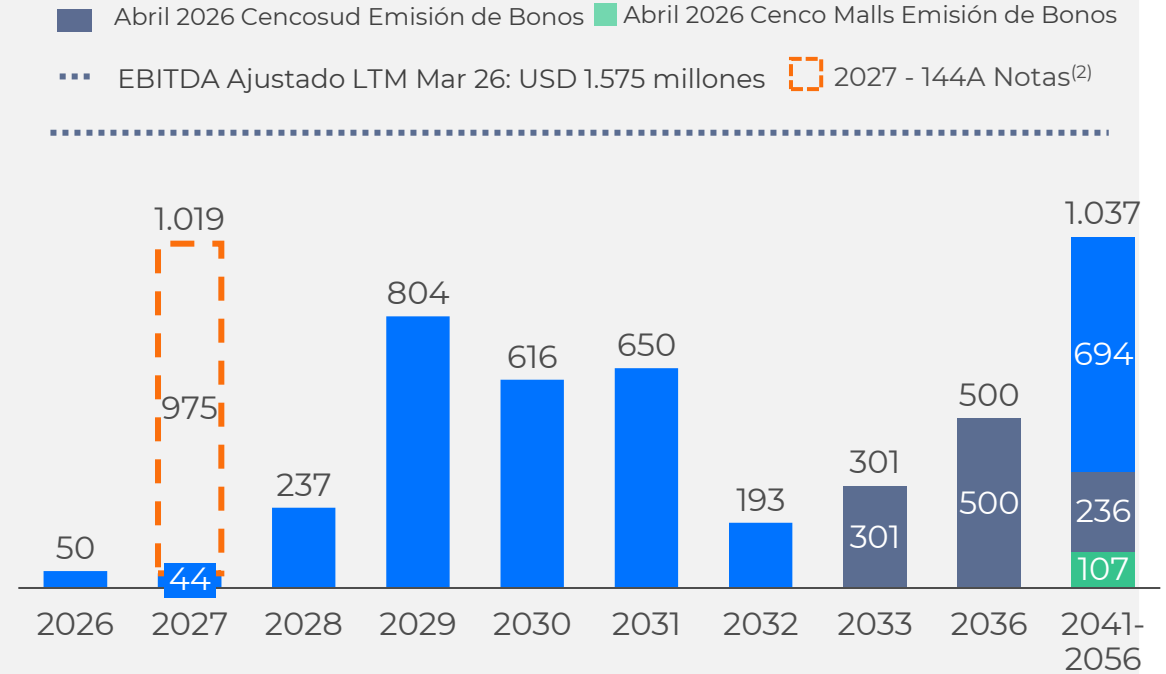
(3) Porcentaje de exposición de la deuda después de coberturas cambiarias (hedges) y cobertura natural a través de activos en USD.

2.3 | Sólida generación de caja operativa

Evolución del flujo de caja operativo (CLP MMM)



Perfil de vencimientos de deuda⁽¹⁾ (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.



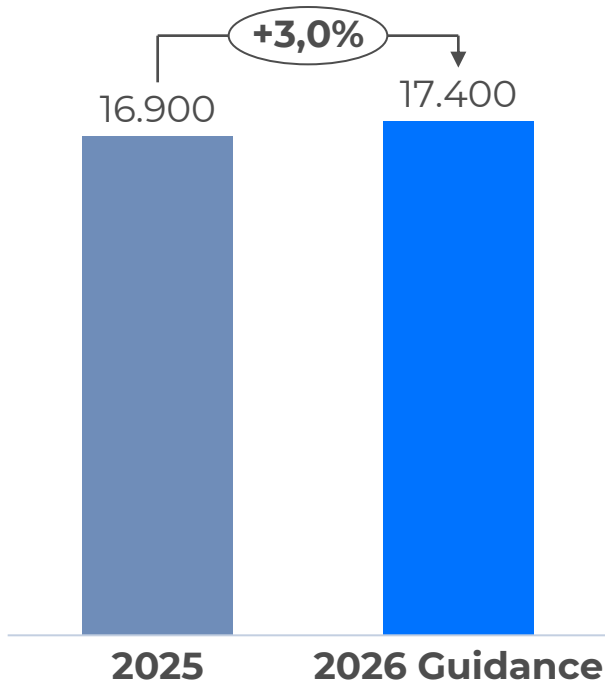
03

Guidance 2026

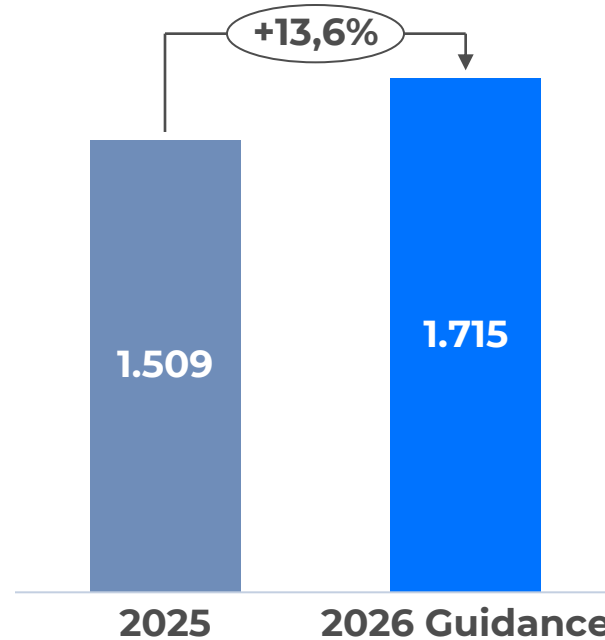
2.4

Guidance 2026: Crecimiento continuo de ingresos y expansión de márgenes

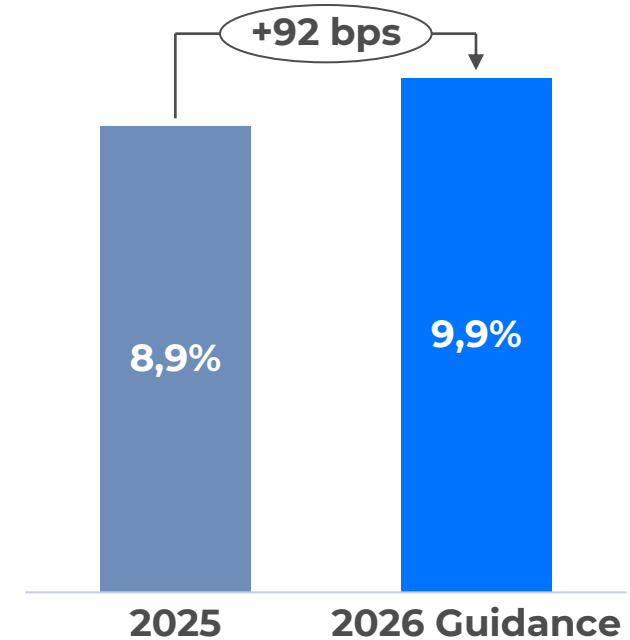
Ingresos Consolidados
(CLP MMM)



EBITDA Ajustado
(CLP MMM)



Margen EBITDA Ajustado
(%)

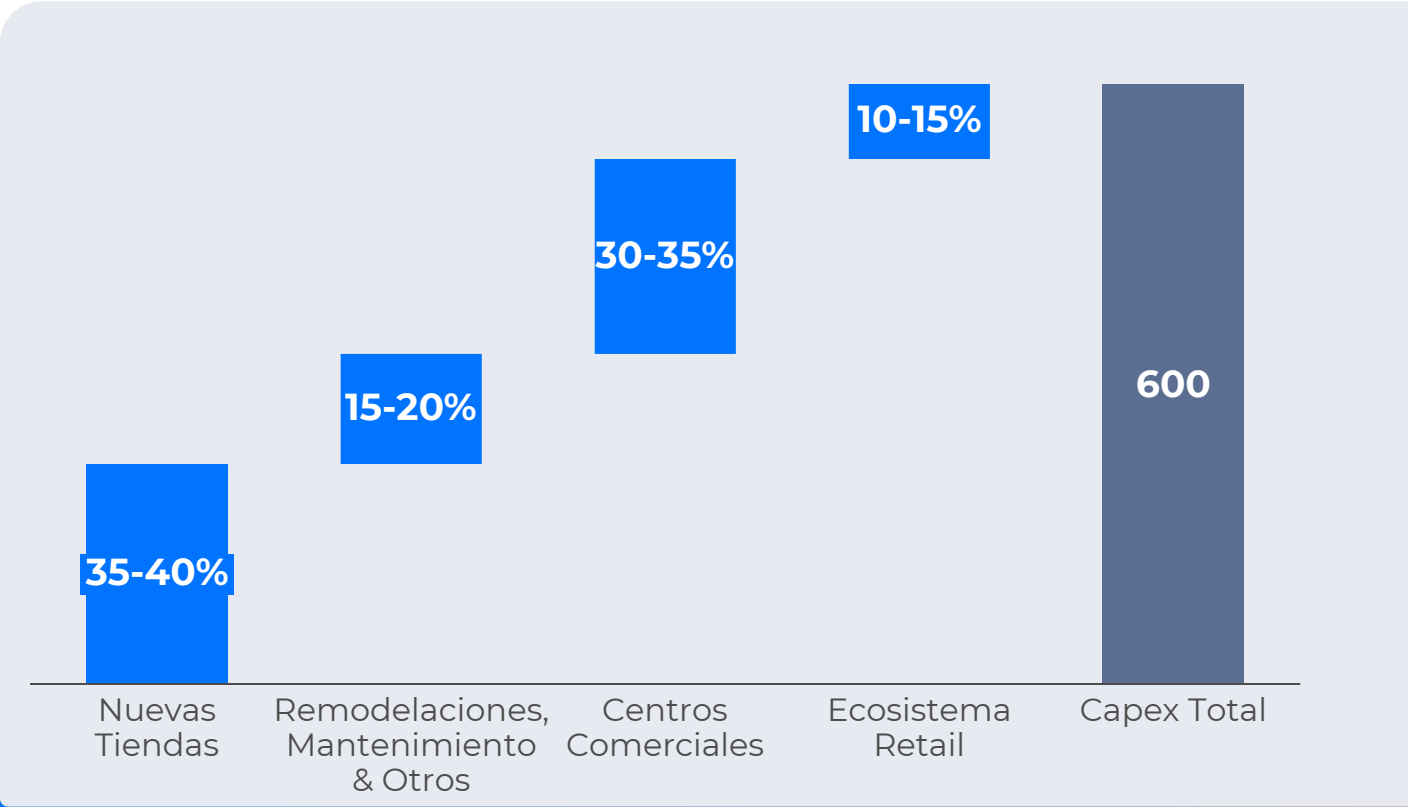


Nota: Las cifras excluyen el impacto del ajuste contable por hiperinflación de Argentina según la NIC 29.

2.5

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

Capex Guidance 2026 ⁽¹⁾ USD millones





Supermercados

+17
42.000 m² de sala de ventas



The Fresh Market

+7
Nuevas Tiendas



Centros Comerciales
+40.000 m² 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 ⁽¹⁾
+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



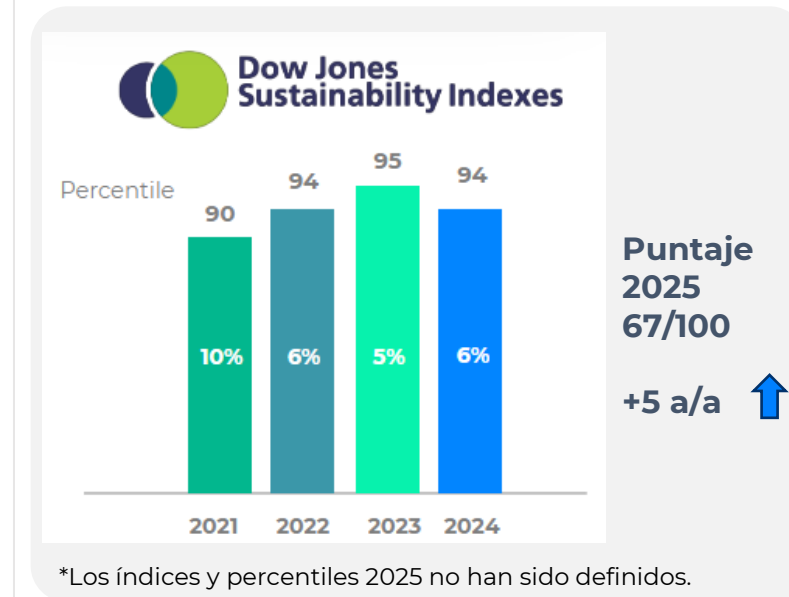
Productos y Servicios

- 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

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

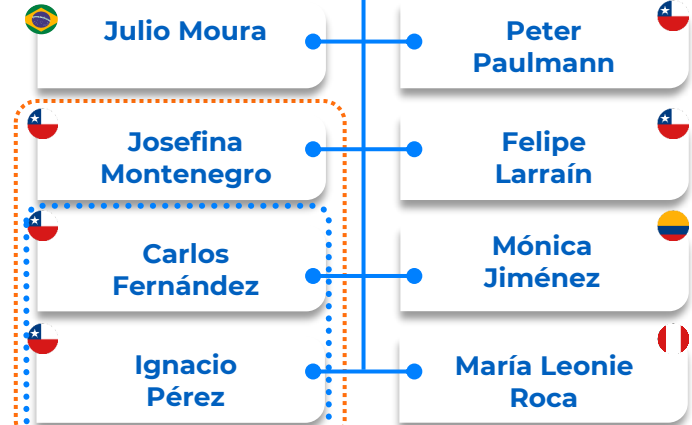
Gerente Legal & Compliance
Nicolas Lustig
 +1 año

Gerente Personas & Organización
Luis Bernardo Silva
 +2 años

Gerente AACC & Sostenibilidad
Maria Soledad Fernández
 +15 años

DIRECTORIO

Manfred Paulmann

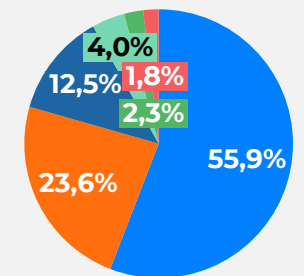


Miembros Independientes

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.

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.

