3T26
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Noviembre 2026



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.

01
Aspectos Destacados



Destacados 3T26: Mayor Dinamismo Comercial y Avances Concretos en la Ejecución Omnicanal

01 · DINAMISMO COMERCIAL



Tendencias Positivas en la Región

4 de 6

Mercados con *SSS* de Supermercados positivo

Chile

SSS de Supermercados vuelve a crecer

02 · ECOSISTEMA OMNICANAL



Escalando el Crecimiento Digital y la Vinculación con Clientes

6 de 6

Países con crecimiento de doble dígito en ventas *online*

13,6%

Crecimiento a/a de clientes omnicanales

03 · CENTROS COMERCIALES



Consolidando el Liderazgo Regional en Centros Comerciales

+19,8%

Crecimiento a/a del EBITDA Ajustado

2,5 millones de m²

GLA Total +170 mil m² a/a

04 · RENTABILIDAD REGIONAL



El crecimiento del EBITDA Aj. en mercados clave respalda el desempeño regional

+29,5%

Argentina, Perú, Colombia

+109,5%

Crecimiento a/a del EBITDA Aj. de SM Argentina

3T26: Acelerando la Ejecución Omnicanal con Resultados Concretos

CAPACIDADES ESCALABLES



Tecnología, Datos e IA

- *App* móvil compartida: 4 países, 5 formatos
- Compra con IA y chat en vivo con el *shopper*
- Easy Marketplace: **surtido 5 veces mayor**



Fidelización y Personalización

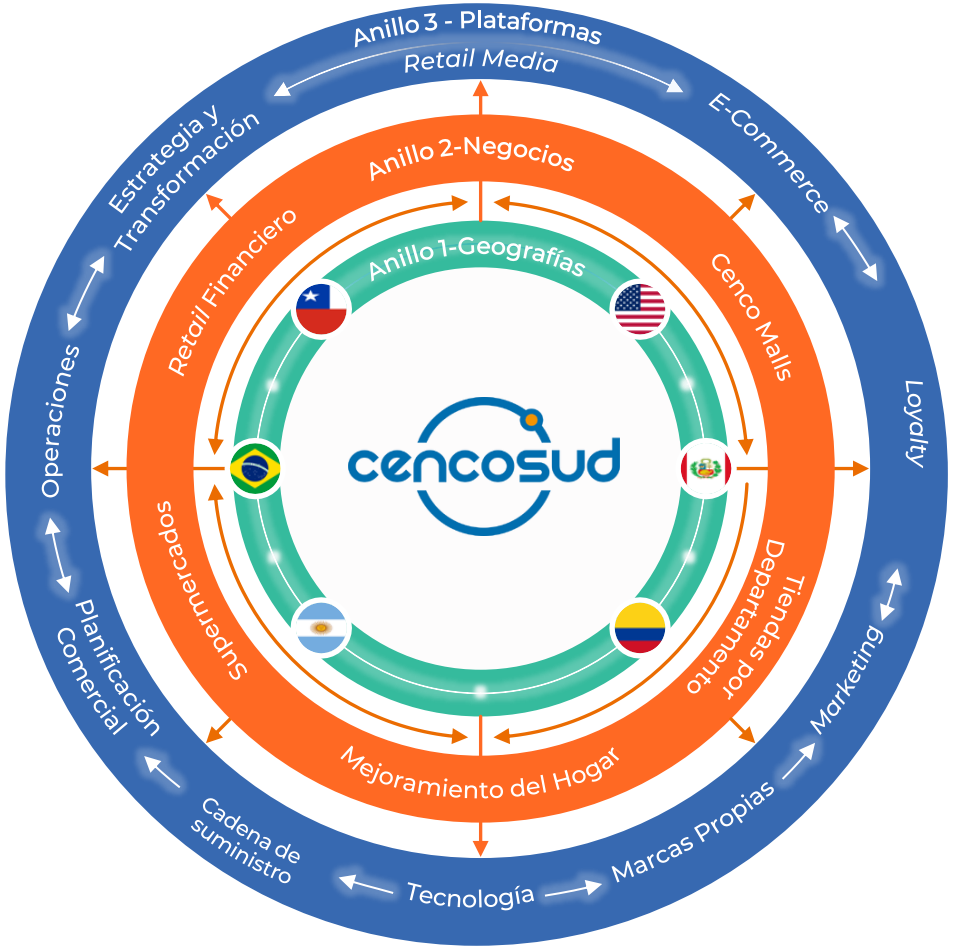
- Prime desplegado en 5 países
- Suscriptores Prime: **+39,6%** a/a
- Relanzamiento de Puntos Cencosud, el mayor programa de beneficios multiformato de Chile



Crecimiento y Monetización

- Penetración de Marcas Propias: **18,4%**
- Escalando *Retail Media* en la región, con ingresos creciendo **39,0% a/a**

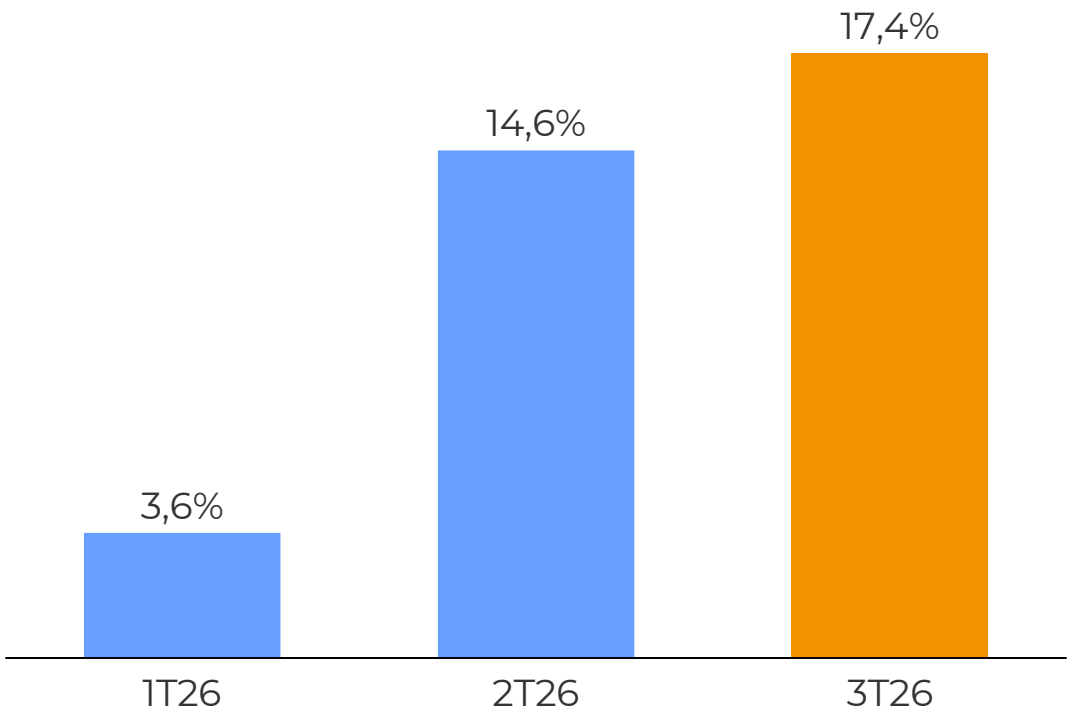
RETAILER OMNICANAL MULTIFORMATO



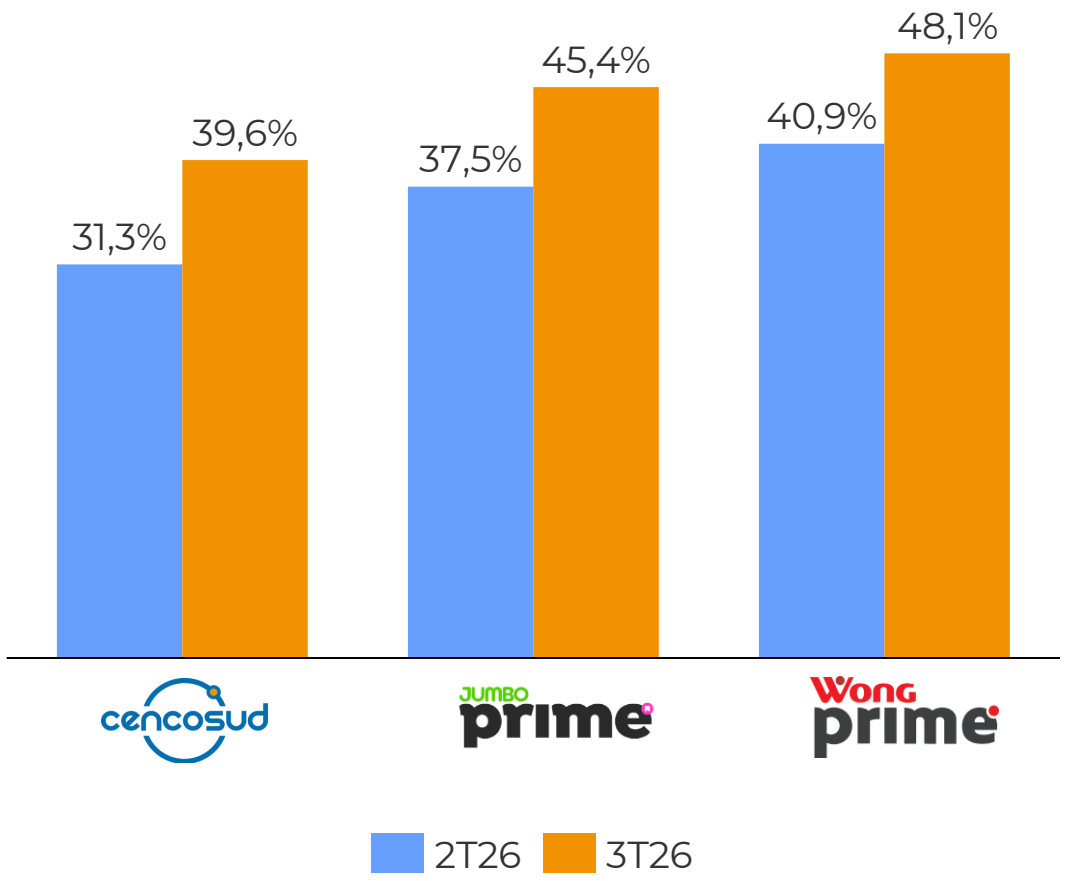
+31 MM Clientes Activos Fidelizados | 6 Países - 5 Formatos | ~700 MM Transacciones Anuales

Ventas Online y Suscriptores Prime aceleran el Crecimiento

Ventas *Online* a/a (%)



Suscriptores Prime a/a (%)



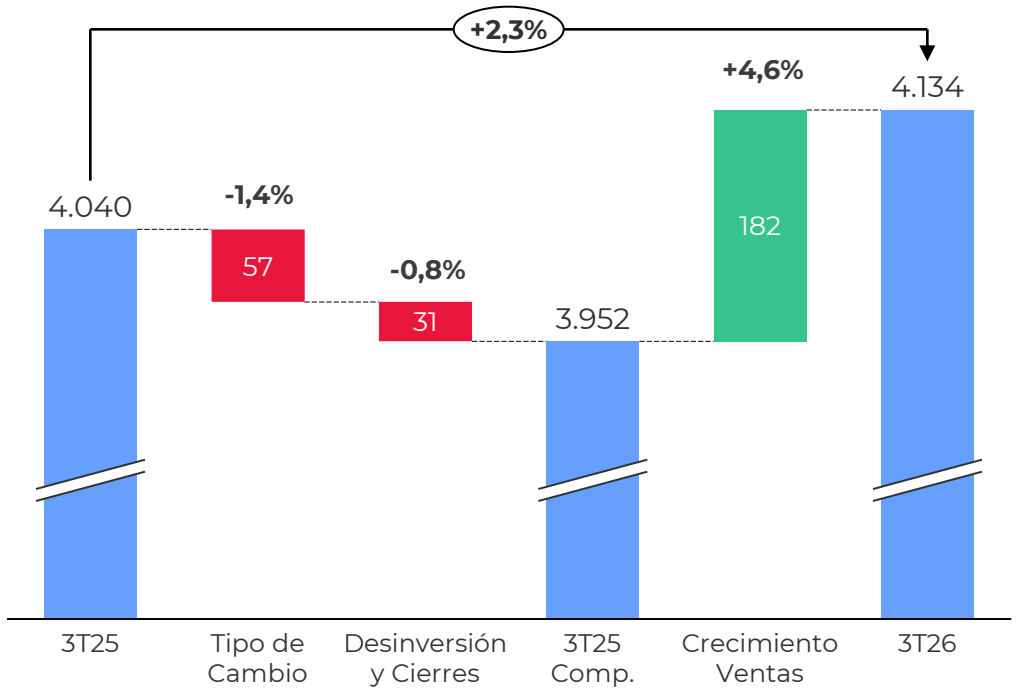
02
Resultados Financieros



El Crecimiento de Ingresos se Acelera, Apoyado por un Dinamismo Comercial Generalizado

+16,5% a/a	+6,8% a/a	+17,4% a/a	USD 738 MM
INGRESOS CENTROS COMERCIALES	INGRESOS PERÚ ML	VENTAS *ONLINE*	MARCAS PROPIAS

INGRESOS (CLP MMM)



Destacado por

- ▲ **Los ingresos subyacentes aumentaron 4,5% a/a**, excluyendo efectos cambiarios y acciones de portafolio, apoyados por el crecimiento de Supermercados, Centros Comerciales y un desempeño positivo en varios mercados de la región.
- ▲ **Los ingresos de Supermercados crecieron 2,8% a/a**, con *SSS* positivo en cuatro de los seis mercados. Chile retornó a un *SSS* positivo en Supermercados, mientras que Perú mantuvo un sólido crecimiento por sobre la inflación y Argentina continuó expandiéndose en línea con la inflación.
- ▲ **Los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 16,5% a/a**, apoyados por un sólido desempeño operacional, mayor tráfico y la expansión del portafolio.
- ▲ **Las ventas *online* crecieron 17,4% a/a**, con crecimiento de doble dígito en los seis países. La penetración *online* alcanzó 11,3%, una expansión de 141 *bps* a/a, mientras que las transacciones *online* aumentaron 14,6%.

Compensado por

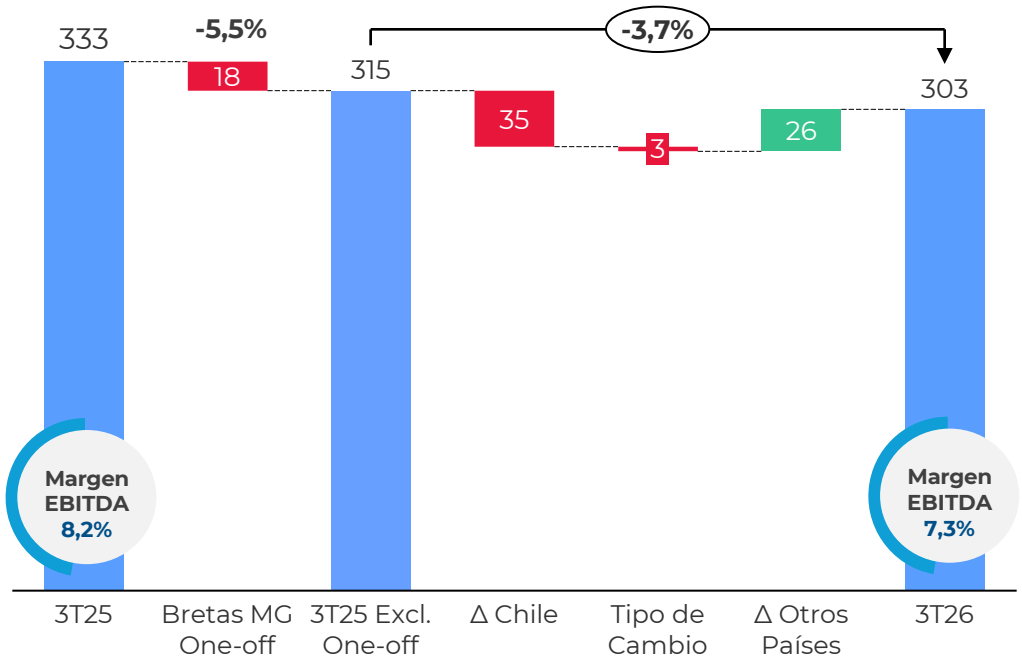
- ▼ **Movimientos cambiarios desfavorables** redujeron los ingresos reportados en CLP 57 mil millones, reflejando principalmente la depreciación del ARS y del USD frente al CLP.
- ▼ **La optimización del portafolio y los impactos temporales de las remodelaciones** redujeron los ingresos en CLP 31 mil millones, incluyendo la salida de Bretas Minas Gerais y de las estaciones de servicio en Colombia, junto con conversiones, cierres y remodelaciones de tiendas en Brasil y remodelaciones de Tiendas por Departamento en Chile.

Las cifras excluyen el impacto del ajuste contable por hiperinflación de Argentina bajo NIC 29. Los Ingresos reportados aumentaron 9,2% a/a en el 3T26.

Mejoras de Rentabilidad en Mercados Clave, Compensadas por Desafíos en Chile y Brasil

+109,5% a/a	+241,6% a/a	+10,3% a/a	12,3%
SM ARGENTINA EBITDA AJ. ML	CENTROS COMERCIALES EBITDA AJ. COLOMBIA ML	CENTROS COMERCIALES EBITDA AJ. CHILE ML	MARGEN EBITDA AJ. PERÚ

EBITDA AJUSTADO (CLP MMM)



Destacado por

- ▲ **Sólido crecimiento a/a del EBITDA Ajustado** en Argentina (+50,8% ML), Perú (+9,5% ML) y Colombia (+97,5% ML), con un mejor desempeño comercial y eficiencias operacionales, y expansión de márgenes en mercados clave.
- ▲ **Argentina registró la mayor mejora operacional**, liderada por el crecimiento de 109,5% a/a en ML del EBITDA Ajustado de Supermercados, apoyado por mejores condiciones con proveedores, eficiencias operacionales y sinergias de Makro.
- ▲ **Centros Comerciales mantuvo una evolución positiva del EBITDA Ajustado**, apoyado por un mejor desempeño operacional en Chile y Perú y la contribución adicional de Plaza Central en Colombia.

Compensado por

- ▼ **Mayores costos operacionales en Chile**, reflejando principalmente gastos de personal, logística, transporte, seguridad y *marketing*, junto con mayores provisiones por riesgo de crédito en Servicios Financieros.
- ▼ **Exigente base de comparación**, reflejando una ganancia no recurrente de CLP 18.300 millones por la venta de tiendas Bretas en Minas Gerais, Brasil, en el 3T25. Excluyendo este efecto, el EBITDA Ajustado disminuyó 3,7% en términos de CLP.

Cifras excluyen NIC 29. El EBITDA Ajustado reportado del 3T26 disminuyó 5,2% a/a (el Margen EBITDA Aj. se contrajo 104 bps).

Fuerte Crecimiento de la Utilidad Neta, Apoyado por Mayores Ganancias por Revalorización de Activos

UTILIDAD LÍQUIDA DISTRIBUIBLE

CLP Millones	3T26	3T25	Var.%
Utilidad Neta	**50.247**	**8.694**	**477,9%**
(-) Efecto Neto de Revalorización de Activos	**69.355**	18.197	281,1%
(-) Interés Minoritario	**27.710**	23.770	16,6%
Utilidad Líquida Distribuible	**-46.817**	**-33.272**	**40,7%**

- ▲ **La utilidad neta aumentó 477,9% a CLP 50,2 mil millones,** apoyada por un mayor resultado operacional y ganancias por revalorización de activos.
- ▼ Parcialmente compensado por **presión en GAV**, un mayor impacto de la **deuda indexada a UF** y de Servicios Financieros, lo que afectó la Utilidad Líquida Distribuible.

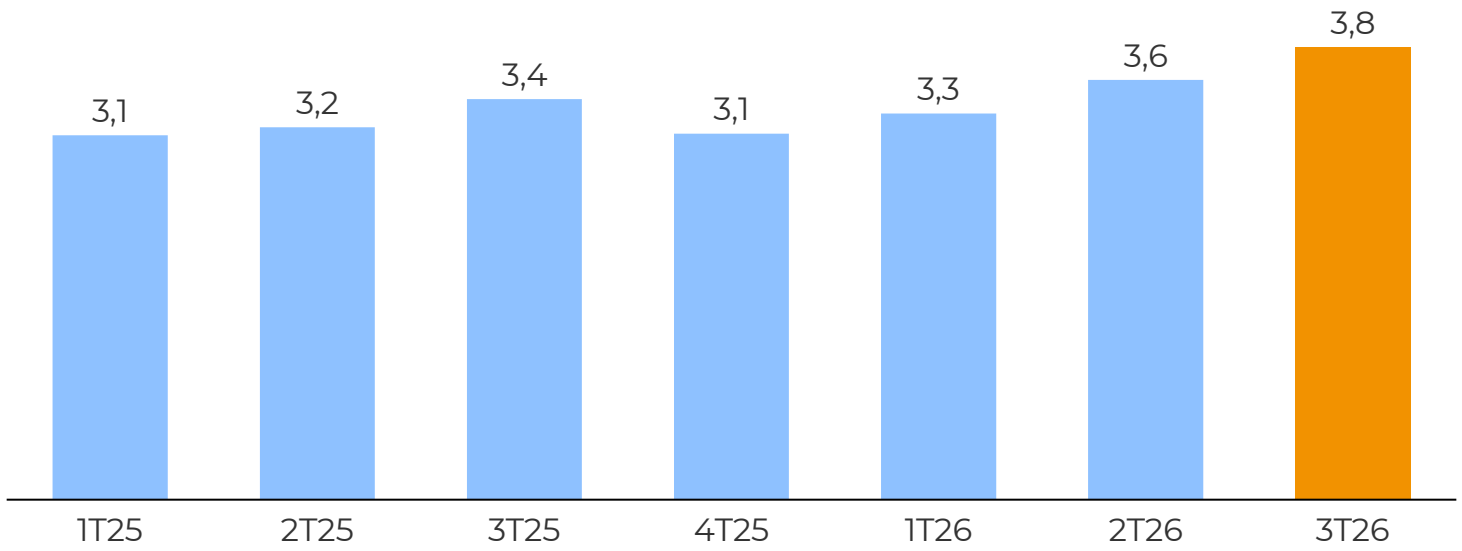


La Utilidad Líquida Distribuible sirve como base para el cálculo del pago de dividendos. Todas las cifras en millones de CLP, salvo que se indique lo contrario.

Sólida Liquidez y un Perfil de Deuda Equilibrado Respaldan la Ejecución

LEVERAGE NETO

3T26 Excl. NIC 29: 3,7x



- **La caja y los activos financieros alcanzaron USD 632 millones,** aportando liquidez para la transformación y las iniciativas de crecimiento de la Compañía.
- **El leverage neto llegó a 3,7x excluyendo NIC 29,** reflejando principalmente la indexación a la UF, sin efecto en caja, y una menor base de EBITDA LTM.

POSICIÓN DE CAJA

USD 632 MM

Al 30 de septiembre de 2026





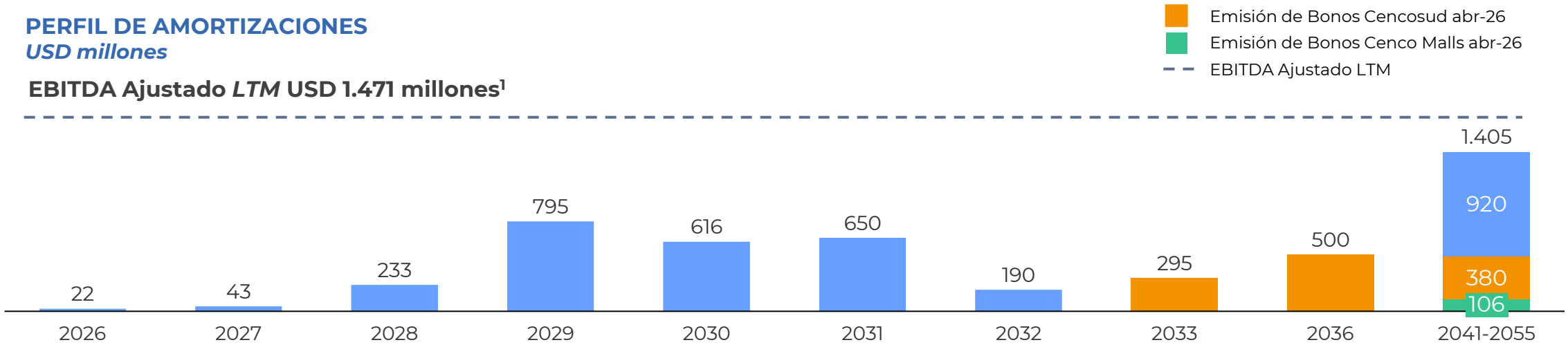
Leverage Neto: (Deuda Financiera + Pasivos por Arrendamientos – Caja y Activos Financieros) / EBITDA LTM sep-26
La posición de caja incluye efectivo y equivalentes al efectivo + activos financieros de corto y largo plazo.

Perfil de Vencimientos de Deuda Equilibrado, sin Vencimientos Relevantes hasta 2029

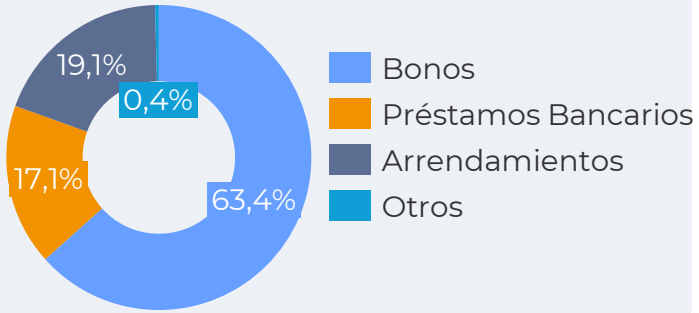
PERFIL DE AMORTIZACIONES

USD millones

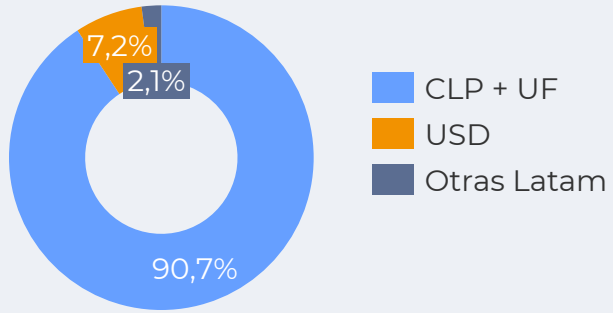
EBITDA Ajustado *LTM* USD 1.471 millones[1]



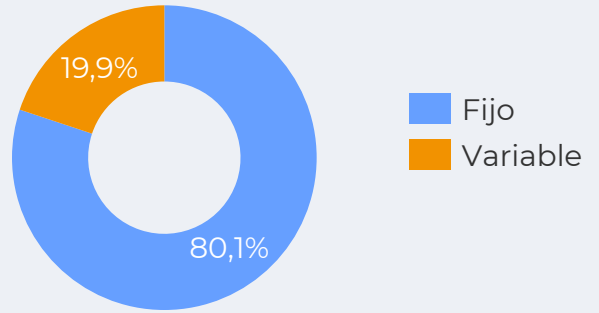
Deuda por Instrumento



Deuda por Moneda (Post Coberturas)



Deuda por Tipo de Tasa



- El **51,5%** de la deuda financiera total estaba denominada en dólares estadounidenses.
- Post cobertura, e incluyendo la cobertura natural de nuestras operaciones en Estados Unidos, solo el **7,2% de la deuda total permanece descubierta en USD**, con el saldo efectivamente cubierto a CLP.

[1] EBITDA Aj. *LTM*. Tipo de cambio al 30 de septiembre de 2026: USD 1 = CLP 972,6.
Gráficos de deuda al 30 de septiembre de 2026.

03

Resultados por País

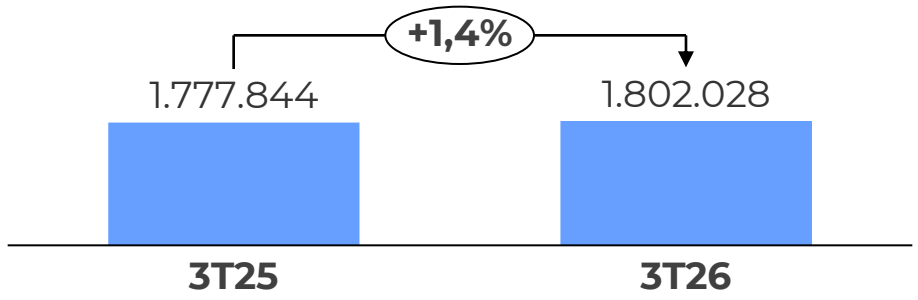


Chile: Supermercados retoman el crecimiento, mientras continúa el dinamismo del canal digital y los centros comerciales

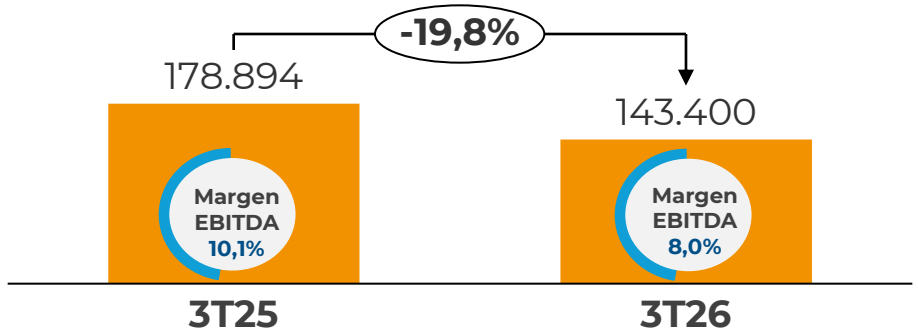


+17,6% a/a	16,6%	16,9%	+45,4% a/a
VENTA *ONLINE* SM	PENETRACIÓN *ONLINE* SM	MARCAS PROPIAS PENETRACIÓN	SUSCRIPTORES PRIME a/a

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **El SSS de Supermercados volvió a crecer**, con ingresos +2,0% y ventas online +17,6%.
- ✓ **La penetración online de Supermercados alcanzó un récord de 16,6%,** mientras que los suscriptores Prime crecieron 45,4%.
- ✓ **Los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 8,2%,** por mayor GLA, ocupación y tráfico.
- ✓ **Los ingresos de Mejoramiento del Hogar crecieron 1,2%,** compensados en parte por menores ventas en Tiendas por Departamento ante un consumo débil y remodelaciones temporales.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

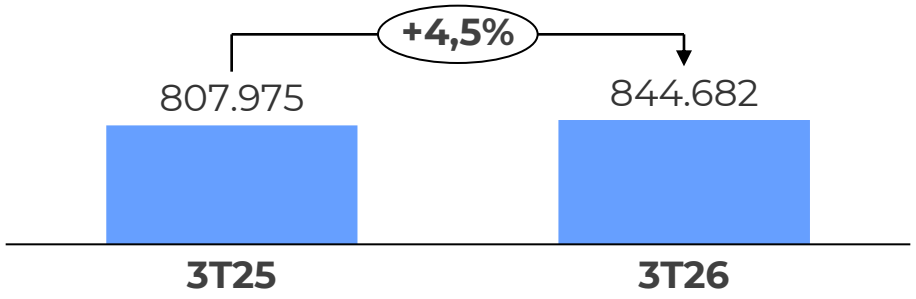
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Centros Comerciales creció 10,3%,** con margen +154 bps hasta 81,7%.
- ✓ Esta contribución fue más que compensada por mayores costos operacionales en retail y mayores provisiones por riesgo de crédito en Servicios Financieros.
- ✓ **Las iniciativas de productividad y eficiencia** buscan convertir la recuperación de las ventas en mayor rentabilidad.

Argentina: Fuerte mejora de la rentabilidad impulsada por Supermercados y Centros Comerciales

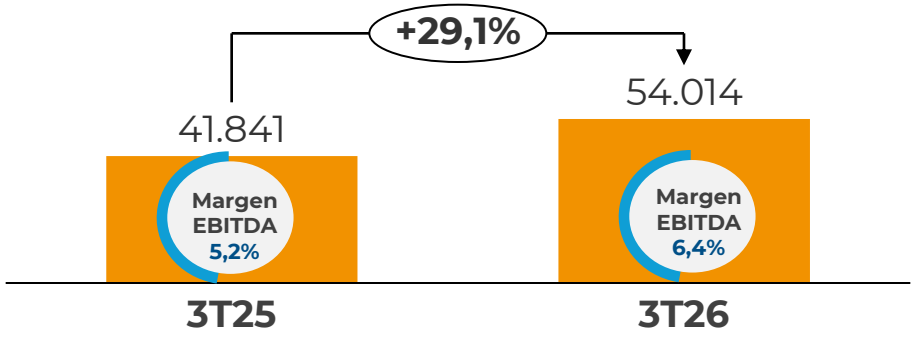


+67,7% a/a	4,2%	20,6%
VENTA *ONLINE* SM	PENETRACIÓN *ONLINE*	PENETRACIÓN MARCAS PROPIAS

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **Supermercados siguió impulsando el crecimiento**, con ingresos +26,0% en ARS, ventas online +67,7% y mayor penetración de Marcas Propias e importados.
- ✓ **Los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 32,4% en ARS**, por mejores condiciones de renovación, mayor actividad comercial y más tráfico.
- ✓ **Los ingresos de Mejoramiento del Hogar aumentaron 12,6% en ARS**, pese a la debilidad de la construcción.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

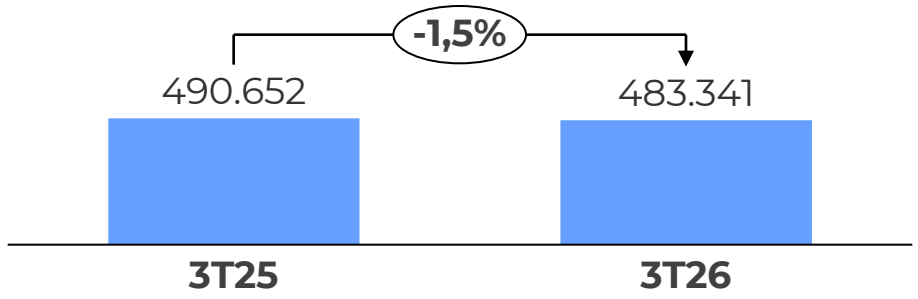
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Supermercados aumentó 109,5% en ARS**, con margen +189 bps, por eficiencias operacionales, mejores condiciones con proveedores y sinergias de Makro.
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Centros Comerciales aumentó 29,5% en ARS**, por mayores ingresos y mejores condiciones de arriendo.
- ✓ Estas mejoras fueron parcialmente compensadas por Mejoramiento del Hogar y Servicios Financieros, aunque este último mejoró secuencialmente.

Estados Unidos: Desempeño Resiliente y Sólido Crecimiento del *E-commerce* y Continua Disciplina en Costos

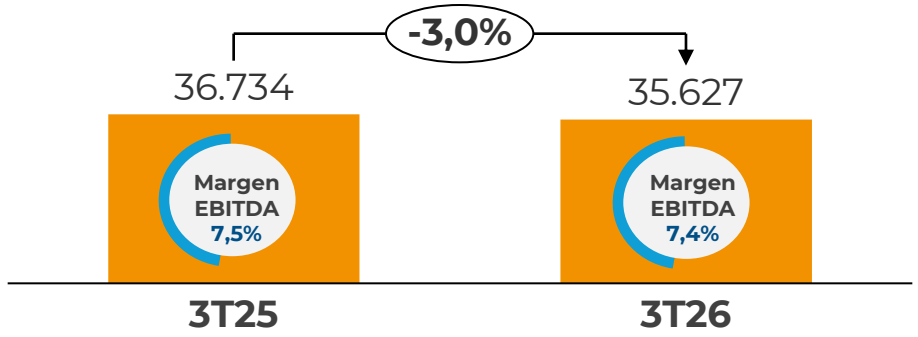


+17,8% a/a	9,9%	28,0%
VENTA *ONLINE* SM MONEDA LOCAL	PENETRACIÓN *ONLINE*	PENETRACIÓN MARCAS PROPIAS

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **Los ingresos aumentaron** 1,4% en USD (-1,5% en CLP a/a), apoyados por la contribución de nuevas tiendas y el continuo crecimiento sólido del *e-commerce*.
- ✓ **Las ventas *online* crecieron** 17,8% a/a, alcanzando una penetración de 9,9%, pese a una demanda más débil, menor tráfico en tiendas y el impacto del brote de Cyclospora en productos frescos.
- ✓ **The Fresh Market fue elegido el Mejor Supermercado de Estados Unidos** por quinta vez en los *USA TODAY 10Best Readers' Choice Awards 2026*, obteniendo además el primer lugar en otras cuatro categorías.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

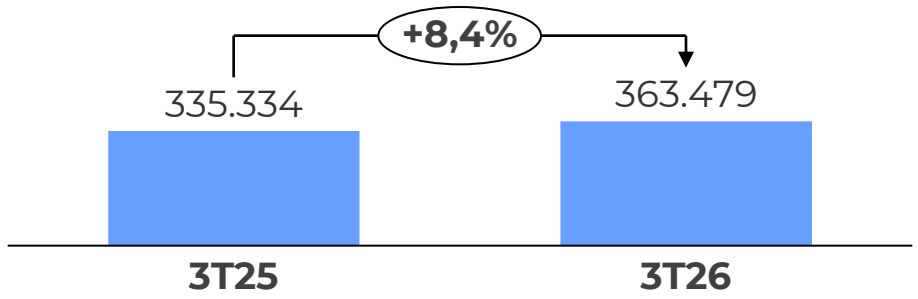
- ✓ El **EBITDA Ajustado** disminuyó 0,5% en USD (-3,0% en CLP a/a), reflejando mayores inversiones promocionales, costos de productos y gastos asociados a la cadena de suministro.
- ✓ **Las eficiencias operacionales y la continua disciplina de costos** mitigaron parcialmente las presiones sobre los márgenes, mientras que las iniciativas comerciales se enfocaron en impulsar el tráfico y reforzar la propuesta de valor al cliente.

Perú: Sólido Dinamismo Comercial y Crecimiento de la Rentabilidad en Supermercados y Centros Comerciales

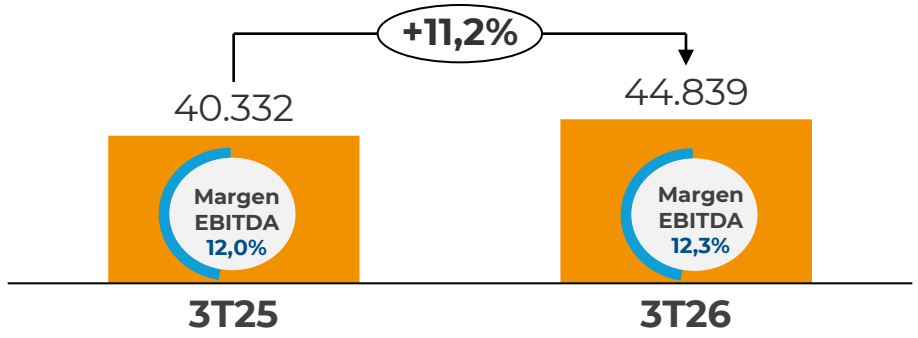


+20,1% a/a	8,4%	18,5%	+48,1%
VENTA *ONLINE* SM MONEDA LOCAL	SM VENTA *ONLINE* PENETRACIÓN	MARCAS PROPIAS PENETRACIÓN	SUSCRIPTORES PRIME a/a

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **Los ingresos de Supermercados crecieron 6,8% en PEN** (+8,4% en CLP a/a), apoyados por un entorno de consumo favorable y un sólido desempeño de Wong y Metro.
- ✓ **Las ventas *online* aumentaron 20,1% a/a en PEN,** mientras que los suscriptores de Wong Prime crecieron 48,1%, reforzando la vinculación y fidelización de los clientes.
- ✓ **Continua expansión y desarrollo comercial,** incluyendo la apertura de una nueva tienda Metro y un mayor foco en categorías estratégicas como perecibles y abarrotes.
- ✓ **Los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 8,6% en PEN** (+10,3% en CLP), impulsados por el continuo *ramp-up* de Cenco La Molina, donde el *GLA* ocupado creció 96,0%, alcanzando una ocupación de 85,1%, junto con un mayor tráfico de visitantes.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

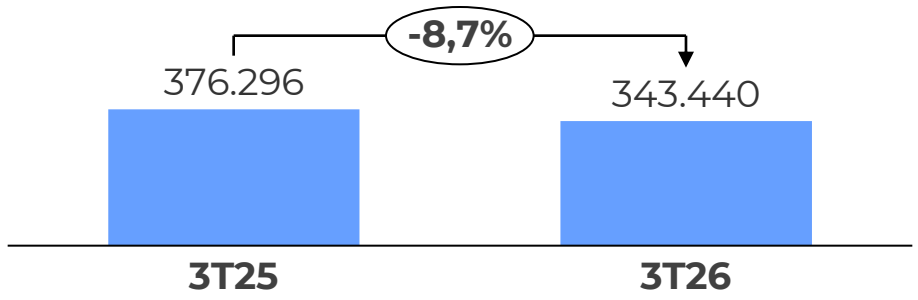
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Supermercados aumentó 3,8% en PEN** (+5,5% en CLP a/a), apoyado por una expansión de 25 *bps* en el margen bruto, parcialmente compensada por gastos de prevención y mitigación ante los posibles impactos del fenómeno de El Niño.
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Centros Comerciales creció 32,8% en PEN** (+34,7% en CLP a/a), impulsado por mayores ingresos y una mejor eficiencia en gastos comunes, a medida que aumentaron la ocupación y la escala operacional.

Brasil: Avanzando en la Transformación del Portafolio y Fortaleciendo la Propuesta Comercial

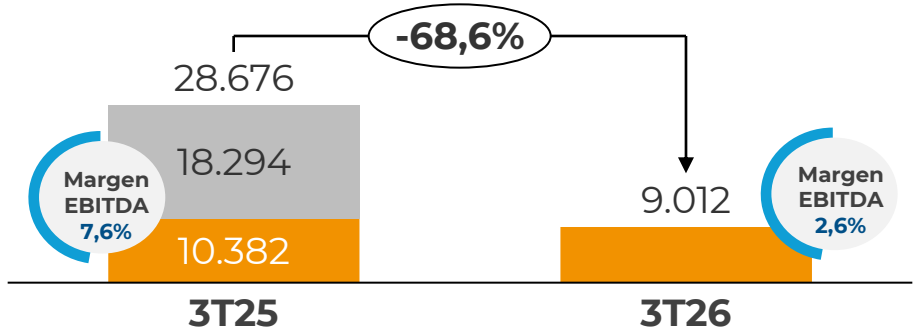


14	10,8%	+10,7% a/a
TIENDAS REMODELADAS	MARCAS PROPIAS	VENTA *ONLINE* SM MONEDA LOCAL

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



Ganancia no recurrente por venta de Bretas MG

DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **La transformación del portafolio se aceleró**, con 14 tiendas remodeladas reabiertas y cuatro Bretas convertidas a Prezunic.
- ✓ **Cencosud amplió su presencia en São Paulo** con una nueva tienda GIGA y siguió optimizando su portafolio de formatos.
- ✓ **Las ventas online crecieron 10,7% en moneda local**, reflejando la tracción del canal digital.
- ✓ Los ingresos se vieron afectados por la salida de Bretas Minas Gerais, una menor demanda y remodelaciones temporales, compensados en parte por la red renovada y el crecimiento online.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

- ✓ El EBITDA Ajustado se vio afectado por una alta base de comparación: el 3T25 incluyó una ganancia no recurrente de CLP 18.300 millones.
- ✓ **Excluyendo este efecto, el EBITDA Ajustado** disminuyó 13,2% en CLP, ya que los beneficios de la transformación fueron compensados por menores ventas, mayor inversión en marketing y costos de reapertura de tiendas.

Colombia: Fortaleciendo el Desempeño Operacional y Ampliando la Presencia en Centros Comerciales

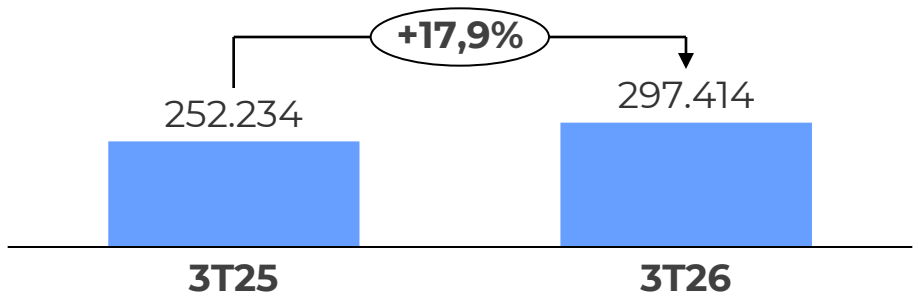


+14,8% a/a
VENTA *ONLINE* SM

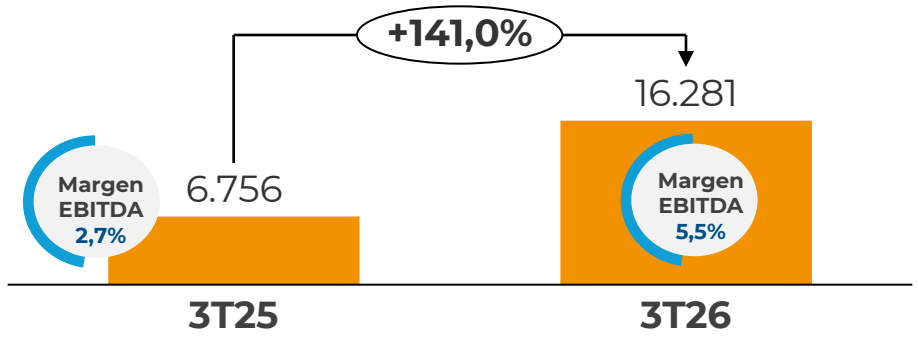
+21,6% a/a
VENTA *ONLINE* MDH

11,4%
PENETRACIÓN MARCAS PROPIAS

INGRESOS CONSOLIDADOS (CLP millones)



EBITDA AJUSTADO (CLP millones)



DRIVERS DE INGRESOS

- ✓ **El desempeño subyacente de Supermercados se mantuvo positivo**, con SSS +2,5% y ventas online +15,6% (o 14,8%, según lo que se confirme en el hallazgo 3).
- ✓ **Los ingresos de Mejoramiento del Hogar crecieron 5,6% en COP**, por ventas online +21,6% y un mayor ticket promedio.
- ✓ **Los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 153,0% en COP, por Plaza Central y el sólido desempeño del portafolio existente.**
- ✓ El traspaso de las estaciones de servicio redujo los ingresos reportados de Supermercados, pero mejoró la composición del portafolio y la eficiencia operacional.

DRIVERS DE RENTABILIDAD

- ✓ **El EBITDA Ajustado de Supermercados aumentó 7,2% en COP** (+30,8% en CLP), con una expansión de margen de 58 *bps*, reflejando la optimización del portafolio, mejores márgenes comerciales y una gestión disciplinada de costos.
- ✓ **El EBITDA Ajustado de Centros Comerciales creció 241,6% en COP** (+316,7% en CLP), con una expansión de margen de 1.871 *bps*, impulsado principalmente por la contribución de Plaza Central y una sólida ejecución operacional.
- ✓ **Las presiones en Mejoramiento del Hogar** fueron parcialmente mitigadas por el crecimiento de los ingresos y el sólido desempeño del canal digital.

04

Sostenibilidad



Avanzando en la Agenda de Sostenibilidad de Cencosud

Planeta

Traee: reciclaje de residuos electrónicos en Chile

- ✓ **Ingreso a Traee en Chile** para promover el reciclaje de residuos eléctricos y electrónicos.
- ✓ **El 94% de nuestros centros comerciales** en Chile, Perú y Colombia opera con **Energía Renovable**

Gobernanza

Publicación del *ESG Databook* 2025

- ✓ Se publicó el *ESG Databook* 2025, fortaleciendo la transparencia y la divulgación ASG.

Producto

Impulso al desarrollo de proveedores locales

- ✓ Más de 60 micro y pequeñas empresas participaron en la Escuela de Proveedores, mientras que la iniciativa Nuestros Productores reúne a más de 170 proveedores locales.



Personas

Impulsa la empleabilidad femenina

- ✓ Cencosud se suma a +Mujeres +Futuro 2026 como socio fundador, en iniciativas que beneficiarán a más de 1.200 estudiantes.

Impulsa la empleabilidad juvenil

- ✓ Más de 200 estudiantes y recién egresados accedieron a empleos en 2025.



Fortalece su posición en *rankings* de reputación y talento (Merco Talento y Merco Empresas) en la región

Reconocida en Chile (Merco Talento y Monitor de Sostenibilidad Empresarial), Perú (1° en Autoservicios – Merco Empresas), Argentina (N°37, +33 posiciones, y 3° en *retail* generalista) y Colombia (5° lugar en *Retail*, +83 posiciones), reflejando avances en reputación corporativa y posicionamiento regional.



RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

ir@cencosud.cl

www.cencosud.com/inversionistas