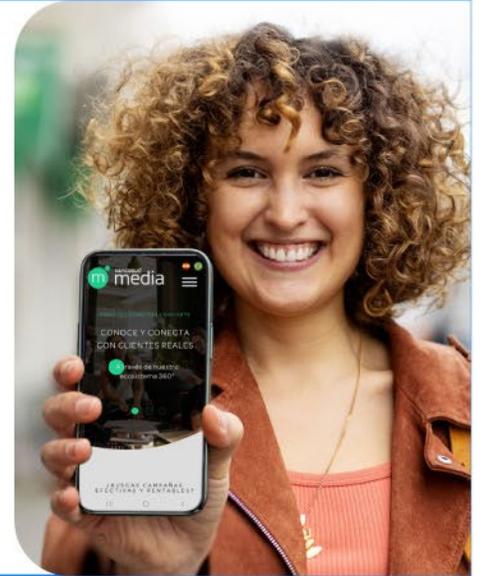




# Press Release

Tercer Trimestre 2024



## Información de Conferencia de Resultados



### Fecha

07 de noviembre

### Hora

Chile 11:00 AM  
EST 09:00 AM  
GMT 02:00 PM

[Ingresar >](#)

## Resumen Ejecutivo <sup>(1)</sup>



**USD 4.089 MM**

+4,1% a/a

Ingresos Totales



**USD 367 MM**

-4,9% a/a

EBITDA Ajustado



**9,0%**

Margen EBITDA Ajustado

-86 bps a/a



**USD 166 MM**

+3,4% a/a

Utilidad Neta Excl. NIC 29



**USD 95 MM**

+95,2% a/a

Utilidad Neta Reportada

En el 3T24 los **ingresos** de la Compañía crecieron 4,1% excluyendo ajuste por NIC 29, frente al 3T23 (-1,4% al incluir el ajuste por NIC 29). Esta mejora año contra año se da en un contexto en el cual todos los negocios en Chile registran un **incremento** anual de los ingresos, explicado por una recuperación parcial del consumo y el mayor flujo de turistas. Por otra parte, Estados Unidos contribuyó con un crecimiento en ventas de 14,5% a/a, impulsado por una mayor venta *online* (+34,7%) y la devaluación del peso chileno.

Asimismo, contribuyeron a estos resultados los negocios asociados a la nueva gerencia de **Ecosistema Retail**, destacando el crecimiento de la venta *online* (+4,9%), el alza de los clientes suscritos a los programas Prime (+55,0%) y el aumento de las ventas de Cencosud Media (49,1%). Los resultados también reflejaron un aumento en las ventas de Marcas Propias (+14,0%) en comparación con el año anterior.

El **EBITDA Ajustado** decreció 4,9% (excl. NIC 29), explicado mayormente por la contracción económica de Argentina. En menor medida, también se refleja la competencia en Brasil, un contexto desafiante en Colombia y gastos extraordinarios de pre-apertura de nuevas tiendas en Estados Unidos y por el impacto del huracán Helene. Sin embargo, al excluir Argentina del EBITDA consolidado de Cencosud, éste aumenta 17,1% a/a con un margen EBITDA de 9,5% (+103 bps vs 3T23).

La **Utilidad Neta** reportada aumentó 95,2% a/a, a su vez que la Utilidad Neta excluyendo NIC 29 creció 3,4% en el mismo período. La mejora frente a 3T23 se explica en gran medida por efectos favorables por tipo de cambio tanto en la deuda como a nivel operacional. Por último, la **Utilidad Líquida Distribuible** del trimestre alcanzó los CLP 67.967 MM, un aumento de 309,5% respecto al año anterior.

<sup>1</sup> Cifras destacadas excluyen impacto por hiperinflación en Argentina (NIC29). Tipo de cambio utilizado: CLP 931,2.

**Nota:** a/a refiere a año contra año

# Mensaje del Gerente General

## Rodrigo Larraín

Este 3T24 seguimos avanzando decididamente en el fortalecimiento de nuestra posición competitiva en los distintos mercados, con la mirada puesta en el servicio y experiencia de nuestros clientes, la innovación, el crecimiento y rentabilidad.

Es así como durante el trimestre seguimos acelerando el crecimiento y contribución del *e-commerce* (+4,9% a/a) y Marcas Propias (+14,0% a/a), a su vez que Retail Media continúa siendo un foco de crecimiento e innovación principalmente en Chile y Brasil. Asimismo, nuestra presencia física avanza con fuerza en las geografías donde estamos presentes. El plan de crecimiento en Estados Unidos sigue en ejecución con la apertura de una nueva tienda en septiembre en Seminole, Florida, y dos nuevas tiendas que abrieron a público durante octubre. Con esto y las aperturas en los próximos meses, **superaremos las 170 tiendas en el país**. De igual manera, **a través de más de 27.000 m<sup>2</sup> de GLA incremental reforzamos nuestro liderazgo** en la industria de Centros Comerciales en Latinoamérica, ampliando y adaptando nuestra propuesta a las necesidades de clientes y locatarios.

En cuanto a resultados del trimestre, **Chile**, nuestro principal mercado, sigue mostrando una gran solidez, con **crecimiento en ingresos en todos los negocios**, además de lograr un **margen EBITDA de 11,9%** (+243 bps frente al mismo trimestre del año anterior). Asimismo, Estados Unidos registró crecimientos en ingresos por sobre inflación y una mejora en rentabilidad de 114 bps si se excluyen gastos extraordinarios del período. Respecto a las otras geografías donde operamos, Argentina atraviesa un período desafiante, pero mantenemos confianza en el futuro. Perú presenta sólidos niveles de rentabilidad y ofreciendo interesantes oportunidades de crecimiento. Brasil, por otra parte, en un contexto altamente dinámico y competitivo, estamos avanzando en iniciativas y oportunidades identificadas para mejorar nuestro desempeño y Colombia en un contexto desafiante donde estamos reformulando nuestra propuesta, empezamos a ver los primeros indicios de mejora. Por último, a nivel financiero, continuamos avanzando en indicadores cada vez más saludables.

A pesar del contexto económico que enfrentamos en los distintos países, seguimos muy entusiasmados y enfocados en las oportunidades que vemos en los diversos mercados. Estamos refinando nuestros planes e iniciativas estratégicas para acelerar nuestro crecimiento y rentabilidad, optimizar el uso de capital y generar las capacidades y ecosistema que nos permitan seguir liderando e innovando en la industria, contando siempre con la lealtad y preferencia de nuestros clientes.

# 1. Hechos relevantes & reconocimientos

## Hechos relevantes

- **Avance en apertura de tiendas**

La Compañía abrió 5 nuevos supermercados en el trimestre, logrando capturar oportunidades en los formatos y regiones de mayor foco. Destaca la apertura de una tienda GIGA en Sao Paulo, Brasil, además de una tienda The Fresh Market en Florida. Adicional a lo anterior, y como hecho posterior al cierre del trimestre, durante el mes de octubre se abieron las puertas a público en dos nuevas tiendas en Estados Unidos (Maryland e Illinois).

- **Clasificación de riesgo del Grupo**

Durante el trimestre la clasificadora de riesgo nacional Humphreys mejoró la clasificación de riesgo de Cenco Malls desde “AA+” hasta “AAA”, mientras que Fitch Ratings ratificó su clasificación para Cencosud en “BBB” con perspectiva estable.

- **Exitosa ejecución de CyberCenco**

Desde el 29 de septiembre se llevó a cabo el CyberCenco, el cual registró un desempeño por sobre el estimado, con crecimientos en ingresos de doble dígito en comparación al mismo evento en 2023.

## Reconocimientos

- **Jumbo y Paris ganaron premio de lealtad Consumidor NPS 2024**

Jumbo ha sido reconocido con el 1<sup>er</sup> lugar en la categoría Supermercados y Paris en la categoría Tiendas por Departamento en los premios de Lealtad al Consumidor NPS 2024, otorgados por Alco Consultores tras recopilar la opinión de más de 16.000 clientes.

- **Reconocimiento a Centro de Servicios Compartidos en SSON Awards**

La Compañía fue destacada dentro del Top 20 a nivel mundial de los *Most Admired SSO/GBS* del 2024 en los SSON Awards por su destacado avance en digitalización y los proyectos de transformación ejecutados.

- **Mejor empresa para atraer y retener talento del Sector Holding Empresarial**

Cencosud participó en el *ranking* Merco Talento 2024, destacándose en el 1<sup>er</sup> lugar como mejor empresa en el “Sector Holding Empresarial”, mientras que en el *ranking* general la Compañía subió 3 posiciones respecto al año anterior quedando en la posición N°14.

- **Jumbo e Easy ganan premio nacional de Satisfacción de Clientes Procalidad 2024**

Jumbo obtuvo el 1<sup>er</sup> lugar en la categoría supermercados e Easy logra el 1<sup>er</sup> lugar en la categoría Mejoramiento para el Hogar en el Premio Nacional de Satisfacción de Clientes Procalidad 2024, destacándose como las marcas más valoradas del mercado en sus respectivas categorías.

## 2. Sostenibilidad



### Gobierno Corporativo

- **Lanzamiento del nuevo código de ética**

En agosto se lanzó el nuevo Código de Ética de Cencosud, el cual profundiza en 3 dimensiones en comparación a la versión anterior: Derechos Humanos, Sostenibilidad y Diversidad e Inclusión. Este documento ha sido desarrollado en colaboración con los colaboradores de la Compañía, quienes han aportado sus ideas y lo han firmado como parte del proceso formal de adhesión.

### Personas

- **Crecimiento del programa Cenco Mujeres**

Durante el trimestre se llevó a cabo la 3<sup>er</sup>a versión en Chile y 2<sup>da</sup> en Argentina. Este programa ha impactado positivamente la vida laboral y personal de 221 mujeres líderes de la Compañía (a septiembre de 2024), aprovechando la experiencia y habilidades de los y las mentores, quienes comparten sus conocimientos y guían a las *mentees* en su desarrollo y liderazgo.

### Planeta

- **Campaña de reciclaje “Reciclatón” y “Recicambio”**

En Perú se llevaron a cabo campañas de reciclaje, que en su conjunto incrementaron la recolección de residuos en 95% vs la edición 2023. En esta nueva versión se reunieron más de 9 toneladas de residuos, a través de 477 clientes que participaron.

- **Programa de “Rescate de Alimentos”**

Hasta agosto del presente año Cencosud ha impulsado el programa de rescate de alimentos, logrando recuperar más de 1.000 toneladas de alimentos que han sido entregados a organizaciones sociales.

- **Programa de “Residuos Orgánicos”**

Bajo el marco de su compromiso de minizar el desperdicio de alimentos, Cencosud ha utilizado más de 1.000 toneladas de residuos orgánicos, por medio de distintas alianzas.

### Producto

- **Programa de Abastecimiento Responsable**

Como parte del programa de Abastecimiento Responsable, en Supermercados Chile se consolidó la oferta de productos circulares a través de huevos, trucha, tierras y sustrato provenientes de procesos circulares y sostenibles. A su vez, en Perú se comenzó a promover el consumo de truchas de origen responsable a través de Wong, provenientes de proveedores certificados por sus buenas prácticas.

## 3. Datos Financieros Destacados del Trimestre

### 3.1 Estado de Resultados Consolidado 3T24 <sup>(2)</sup>

CLP millones	Reportado			Excl. NIC 29		
	3T24	3T23	Var %	3T24	3T23	Var %
Ingresos Online	340.653	343.006	(0,7%)	344.011	328.033	4,9%
Ingresos Offline	3.266.550	3.320.887	(1,6%)	3.298.750	3.175.917	3,9%
Otros Ingresos	163.477	159.952	2,2%	165.088	152.969	7,9%
<b>Total Ingresos</b>	<b>3.770.679</b>	<b>3.823.845</b>	<b>(1,4%)</b>	<b>3.807.849</b>	<b>3.656.920</b>	<b>4,1%</b>
Ganancia Bruta	1.107.880	1.142.873	(3,1%)	1.120.220	1.125.398	(0,5%)
<b>Margen Bruto</b>	<b>29,4%</b>	<b>29,9%</b>	<b>-51 bps</b>	<b>29,4%</b>	<b>30,8%</b>	<b>-136 bps</b>
GAV	(920.830)	(904.973)	1,8%	(922.297)	(852.913)	8,1%
<b>R. Operacional</b>	<b>220.185</b>	<b>247.759</b>	<b>(11,1%)</b>	<b>231.095</b>	<b>273.424</b>	<b>(15,5%)</b>
<b>R. No Operacional</b>	<b>(88.554)</b>	<b>(124.728)</b>	<b>(29,0%)</b>	<b>(63.009)</b>	<b>(129.367)</b>	<b>(51,3%)</b>
Impuestos	(43.248)	(77.757)	(44,4%)	(13.232)	5.652	N.A.
<b>Utilidad</b>	<b>88.384</b>	<b>45.275</b>	<b>95,2%</b>	<b>154.854</b>	<b>149.708</b>	<b>3,4%</b>
Utilidad Neta de Revalorización de Activos	81.775	33.886	141,3%	N.A.	N.A.	N.A.
Utilidad Líquida Distribuible	67.967	16.597	309,5%	N.A.	N.A.	N.A.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>339.334</b>	<b>336.490</b>	<b>0,8%</b>	<b>341.553</b>	<b>359.313</b>	<b>(4,9%)</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>9,0%</b>	<b>8,8%</b>	<b>20 bps</b>	<b>9,0%</b>	<b>9,8%</b>	<b>-86 bps</b>

<sup>2</sup> El Estado de Resultados detallado y efecto por hiperinflación de Argentina están disponibles en el Anexo de este reporte.

## 3.2 Ventas online 3T24 <sup>(3)</sup>



Penetración online

**9,4%**



Tickets online Total

**6,6 MM**



Venta online

**USD 369 MM**

CLP millones	Venta Online		% vs 2023	
	3T24	3T23	Δ CLP	Δ ML
Chile	243.158	238.727	1,9%	1,9%
Argentina	27.854	29.027	(4,0%)	167,2%
EE.UU.	34.473	23.323	47,8%	34,7%
Brasil	10.409	10.897	(4,5%)	(0,6%)
Perú	17.500	14.486	20,8%	12,9%
Colombia	10.617	11.573	(8,3%)	(15,1%)
<b>TOTAL</b>	<b>344.011</b>	<b>328.033</b>	<b>4,9%</b>	<b>N.A.</b>

Penetración online [%]	3T24	3T23	Δ bps
<b>Supermercados</b>	<b>8,4%</b>	<b>8,1%</b>	<b>32</b>
SM Chile	13,3%	13,2%	9
SM Argentina	3,8%	4,1%	(31)
SM Estados Unidos	7,6%	5,9%	171
SM Brasil	2,7%	2,6%	5
SM Perú	6,0%	5,3%	68
SM Colombia	5,3%	5,8%	(52)
<b>Mejoramiento del Hogar</b>	<b>7,8%</b>	<b>7,7%</b>	<b>8</b>
<b>Tiendas por Departamento</b>	<b>24,6%</b>	<b>27,2%</b>	<b>(256)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9,4%</b>	<b>9,3%</b>	<b>14</b>

## 3.3 Marcas Propias

Los productos de Marcas Propias alcanzaron una penetración de 16,2%, llegando a USD 628 millones de venta en el trimestre (+14,0% a/a). Este resultado fue impulsado por la mejora en penetración de *Food*, que crece 10 bps a/a. Durante el trimestre se lanzó la nueva marca propia de carnes americanas: **Farmers**. Esta nueva línea viene a ampliar la propuesta en productos de mayor valor añadido. En el caso de las ventas *Non-Food*, la penetración tuvo una contracción de 199 bps frente al mismo periodo del año anterior, sin embargo, las ventas crecen un 12,2% a/a.

<sup>3</sup> Cifras de venta *online* (excluyendo NIC 29) reflejan información 1P, incluyendo venta con operadores de última milla.

## Penetración Marcas Propias

	<i>Food</i>		<i>Non-Food</i>		<b>Total</b>	
	<b>3T24</b>	<b>3T23</b>	<b>3T24</b>	<b>3T23</b>	<b>3T24</b>	<b>3T23</b>
Chile	12,4%	11,9%	24,6%	26,0%	15,9%	15,9%
Argentina	16,5%	15,1%	12,7%	11,1%	15,2%	13,6%
Estados Unidos	30,3%	33,4%	1,8%	1,7%	29,3%	32,3%
Brasil	4,4%	4,6%	3,8%	3,9%	4,3%	4,5%
Perú	15,6%	15,2%	33,6%	35,0%	18,4%	18,0%
Colombia	8,3%	7,8%	7,0%	10,6%	7,9%	8,7%
<b>Total</b>	<b>15,2%</b>	<b>15,1%</b>	<b>19,4%</b>	<b>21,4%</b>	<b>16,2%</b>	<b>16,5%</b>

## 3.4 Capex

En el 3T24 la Compañía inauguró 5 tiendas en 4 países, agregando 9.631 m<sup>2</sup> de nueva sala de ventas. En Chile, se abrió 1 tienda Santa Isabel ubicada en la ciudad de Santiago. A su vez, en Argentina se inauguraron dos tiendas de Supermercados (una tienda Vea y una tienda Disco) de menor metraje. Por su parte, en Estados Unidos se ha continuado con el plan de expansión, con la apertura de una nueva tienda en Seminole, Florida. Con esto, la Compañía lleva un total de 18 nuevas tiendas inauguradas durante 2024.

<b>3T24</b>	<b>Aperturas</b>		<b>Transformaciones</b>		<b>Remodelaciones</b>		<b>Cierres</b>	
	<b>#</b>	<b>M<sup>2</sup></b>	<b>#</b>	<b>M<sup>2</sup></b>	<b>#</b>	<b>#</b>	<b>M<sup>2</sup></b>	
Chile	1	1.112	-	-	7	-	-	
Argentina	2	321	-	-	1	-	-	
EE.UU.	1	2.268	-	-	-	2	3.417	
Brasil	1	5.930	-	-	-	-	-	
Perú	-	-	-	-	1	2	5.855	
Colombia	-	-	-	-	2	1	431	
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>9.631</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>9.703</b>	

## 4. Desempeño por País <sup>(4)</sup>

### 4.1 Resultados 3T24

INGRESOS	3T24	3T23	% vs 2023	
	CLP MM	CLP MM	Δ %	ML Δ %
Chile	1.732.728	1.652.228	4,9%	4,9%
Argentina	700.449	680.359	3,0%	186,7%
EE.UU.	453.543	396.216	14,5%	4,3%
Brasil	401.766	426.595	(5,8%)	(2,0%)
Perú	299.662	279.674	7,1%	0,1%
Colombia	219.700	221.848	(1,0%)	(8,4%)
<b>Total</b>	<b>3.807.849</b>	<b>3.656.920</b>	<b>4,1%</b>	<b>N.A.</b>

EBITDA Ajustado	3T24	3T23	% vs 2023	
	CLP MM	CLP MM	Δ %	ML Δ %
Chile	205.934	156.252	31,8%	31,8%
Argentina	47.211	107.944	(56,3%)	20,7%
EE.UU.	33.546	32.625	2,8%	(6,0%)
Brasil	20.928	24.667	(15,2%)	(11,6%)
Perú	33.964	31.437	8,0%	1,0%
Colombia	(30)	6.387	N.A.	N.A.
<b>Total</b>	<b>341.553</b>	<b>359.313</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>N.A.</b>

### 4.2 Same Store Sales

Variación en Moneda local	Same Store Sales	
	3T24	3T23
<b>Supermercado</b>		
Chile	3,2%	2,4%
Argentina	193,9%	139,3%
EE.UU.	0,9%	1,1%
Brasil	(4,3%)	1,0%
Perú	0,6%	1,1%
Colombia	(10,1%)	(2,0%)
<b>Mejoramiento del Hogar</b>		
Chile	7,8%	(15,5%)
Argentina	167,6%	101,0%
Colombia	(12,9%)	(25,2%)
<b>Tiendas por Departamento</b>		
Chile	9,5%	(9,0%)

<sup>4</sup> Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, las cifras excluyen los efectos de economía hiperinflacionaria (NIC 29).

## 4.3 Chile <sup>(5)</sup>



### Destacados del trimestre:

- Los ingresos incrementaron un 4,9% a/a impulsados por **crecimiento el en todos los negocios**
- Mejoramiento del Hogar logró el primer trimestre con crecimientos en venta a/a (+7,7%) después de 9 trimestres con caídas, **impulsado por cambio en estrategia comercial**
- El margen EBITDA Ajustado se expandió 243 bps a/a, llegando a **11,9% en el trimestre**. Esta mejora se explica por una mayor rentabilidad en Centros Comerciales, Tiendas por Departamento y las diferencias de tipo de cambio positivas en el 3T24 que impactan el rubro "Otros"

INGRESOS	3T24		3T23		vs 2023
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %
Supermercado	1.255.967	33,0%	1.209.679	33,1%	3,8%
Centros Comerciales	60.694	1,6%	52.110	1,4%	16,5%
Mejoramiento del Hogar	178.124	4,7%	165.347	4,5%	7,7%
Tiendas por Departamento	234.792	6,2%	222.237	6,1%	5,6%
Otros	3.152	0,1%	2.855	0,1%	10,4%
<b>Ingresos</b>	<b>1.732.728</b>	<b>45,5%</b>	<b>1.652.228</b>	<b>45,2%</b>	<b>4,9%</b>

EBITDA Ajustado	3T24		3T23		vs 2023
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %
Supermercado	158.332	12,6%	155.106	12,8%	2,1%
Centros Comerciales	48.049	79,2%	41.019	78,7%	17,1%
Mejoramiento del Hogar	8.411	4,7%	8.432	5,1%	(0,2%)
Tiendas por Departamento	5.680	2,4%	2.224	1,0%	155,4%
Servicios Financieros	6.521	N.A.	(2.811)	N.A.	N.A.
Otros	(21.059)	N.A.	(47.717)	N.A.	(55,9%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>205.934</b>	<b>11,9%</b>	<b>156.252</b>	<b>9,5%</b>	<b>31,8%</b>

<sup>5</sup> Venta asociada a *cyber day* se reflejó en su gran mayoría durante el 4T24 a pesar de haber comenzado el 30 de septiembre, producto del tratamiento contable de la venta (la venta se reconoce contablemente el día en el que el producto se despacha).

## Supermercados

Durante el 3T24 los **ingresos** aumentaron 3,8% en comparación con el 3T23, atribuido principalmente al crecimiento en ventas del canal *online* (+4,4% a/a), impulsado por el nuevo *Darkstore* y a un incremento 29,3% de suscriptores del programa Jumbo Prime frente a septiembre 2023. Por su parte, en canal físico mostró resiliencia, con un SSS de 3,2% a pesar de una desaceleración de inflación de alimentos en septiembre de 2024.

El **EBITDA Ajustado** tuvo un crecimiento de 2,1% a/a, logrando un margen EBITDA de 12,6%. El incremento refleja la mejora del *mix* de productos a aquellos con mayor valor agregado, el control de la merma y una mayor contribución de Retail Media a/a. Lo anterior parcialmente compensado por el incremento de las tarifas eléctricas que afectaron en gran medida a Santa Isabel y ajuste al alza del sueldo mínimo.

Aumento venta *online*  
Supermercados a/a



+4,4%

Margen  
EBITDA Ajustado SM



12,6%

## Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** aumentaron 7,7% frente al 3T23 explicado por un SSS de 7,8% y el crecimiento en las ventas del canal mayorista. Lo anterior es reflejo del cambio de estrategia comercial durante 2024.

El **EBITDA Ajustado** se mantuvo prácticamente sin variación versus 3T23 (-0,2%), logrando un margen EBITDA de 4,7%. Este desempeño se explica por una mayor venta del canal mayorista, sumado a un aumento de los gastos de 6,2%, impactados por el incremento en tarifas eléctricas y ajustes de sueldo mínimo.

## Tiendas por Departamento

Los **ingresos** del trimestre tuvieron un incremento de 5,6% a/a, impulsados por un mejor desempeño en las ventas físicas (SSS +9,5%), producto del mayor foco en experiencia en tienda y desarrollo de Marcas Propias. Desde la perspectiva del canal *online*, destaca el aumento de 8,1% a/a de las ventas del *Marketplace*.

El **EBITDA Ajustado** más que duplicó a/a (+155,4%), logrando una expansión de margen de EBITDA Ajustado de 142 bps. La mayor rentabilidad vs 3T23 se explica por la estrategia de eficiencia operativa con foco en la logística, logrando reducir el gasto en 1,2% a/a a pesar de inflación y otras presiones en gastos.



Margen EBITDA  
TxD



+142 bps  
a/a

## Centros Comerciales

Los **ingresos** se incrementaron 16,5% frente al 3T23 como consecuencia de la colocación de en torno a 20.000 m<sup>2</sup> de GLA frente a septiembre de 2023, en adición a un incremento de la venta de locatarios de 8,8% a/a, la cual impulsó un incremento de los ingresos por arriendo variable. La mejora en la venta de locatarios se dio en un contexto de aumento de flujo de turistas en los centros comerciales, como también de la recuperación parcial del consumo en Chile.

En tanto, el **EBITDA Ajustado** aumentó 17,1% a/a, lo que se traduce en una expansión de 45 bps del margen EBITDA Ajustado como resultado de una mejora del margen bruto de 296 bps a/a, compensado parcialmente en un aumento de los gastos de administración y ventas, producto

del incremento en gastos asociados a la habilitación de espacios para nuevos locatarios y reforzamiento del área de *back-office*.

### Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** registró un resultado positivo en 3T24, impulsado por un incremento de la cartera, además de menores castigos netos y menores provisiones por incobrabilidad.

## 4.4 Argentina <sup>(6)</sup>



### Destacados del trimestre:

- Durante el tercer trimestre la inflación en Argentina continúa disminuyendo. En este contexto, los negocios de Cencosud logran un cambio de tendencia, con una **reducción en la brecha entre inflación y SSS**, tanto en Supermercados como en Mejoramiento del Hogar
- **Supermercados expande su participación de mercado en 21 bps a/a**, impulsado principalmente por Jumbo y Disco
- **Mejoramiento del Hogar aumenta su rentabilidad en el 3T24** respecto al 2T24

	3T24		3T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercado	470.514	12,4%	444.432	12,2%	5,9%	194,4%
Centros Comerciales	21.619	0,6%	20.221	0,6%	6,9%	198,7%
Mejoramiento del Hogar	177.703	4,7%	182.576	5,0%	(2,7%)	171,7%
Servicios Financieros	30.071	0,8%	33.910	0,9%	(11,3%)	148,3%
Otros	542	0,0%	(781)	0,0%	N.A.	N.A.
<b>Ingresos</b>	<b>700.449</b>	<b>18,4%</b>	<b>680.359</b>	<b>18,6%</b>	<b>3,0%</b>	<b>186,7%</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>Δ %</b>	<b>ML Δ %</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>47.211</b>	<b>6,7%</b>	<b>107.944</b>	<b>15,9%</b>	<b>(56,3%)</b>	<b>20,7%</b>

### Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 194,4% en ARS y 5,9% en CLP año contra año, sostenido en gran medida por el aumento de la venta de categorías *Food*, y un aumento del *ticket* promedio por sobre inflación, compensado por una caída de *tickets* de doble dígito producto del contexto económico y de consumo en el país. A pesar de lo anterior, Supermercados Argentina logra ganar 21 bps de participación de mercado frente al 3T23.

### Market Share Supermercados

 **+21 bps a/a**

<sup>6</sup> Inflación LTM de Argentina a septiembre 2024 correspondiente a 209,0%.

El **EBITDA Ajustado** creció 44,0% en moneda local y cayó 48,3% en CLP respecto al mismo periodo del año anterior. El crecimiento en moneda local por debajo de los ingresos se explica por una contracción del margen bruto en gran medida producto de una mayor actividad promocional, sumado a un aumento de las tarifas de servicios básicos.

### Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** tuvieron un incremento de 171,7% en ARS y disminuyeron 2,7% en CLP. Las ventas han comenzado a moderar su crecimiento debido a la contracción del consumo, especialmente en los negocios discrecionales y la menor actividad en la industria de la construcción. En este contexto, las ventas minoristas han demostrado ser más resilientes que las ventas mayoristas. Sin embargo, el SSS de Mejoramiento del Hogar Argentina logra reducir secuencialmente durante el trimestre su brecha frente a inflación interanual.

El **EBITDA Ajustado** registró una leve contracción de 0,9% en ARS y de 64% en CLP frente al mismo periodo del año anterior. Lo anterior se explica por los menores niveles de consumo, junto con mayores presiones en gasto por mayores tarifas de servicios básicos.

### Centros Comerciales

Los **ingresos** crecieron 198,7% en ARS y 6,9% en CLP, explicado por el aumento en las ventas de terceros +199,3% a/a. Además, en este trimestre la brecha entre el crecimiento interanual de ventas y el crecimiento de la inflación se ha reducido durante el año hasta llegar a un 10%.

El **EBITDA Ajustado** creció un 203,4% en ARS y 8,0% en CLP en comparación con el 3T23. Foco en mejorar la eficiencia por metros cuadrados dentro de los centros comerciales.

### Servicios Financieros

Los **ingresos** aumentaron 148,3% en moneda local y cayeron 11,3% en CLP. Lo anterior se explica por el crecimiento de la cartera por debajo de inflación interanual en un contexto de contracción de la economía y el consumo. Sin embargo, el negocio ha mostrado signos de recuperación a lo largo del trimestre, reflejado en la mejora de la participación de la tarjeta en todas las tiendas.

El **EBITDA Ajustado** creció 38,4% en ARS y decreció 49,9% en CLP debido a una contracción del margen bruto a/a y aumentos en gastos en torno a inflación.

## 4.5 Estados Unidos



### Destacados del trimestre:

- ♦ **Margen EBITDA consolidado de Estados Unidos sería de 9,3%** al excluir impactos no recurrentes ocasionados por impactos del huracán Helene y gastos por pre-apertura de tiendas
- ♦ **Ingresos del 3T24 (+4,3) crecieron por sobre inflación de alimentos (+2,3%)** por segunda vez (junto con 1T24) desde la adquisición de The Fresh Market en 2022
- ♦ **Venta E-commerce crece 34,7% a/a**, alcanzando una **penetración de 7,6%** sobre el total de venta

	3T24		3T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercado	453.543	11,9%	396.216	10,8%	14,5%	4,3%
Otros	0	0,0%	0	0,0%	N.A	N.A
<b>Ingresos</b>	<b>453.543</b>	<b>11,9%</b>	<b>396.216</b>	<b>10,8%</b>	<b>14,5%</b>	<b>4,3%</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>Δ %</b>	<b>ML Δ %</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>33.546</b>	<b>7,4%</b>	<b>32.625</b>	<b>8,2%</b>	<b>2,8%</b>	<b>(6,0%)</b>

### Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 4,3% en USD y de 14,5% en CLP año contra año. Esto se explica por el aumento de 34,7% de la venta *online*, llegando a un 7,6% de penetración sobre el total de ventas, sumado a un incremento de 4,1% en el total de *tickets* a/a.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 1,7% en moneda local y 11,2% en pesos chilenos a/a. Un aumento de gastos de 5,6% en moneda local compensó parcialmente el aumento de ingresos. Durante el trimestre se registraron gastos extraordinarios asociados a la apertura de nuevas tiendas durante 4T24, además de pérdidas asociadas al huracán Helene<sup>7</sup>.

**Penetración  
online**

**7,6%**  
+ 171 bps YoY

**Venta online  
Supermercados**

**+34,7%**  
(% en ML)



<sup>7</sup> La pérdida asociada a los impactos del huracán Helene no fue imputada al negocio de Supermercados, sino a las áreas centrales de EE.UU., reflejándose la pérdida a nivel país y no a nivel negocio. Considerando los efectos del huracán y de la apertura de nuevas tiendas, **el margen EBITDA consolidado de Estados Unidos habría sido de 9,3% en el 3T24, comparado con un 8,2% en 3T23.**

## 4.6 Brasil <sup>(8)</sup>



### Destacados del trimestre:

- ♦ Apertura de **nueva tienda GIGA** en Campinas, Sao Paulo, con aproximadamente 6.000 m<sup>2</sup> de sala de venta
- ♦ El **margen EBITDA** de Brasil registró una **mejora de 29 bps** vs el 2T24
- ♦ El formato C&C representó el 36% de los ingresos netos en el trimestre, resistente incluso en un entorno desafiante
- ♦ Las iniciativas digitales continuaron contribuyendo como motor de crecimiento del negocio, con énfasis en Retail Media

	3T24		3T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercado	401.348	10,5%	426.769	11,7%	(6,0%)	(2,2%)
Servicios Financieros	418	0,0%	(174)	0,0%	N.A.	N.A.
<b>Ingresos</b>	<b>401.766</b>	<b>10,6%</b>	<b>426.595</b>	<b>11,7%</b>	<b>(5,8%)</b>	<b>(2,0%)</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>Δ %</b>	<b>ML Δ %</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>20.928</b>	<b>5,2%</b>	<b>24.667</b>	<b>5,8%</b>	<b>(15,2%)</b>	<b>(11,6%)</b>

### Supermercados

En el 3T24, los **ingresos** decrecieron 2,2% en BRL y 6,0% en CLP en comparación con 3T23, explicado principalmente por la contracción en el consumo, mayores dinámicas comerciales por parte de la competencia y nuevas salas de ventas de la competencia.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 16,7% en moneda local y 20,1% en CLP frente al 3T23. Lo anterior se debe a una contracción del margen bruto producto de una mayor promocionalidad, además de presiones en gasto producto de incrementos en tarifas eléctricas y primas de salud. A pesar de lo anterior, los gastos se han logrado mantener relativamente estables con un incremento de 0,7% a/a en moneda local.

### Servicios Financieros

Durante el trimestre se registró un **EBITDA Ajustado** positivo, a diferencia del resultado negativo del 3T23, explicado en parte por una disminución de la tasa de morosidad y castigos netos de cartera.

<sup>8</sup> Para mayor detalle de Cencosud Brasil ver *Press Release* en la siguiente página: <https://ri.cencosud.com.br/>. Las diferencias en moneda local reflejan diferencias en criterios contables de acuerdo con las normas específicas que rigen en cada país. Los criterios contables aplicados en cada país son aprobados por el auditor local, en este caso, PWC Chile y PWC Brasil.

## 4.7 Perú



### Destacados del trimestre:

- ♦ Perú **expandió** su margen EBITDA Ajustado en **10 bps a/a**, totalizando 2 años consecutivos de margen EBITDA de doble dígito
- ♦ La venta *online* de Supermercados creció **12,9% a/a**, apalancada de un incremento de 42,9% del total de suscritos al programa Wong Prime

	3T24		3T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercado	291.973	7,7%	273.067	7,5%	6,9%	(0,1%)
Centros Comerciales	7.345	0,2%	6.393	0,2%	14,9%	7,4%
Otros	345	0,0%	214	0,0%	60,9%	50,6%
<b>Ingresos</b>	<b>299.662</b>	<b>7,9%</b>	<b>279.674</b>	<b>7,6%</b>	<b>7,1%</b>	<b>0,1%</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>Δ %</b>	<b>ML Δ %</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>33.964</b>	<b>11,3%</b>	<b>31.437</b>	<b>11,2%</b>	<b>8,0%</b>	<b>1,0%</b>

### Supermercados

Los **ingresos** disminuyeron 0,1% en PEN y aumentaron 6,9% en CLP frente al 3T23. En moneda local, los resultados se explican en gran medida por deflación de alimentos en el país. Destaca el crecimiento en las ventas del canal *online* con un incremento de 12,9%, impulsadas por el servicio de suscripción Wong Prime, cuyo número de suscriptores creció 42,9% comparado con septiembre de 2023.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 0,9% en PEN y creció un 5,9% en CLP año contra año, impactado por un aumento marginal de gastos.

### Centros Comerciales

Los **ingresos** del trimestre experimentaron un crecimiento de 7,4% en moneda local y del 14,9% en CLP respecto al año anterior, principalmente atribuido a la apertura de Cenco La Molina en diciembre de 2023, logrando mantener una tasa de ocupación por sobre el 90%. A lo anterior se suma el incremento de la venta de locatarios en 7,9% a/a.

Por otra parte, el **EBITDA Ajustado** aumentó 11,5% en moneda local y 19,2% en CLP, reflejo del incremento de los ingresos y un mayor control de los gastos de administración y ventas.

### Margen EBITDA Ajustado Perú 3T24



**11,3%**

### Venta *online* Supermercados



**+12,9%**  
(% en ML)

## Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** del 3T24 registró un resultado positivo frente al 3T23. Esta recuperación se explica en parte por una menor provisión de cartera, y un costo de fondeo más estable.

## 4.8 Colombia



### Destacados del trimestre:

- ♦ **Expansión de 223 bps del margen bruto de Mejoramiento del Hogar** frente a 3T23, gracias a optimización en estrategia de pricing y promocionalidad
- ♦ **Reducción de 12.000 m<sup>2</sup>** en Supermercados y Mejoramiento del Hogar, **para nuevos ingresos de locatarios**, como parte del plan de optimización del uso de activos para mejorar la rentabilidad, rentabilizando m<sup>2</sup> propios sin afectar venta de las tiendas

	3T24		3T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercado	201.701	5,3%	203.424	5,6%	(0,8%)	(8,3%)
Centros Comerciales	2.733	0,1%	2.500	0,1%	9,3%	1,4%
Mejoramiento del Hogar	16.236	0,4%	17.179	0,5%	(5,5%)	(12,7%)
Servicios Financieros	(177)	0,0%	(616)	0,0%	(71,3%)	(74,9%)
Otros	(793)	0,0%	(639)	0,0%	24,2%	12,9%
<b>Ingresos</b>	<b>219.700</b>	<b>5,8%</b>	<b>221.848</b>	<b>6,1%</b>	<b>(1,0%)</b>	<b>(8,4%)</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>CLP MM</b>	<b>Mg (%)</b>	<b>Δ %</b>	<b>ML Δ %</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>(30)</b>	<b>0,0%</b>	<b>6.387</b>	<b>2,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>

### Supermercados

Durante el 3T24 los **ingresos** disminuyeron un 8,3% en COP y 0,8% en CLP. La caída en COP se da en un contexto de contracción del consumo, impactando con mayor fuerza en la venta mayorista y *online*, y en menor medida la venta física.

El **EBITDA Ajustado** registró una disminución del 47,9% en COP y del 43,7% en CLP a/a, atribuido principalmente a la caída de los ingresos y presiones inflacionarias en gasto, compensado parcialmente por una mejora en margen bruto frente al 3T23 y eficiencias operacionales introducidas para mitigar incremento del gasto. A pesar de lo anterior, y respecto al 2T24 se logró un leve repunte en el margen EBITDA.

## Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** del 3T24 cayeron 12,7% en COP y 5,5% en CLP, debido a la contracción en canal el presencial y mayorista, en tanto la venta *online* contuvo en parte la caída con un crecimiento de 26,4% a/a.

El **EBITDA Ajustado** registró un resultado negativo, como consecuencia de los menores ingresos y un incremento en el gasto frente al mismo período del año anterior. A pesar de lo anterior, y respecto al 2T24 se logró un leve repunte en el margen EBITDA.

## Centros Comerciales

Los **ingresos** crecieron 1,4% en moneda local y 9,3% en CLP frente al 3T23. Lo anterior se explica por un aumento del arriendo fijo producto del aumento del IPC frente al año anterior, sumado una mejora en las condiciones de los contratos de locatarios existentes, contrarrestado por descuentos puntuales otorgados a algunos locatarios.

El **EBITDA Ajustado** decreció un 10,9% en COP y 3,7% en CLP frente al 3T23 como consecuencia de un aumento del gasto frente al mismo período del año anterior.

## Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** refleja un resultado menos negativo frente al 3T23, en gran medida producto de mayores ingresos por comisiones y seguros y ahorros en gastos, que compensaron el menor margen y la mayor provisión de cartera.

## 5. Balance Consolidado <sup>(9)</sup> <sup>(10)</sup>

### 5.1 Balance Total y por país

	Reportado			Excl. NIC 29		
	SEPT 24	DIC 23	%	SEPT 24	DIC 23	%
	CLP MM			CLP MM		
Activos Corrientes	3.274.241	2.976.277	10,0%	3.261.858	2.948.619	10,6%
Activos No Corrientes	10.964.458	10.596.845	3,5%	9.896.919	9.956.448	(0,6%)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>14.238.699</b>	<b>13.573.123</b>	<b>4,9%</b>	<b>13.158.778</b>	<b>12.905.068</b>	<b>2,0%</b>
Pasivos Corrientes	3.783.385	3.798.928	(0,4%)	3.780.518	3.797.412	(0,4%)
Pasivos No Corrientes	5.520.357	5.496.566	0,4%	5.135.710	5.266.900	(2,5%)
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>9.303.742</b>	<b>9.295.495</b>	<b>0,1%</b>	<b>8.916.228</b>	<b>9.064.312</b>	<b>(1,6%)</b>
Patrimonio de la controladora	4.305.179	3.670.612	17,3%	3.612.771	3.233.739	11,7%
Participaciones no controladoras	629.778	607.016	3,7%	629.778	607.016	3,7%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>4.934.957</b>	<b>4.277.628</b>	<b>15,4%</b>	<b>4.242.549</b>	<b>3.840.755</b>	<b>10,5%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS</b>	<b>14.238.699</b>	<b>13.573.123</b>	<b>4,9%</b>	<b>13.158.778</b>	<b>12.905.068</b>	<b>2,0%</b>

#### Activos

Al 30 de septiembre de 2024, el total de **Activos** se incrementó CLP 253.710 millones (excluyendo ajuste por hiperinflación de Argentina, NIC 29) en comparación a diciembre de 2023, producto tanto de un aumento de los **Activos Corrientes** por CLP 313.239 millones, compensado parcialmente por una disminución de los **Activos No Corrientes** por CLP 59.529 millones.

- En los **Activos Corrientes**, los *Inventarios* aumentaron CLP 254.502 millones, un 18,4% de incremento frente a diciembre de 2023, producto de las ventas proyectadas durante los *Cyber Days*, los cuales se llevaron a cabo durante el cierre de septiembre y primeros días de octubre en Chile. Además, las *Cuentas Comerciales por Cobrar* se incrementaron en CLP 105.230 millones (+15,0% frente a diciembre) como consecuencia de un mayor saldo proveniente de pago con tarjetas de crédito (incluyendo un aumento del saldo de cuentas por cobrar asociadas a la tarjeta Cencosud).
- La disminución de los **Activos No Corrientes** se atribuye una baja de CLP 94.073 millones de *Propiedad, planta y equipo* frente a diciembre de 2023, compensado parcialmente por el aumento de *Propiedades, de inversión*, que experimentó un aumento de CLP 127.650 millones debido a un ajuste al alza de su valorización.

<sup>9</sup> El detalle del Balance Consolidado se encuentra en los anexos de este reporte.

<sup>10</sup> Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, cifras y explicaciones excluyen efecto de la norma hiperinflacionaria Argentina.

## Pasivos

A septiembre de 2024 el total de **Pasivos** registró una disminución de CLP 148.084 millones (excluyendo NIC 29) en comparación con diciembre de 2023, resultado que se atribuye a una disminución, tanto en los **Pasivos Corrientes** por CLP 16.894 millones, como en los **Pasivos No Corrientes** por CLP 131.190 millones.

- La reducción en los **Pasivos Corrientes** se explica por la disminución de *Otros pasivos no financieros* por CLP 140.493 millones frente a diciembre, parcialmente compensado por el incremento de *Otros pasivos financieros* de CLP 100.596 millones frente al mismo período, lo cual se explica en parte por el cambio de perfil de la deuda asociada la opción PUT por el 33% remanente de la propiedad de The Fresh Market desde no corriente a corriente.
- La disminución de los **Pasivos No Corrientes** se atribuye tanto a la disminución de *Pasivos por arrendamientos* por CLP 89.526 millones como a la de *Pasivos por impuestos diferidos* frente a diciembre de 2023.

## Patrimonio

Al cierre del periodo, el **Patrimonio** se incrementó en CLP 401.794 millones, debido a un aumento de las *Ganancias (pérdidas) acumuladas* por un total de CLP 337.898 millones producto de un aumento en las utilidades acumuladas generadas durante el año de un 18,5% (excluyendo NIC 29) en comparación al mismo período del año anterior.

## 5.2 Ratios de Capital de Trabajo <sup>(1)</sup>

Variación en CLP	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	3T24	3T23	Δ	3T24	3T23	Δ	3T24	3T23	Δ
Supermercados	40,8	43,3	-2,5	10,9	10,6	0,3	41,0	46,0	-5,0
Mejoramiento del Hogar	127,6	103,4	24,2	18,1	12,5	5,6	48,0	54,0	-6,0
Tiendas por Departamento	116,6	119,4	-2,8	8,7	6,6	2,1	49,0	51,0	-2,0
Centros Comerciales	-	-	-	23,7	29,0	-5,2	30,0	31,0	-1,0
Retail Financiero	-	-	-	-	-	-	33,0	34,0	-1,0

### Días de Inventario

Supermercados disminuyó sus días de inventario en 2,5 días a/a. En Mejoramiento del Hogar, se registró un incremento de 24,2 días, impulsada por la menor venta en Argentina al cierre de septiembre de 2024 y un cambio en la estrategia de surtido, contrarrestado en parte por una

<sup>1)</sup> Las cifras del estado de resultados son trasladadas a CLP a tipo de cambio promedio mensual y las cifras del balance a tipo de cambio de cierre. Por lo tanto, las fluctuaciones de los ratios incorporan efectos de fluctuaciones de tipo de cambio vs CLP. Las explicaciones de los ratios del capital de trabajo no incorporan el efecto contable de hiperinflación de Argentina.

disminución en Colombia. Tiendas por Departamento mostró una caída de 2,8 días, reflejo de un menor nivel de inventario vs el mismo periodo del año anterior.

### Días Promedio de Cobro

Al cierre del tercer trimestre, los días promedio de cobro de Supermercados se incrementaron 0,3 días, llegando a los 10,9 días promedio, principalmente explicado por un aumento en Argentina. Por su parte, Mejoramiento del Hogar aumentó sus días en 5,6 respecto a septiembre de 2023, explicado por el incremento de las cuentas por cobrar a/a en Chile. El mismo efecto incrementó los días promedio de cobro de Tiendas por Departamento en 2,1 días. Centros Comerciales disminuyó sus días de cobro en 5,2 días, reflejando la recuperación financiera de los locatarios y buen trabajo de la administración de la Compañía.

### Días Promedio de Pago

A septiembre de 2024, los días promedio de pago en el segmento de Supermercados se redujeron en 5,0 días, siendo esta reducción impulsada principalmente por los menores días de pago de Brasil, Colombia y Perú. Mejoramiento del Hogar registró una disminución de 6,0 días promedio por menores plazos de pago en Chile, Argentina y Colombia. Asimismo, Tiendas por Departamento disminuyó 2,0 días. Centros Comerciales y Servicios Financieros logró reducir sus días promedio de pago en 1,0 día durante el transcurso del mismo período.

## 5.3 Endeudamiento Financiero

### Reconciliación Deuda Financiera Neta

CLP millones	sept-24	dic-23	sept-23
<b>Total Pasivos Financieros</b>	<b>4.359.202</b>	<b>4.210.293</b>	<b>4.520.646</b>
(-) efectivo y equivalentes al efectivo	499.517	483.126	368.467
(-) otros activos financieros, corrientes y no corrientes	374.085	441.667	458.119
<b>Deuda Financiera Neta</b>	<b>3.485.600</b>	<b>3.285.501</b>	<b>3.694.060</b>
(+) Total pasivos por arrendamientos	1.202.793	1.279.410	1.246.724
<b>Deuda Financiera Neta reportada</b>	<b>4.688.393</b>	<b>4.564.911</b>	<b>4.940.785</b>

### Riesgo por Tasa de Interés

Al cierre de septiembre 2024, y tomando en cuenta las coberturas a través de Cross Currency Swaps, el 73,9% del endeudamiento financiero de la Compañía estaba bajo una tasa fija, compuesto mayormente por obligaciones de corto plazo y bonos. El porcentaje restante del endeudamiento se hallaba sujeto a una tasa de interés variable. Dentro de la porción a tasa variable, un 72,3% se encontraba indexada a tasas de interés locales (sea por sus términos iniciales, o a raíz de acuerdos derivados). La estrategia de cobertura de la Compañía incluye una revisión periódica de la exposición a los riesgos de fluctuación de tasas de interés y tipos de cambio.

## Cobertura de Monedas

En las regiones donde Cencosud opera, la mayoría de los costos e ingresos se encuentran en moneda local. Una gran parte de la deuda de la Compañía está denominada o convertida a CLP mediante Cross Currency Swaps. Al 30 de septiembre de 2024, el 63,7% de la deuda financiera total estaba en dólares estadounidenses. De esta deuda, un 78,4% estaba cubierta mediante Cross Currency Swaps u otras coberturas cambiarias, como la cobertura de inversión neta y la tenencia en USD. La política de la Compañía busca mitigar el riesgo de variaciones cambiarias sobre los pasivos netos en moneda extranjera, utilizando instrumentos de mercado diseñados para ello. Con el efecto de las coberturas cambiarias (Cross Currency Swaps), la exposición de la Compañía al dólar era 13,8% de la deuda bruta total al 30 de septiembre de 2024.

## 5.4 Ratios Financieros <sup>(12)</sup>

### Leverage Neto y Bruto

CLP millones	sept-24	jun-24	mar-24	dic-23
<b>Deuda Financiera Neta reportada</b>	<b>4.688.393</b>	<b>4.889.787</b>	<b>4.864.112</b>	<b>4.564.911</b>
Leverage Neto	3,3x	3,5x	3,5x	3,3x
Leverage Bruto	3,9x	4,0x	4,2x	3,9x
<b>Sin IAS 29</b>				
Leverage Neto	2,9x	2,9x	2,9x	2,8x
Leverage Bruto	3,4x	3,4x	3,5x	3,4x
<b>Sin IAS 29 &amp; Sin PUT OPTION de TFM</b>				
Leverage Neto	2,7x	2,8x	2,6x	2,6x
Leverage Bruto	3,2x	3,3x	3,3x	3,2x

### Ratios Endeudamiento

(en veces)	sept-24	dic-23	sept-23
Cobertura de Gastos Financieros	4,3	4,8	4,9
Deuda Financiera / Patrimonio	0,7	0,8	0,8
Total Pasivos / Patrimonio	1,9	2,2	2,1
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	0,9	0,8	0,8

<sup>12</sup> Los índices financieros se presentan exclusivamente para propósitos informativos y no constituyen *covenants* financieros vinculados a los contratos de deuda y bonos. Las relaciones detalladas anteriormente excluyen los activos y pasivos derivados de las operaciones bancarias de Cencosud. Tales índices toman en cuenta la hiperinflación de Argentina conforme a la normativa contable NIC 29, a menos que se indique lo contrario.

## 6. Flujo de Efectivo <sup>(13)</sup>

### 6.1 Acumulado a junio 2024 y 2023

YTD 2024   CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento
Supermercados	665.775	(205.454)	(663.217)
Centros Comerciales	203.830	14.090	(72.853)
Mejoramiento del Hogar	72.572	(5.234)	(64.837)
Tiendas por Departamento	(11.384)	(7.440)	26.878
Servicios Financieros	(12.589)	-	12.589
Otros	(344.771)	(15.918)	386.333
<b>Excl. IAS29</b>	<b>573.431</b>	<b>(219.956)</b>	<b>(375.109)</b>
<b>Ajuste IAS29</b>			
Ajuste Inflación	27.416	31.789	(38.000)
Ajuste Conversión	(4.055)	(16.459)	12.825
<b>Reportado</b>	<b>596.793</b>	<b>(204.627)</b>	<b>(400.283)</b>

YTD 2023   CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento
Supermercados	804.135	(130.725)	(754.793)
Centros Comerciales	170.644	(48.306)	(53.555)
Mejoramiento del Hogar	166.605	(47.379)	(114.482)
Tiendas por Departamento	(40.244)	(10.948)	51.342
Servicios Financieros	7.680	(30)	(7.650)
Otros	(360.092)	34.462	376.152
<b>Excl. IAS29</b>	<b>748.728</b>	<b>(202.927)</b>	<b>(502.985)</b>
<b>Ajuste IAS29</b>			
Ajuste Inflación	71.778	(1.720)	(23.521)
Ajuste Conversión	(102.409)	20.958	28.007
<b>Reportado</b>	<b>718.097</b>	<b>(183.689)</b>	<b>(498.499)</b>

#### Actividades de Operación

A septiembre de 2024 el flujo procedente de **actividades de operación** registró una disminución de 23,4% alcanzando un total de CLP 573.431 millones (excluyendo NIC 29) en comparación a los CLP 748.728 millones al cierre de septiembre 2023. Esta disminución se explica principalmente por un menor flujo proveniente de los negocios de Supermercados y Mejoramiento del Hogar (disminución de CLP 232.393 millones entre ambos negocios) frente a septiembre de 2023, compensado en parte por un mayor flujo (CLP 62.046 millones) proveniente de Centros Comerciales y un flujo menos negativo de Tiendas por Departamento.

<sup>13</sup> Las explicaciones del flujo de efectivo no consideran el efecto contable de hiperinflación en Argentina.

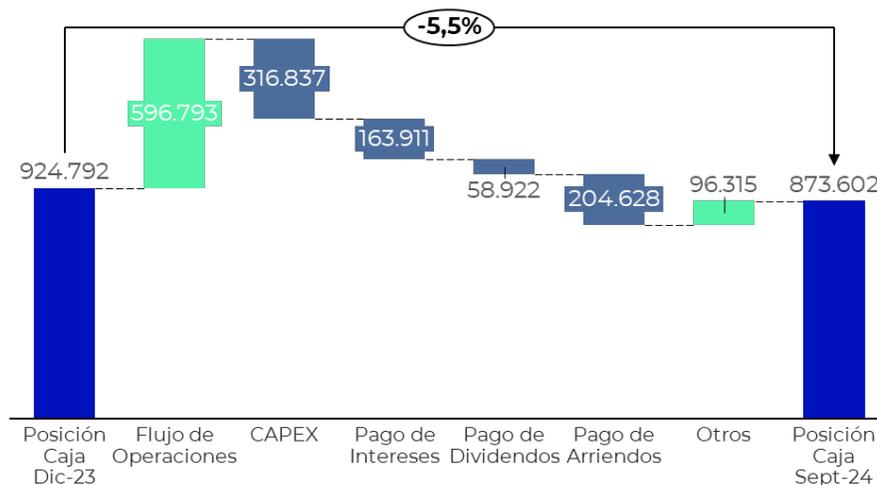
## Actividades de Inversión

El flujo de caja procedente de las **actividades de inversión** registró un incremento de 8,4% frente a septiembre de 2023, llegando a un total de CLP 219.956 millones (excluyendo NIC 29) en el flujo acumulado a 2024. Este aumento en el flujo se explica por un mayor nivel de inversión (*Capex*) frente al mismo período de 2023, principalmente producto de la inversión requerida para la apertura de nuevas tiendas en Estados Unidos. Esta mayor inversión fue parcialmente compensada por un aumento en los Intereses recibidos frente a 2023. **El Capex del período fue de CLP 316.837 millones** versus 254.282 millones del período anterior.

## Actividades de Financiamiento

El flujo neto destinado a las actividades de financiamiento fue de CLP -375.109 millones a septiembre de 2024 (excluyendo NIC 29) mientras que a septiembre de 2023 se registró un flujo neto de CLP -502.985 millones. Este resultado refleja tanto un aumento en los *Importes procedentes de préstamos de largo plazo*, como también un menor pago de dividendos comparado con 2023. Cabe recordar que, durante el segundo trimestre de este año, la Compañía emitió un bono internacional por USD 650 millones con el objetivo de prepagar obligaciones a corto plazo.

## Evolución de posición de caja <sup>(14)</sup> YTD 2024 (CLP MM)



La posición de caja ha disminuido 5,5% frente a diciembre de 2023, dado los mayores niveles de inversión en *Propiedad, Planta y Equipo* producto de los planes de crecimiento tanto en la división de centros comerciales, como también por la apertura de nuevas tiendas. Los flujos negativos asociados a pago de intereses, dividendos y arriendos fueron compensados por los flujos provenientes de intereses y dividendos percibidos.

<sup>14</sup> Posición de caja considera activos que se restan para el cálculo del *Leverage* Neto (Efectivo + Activos financieros de corto y largo plazo).

## 7. Gestión de Riesgos

Cencosud y sus subsidiarias operan en un entorno de negocio que conlleva una serie de riesgos intrínsecos. En este sentido, la Compañía mantiene una 'Política Corporativa de Gestión de Riesgos', así como una serie de procedimientos relacionados, como manuales de Auditoría Interna y marcos metodológicos para la gestión y administración de riesgos de todo tipo, incluidos aquellos relacionados con aspectos económicos, ambientales y sociales. La estructura de gestión de riesgos de la empresa está delineada por el Directorio de Cencosud, y su implementación se lleva a cabo en los distintos niveles de la organización.

En este contexto, Cencosud cuenta con una 'Gerencia Corporativa de Auditoría Interna, Control Interno y Riesgos', la cual reporta directamente al Directorio y acompaña a la Gerencia General Corporativa en su responsabilidad de promover la implementación y funcionamiento del modelo de Gestión de Riesgos, por lo que actúa como un elemento clave del ambiente de control en la estructura de *Governance* y planificación de la Compañía, lo cual ha permitido robustecerlas, estando a la altura de las mejores prácticas globales y locales, como las sugeridas por Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y la Norma de Carácter General N.º 461 de la Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF).

Para obtener más información detallada sobre la Gestión de Riesgos, se puede consultar la Memoria Anual Integrada del año 2023 en el siguiente link:

[https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20240409/20240409224848/memoria\\_cencosud\\_consolidada\\_2023.pdf](https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20240409/20240409224848/memoria_cencosud_consolidada_2023.pdf)



# Anexo resultados

Tercer trimestre 2024



## Índice Navegable

<b>Información Financiera</b> .....	28
<b>Detalle Estado de Resultados Consolidado</b> .....	28
<b>Detalle Cálculo EBITDA Ajustado</b> .....	30
<b>Detalle Balance Consolidado</b> .....	32
<b>Balance por País</b> .....	33
<b>Detalle Flujo de Efectivo Consolidado</b> .....	34
<b>Aperturas y cierres 2024 por país</b> .....	35
<b>Desempeño por Negocio</b> .....	36
<b>Supermercado y Otros</b> .....	36
Mejoramiento del Hogar .....	38
Tiendas por Departamento .....	39
Centros Comerciales.....	40
Servicios Financieros.....	43
<b>Indicadores Macroeconómicos</b> .....	45
Tipo de Cambio.....	45
Inflación Total y de Alimentos.....	45
<b>Glosario</b> .....	46

## 1.

## Información Financiera

## Detalle Estado de Resultados Consolidado Tercer Trimestre 2024

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Sept-24)		NIC 29 (Sept-23)		Excl. NIC 29		
	3T24	3T23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	3T24	3T23	Δ %
Ingresos	3.770.679	3.823.845	(1,4%)	190.792	(227.961)	446.635	(279.710)	3.807.849	3.656.920	4,1%
Costo de Ventas	(2.662.799)	(2.680.972)	(0,7%)	(127.508)	152.337	(333.577)	184.126	(2.687.628)	(2.531.522)	6,2%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>1.107.880</b>	<b>1.142.873</b>	<b>(3,1%)</b>	<b>63.283</b>	<b>(75.623)</b>	<b>113.059</b>	<b>(95.584)</b>	<b>1.120.220</b>	<b>1.125.398</b>	<b>(0,5%)</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>29,4%</b>	<b>29,9%</b>	<b>-51 bps</b>	<b>33,2%</b>	<b>33,2%</b>	<b>25,3%</b>	<b>34,2%</b>	<b>29,4%</b>	<b>30,8%</b>	<b>-136 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	(920.830)	(904.973)	1,8%	(61.360)	62.827	(126.893)	74.833	(922.297)	(852.913)	8,1%
Otros Ingresos, por función	17.736	25.374	(30,1%)	111	(1.270)	144	6.435	18.895	18.795	0,5%
Otras ganancias (pérdidas)	15.399	(15.515)	N.A.	1.817	(694)	2.412	(70)	14.276	(17.857)	N.A.
<b>Resultado Operacional</b>	<b>220.185</b>	<b>247.759</b>	<b>(11,1%)</b>	<b>3.851</b>	<b>(14.760)</b>	<b>(11.278)</b>	<b>(14.386)</b>	<b>231.095</b>	<b>273.424</b>	<b>(15,5%)</b>
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	6.662	(3.696)	N.A.	-	-	-	-	6.662	(3.696)	N.A.
Costo Financiero Neto	(68.470)	(63.221)	8,3%	16.926	3.529	22.515	200	(88.924)	(85.936)	3,5%
Variaciones tipo de cambio	31.670	(36.019)	N.A.	(1.157)	723	(755)	123	32.105	(35.387)	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	(58.416)	(21.791)	168,1%	(49.252)	3.687	(12.399)	(5.044)	(12.851)	(4.349)	195,5%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(88.554)</b>	<b>(124.728)</b>	<b>(29,0%)</b>	<b>(33.483)</b>	<b>7.939</b>	<b>9.361</b>	<b>(4.721)</b>	<b>(63.009)</b>	<b>(129.367)</b>	<b>(51,3%)</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>131.632</b>	<b>123.032</b>	<b>7,0%</b>	<b>(29.632)</b>	<b>(6.822)</b>	<b>(1.917)</b>	<b>(19.108)</b>	<b>168.086</b>	<b>144.056</b>	<b>16,7%</b>
Impuesto a la renta	(43.248)	(77.757)	(44,4%)	(37.739)	7.723	(90.494)	7.085	(13.232)	5.652	N.A.
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>88.384</b>	<b>45.275</b>	<b>95,2%</b>	<b>(67.371)</b>	<b>901</b>	<b>(92.411)</b>	<b>(12.022)</b>	<b>154.854</b>	<b>149.708</b>	<b>3,4%</b>
Ganancia (pérdida) de la controladora	74.576	27.986	166,5%	(67.374)	901	(92.420)	(12.022)	141.048	132.428	6,5%
Ganancia (pérdida) de minoritarias	13.809	17.289	(20,1%)	3	-	9	-	13.805	17.280	(20,1%)
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>339.334</b>	<b>336.490</b>	<b>0,8%</b>	<b>14.809</b>	<b>(17.027)</b>	<b>2.344</b>	<b>(25.166)</b>	<b>341.553</b>	<b>359.313</b>	<b>(4,9%)</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado (%)</b>	<b>9,0%</b>	<b>8,8%</b>	<b>20 bps</b>	<b>7,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>0,5%</b>	<b>9,0%</b>	<b>9,0%</b>	<b>9,8%</b>	<b>-86 bps</b>

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Sept-24)		NIC 29 (Sept-23)		Excl. NIC 29		
	3T24	3T23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	3T24	3T23	Δ %
Revaluación de Activos	9.069	18.274	(50,4%)	-	(1.179)	-	6.543	10.247	11.731	(12,6%)
Impuesto diferido Revaluación de Activos	(2.460)	(6.884)	(64,3%)	-	413	-	(2.290)	(2.872)	(4.594)	(37,5%)
<b>Efecto neto Revaluación Activos</b>	<b>6.609</b>	<b>11.389</b>	<b>(42,0%)</b>	<b>-</b>	<b>(766)</b>	<b>-</b>	<b>4.253</b>	<b>7.375</b>	<b>7.136</b>	<b>3,3%</b>

## 9M2024

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (sept-24)		NIC 29 (sept-23)		Excl. NIC 29		
	9M24	9M23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	9M24	9M23	Δ %
Ingresos	11.671.556	10.931.613	6,8%	408.730	(298.784)	666.904	(540.937)	11.561.610	10.805.645	7,0%
Costo de Ventas	(8.216.538)	(7.713.554)	6,5%	(349.778)	200.903	(539.868)	354.389	(8.067.663)	(7.528.075)	7,2%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>3.455.018</b>	<b>3.218.058</b>	<b>7,4%</b>	<b>58.952</b>	<b>(97.881)</b>	<b>127.036</b>	<b>(186.548)</b>	<b>3.493.947</b>	<b>3.277.571</b>	<b>6,6%</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>29,6%</b>	<b>29,4%</b>	<b>16 bps</b>	<b>14,4%</b>	<b>32,8%</b>	<b>19,0%</b>	<b>34,5%</b>	<b>30,2%</b>	<b>30,3%</b>	<b>-11 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	(2.785.152)	(2.524.891)	10,3%	(138.478)	82.391	(198.488)	141.682	(2.729.066)	(2.468.085)	10,6%
Otros ingresos, por función	88.488	31.018	185,3%	195	(783)	240	10.110	89.077	20.667	331,0%
Otras ganancias (pérdidas)	15.182	(4.887)	N.A.	16.949	(1.096)	7.032	(387)	(671)	(11.532)	(94,2%)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>773.536</b>	<b>719.297</b>	<b>7,5%</b>	<b>(62.381)</b>	<b>(17.369)</b>	<b>(64.179)</b>	<b>(35.143)</b>	<b>853.287</b>	<b>818.620</b>	<b>4,2%</b>
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	2.478	(11.537)	N.A.	-	-	-	-	2.478	(11.537)	N.A.
Costo Financiero Neto	(272.863)	(217.125)	25,7%	(8.267)	6.349	35.080	1.147	(270.945)	(253.352)	6,9%
Variaciones tipo de cambio	(7.254)	(60.397)	(88,0%)	(3.298)	1.545	(1.265)	284	(5.501)	(59.417)	(90,7%)
Resultado por Unidades de Reajuste	(94.679)	(45.398)	108,6%	(53.362)	940	2.781	(6.541)	(42.256)	(41.638)	1,5%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>(372.317)</b>	<b>(334.457)</b>	<b>11,3%</b>	<b>(64.927)</b>	<b>8.833</b>	<b>36.597</b>	<b>(5.110)</b>	<b>(316.223)</b>	<b>(365.944)</b>	<b>(13,6%)</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>401.219</b>	<b>384.841</b>	<b>4,3%</b>	<b>(127.309)</b>	<b>(8.536)</b>	<b>(27.582)</b>	<b>(40.253)</b>	<b>537.064</b>	<b>452.676</b>	<b>18,6%</b>
Impuesto a la renta	(203.659)	(200.987)	1,3%	(211.131)	12.545	(213.132)	16.055	(5.072)	(3.910)	N.A.
<b>Utilidad (pérdida)</b>	<b>197.560</b>	<b>183.853</b>	<b>7,5%</b>	<b>(338.440)</b>	<b>4.009</b>	<b>(240.715)</b>	<b>(24.198)</b>	<b>531.992</b>	<b>448.766</b>	<b>18,5%</b>
Utilidad (pérdida) de la controladora	142.750	137.002	4,2%	(338.460)	4.009	(240.737)	(24.198)	477.201	401.938	18,7%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	54.810	46.851	17,0%	20	-	22	-	54.790	46.828	17,0%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.066.955</b>	<b>1.024.803</b>	<b>4,1%</b>	<b>(32.234)</b>	<b>(21.218)</b>	<b>(31.863)</b>	<b>(53.754)</b>	<b>1.120.407</b>	<b>1.110.420</b>	<b>0,9%</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado (%)</b>	<b>9,1%</b>	<b>9,4%</b>	<b>-23 bps</b>	<b>(7,9%)</b>	<b>7,1%</b>	<b>(4,8%)</b>	<b>9,9%</b>	<b>9,7%</b>	<b>10,3%</b>	<b>-59 bps</b>

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (sept-24)		NIC 29 (sept-23)		Excl. NIC 29		
	9M24	9M23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	9M24	9M23	Δ %
Revaluación de Activos	64.519	9.690	565,8%	-	(662)	-	10.339	65.181	(649)	N.A.
Impuesto diferido	(18.324)	(1.532)	1095,8%	-	232	-	(3.619)	(18.556)	2.086	N.A.
Revaluación de Activos										
<b>Efecto neto Revaluación Activos</b>	<b>46.195</b>	<b>8.158</b>	<b>466,3%</b>	<b>-</b>	<b>(430)</b>	<b>-</b>	<b>6.720</b>	<b>46.625</b>	<b>1.438</b>	<b>3143,4%</b>

## Detalle Cálculo EBITDA Ajustado

CLP Millones	3T24	3T23	Var. %	9M24	9M23	Var. %
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>154.854</b>	<b>149.708</b>	<b>3,4%</b>	<b>531.992</b>	<b>448.766</b>	<b>18,5%</b>
Costo Financiero Neto	88.924	85.936	3,5%	270.945	253.352	6,9%
Resultado Unidades de Indexación	12.851	4.349	195,5%	42.256	41.638	1,5%
Variaciones Tipo de Cambio	(32.105)	35.387	N.A.	5.501	59.417	(90,7%)
Impuesto a la Renta	13.232	(5.652)	N.A.	5.072	3.910	29,7%
Depreciación y Amortización	114.043	101.315	12,6%	329.822	302.689	9,0%
Revaluación de Activos	(10.247)	(11.731)	(12,6%)	(65.181)	649	N.A.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>341.553</b>	<b>359.313</b>	<b>(4,9%)</b>	<b>1.120.407</b>	<b>1.110.420</b>	<b>0,9%</b>

## Por Unidad de Negocio

3T24	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Ganancia (pérdida)	184.859	77.111	20.731	(4.467)	17.667	(141.047)	<b>154.854</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	88.924	<b>88.924</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	13.232	<b>13.232</b>
<b>EBIT</b>	<b>184.859</b>	<b>77.111</b>	<b>20.731</b>	<b>(4.467)</b>	<b>17.667</b>	<b>(38.891)</b>	<b>257.010</b>
Depreciación y Amortización	83.622	5.033	6.424	10.147	390	8.427	<b>114.043</b>
<b>EBITDA</b>	<b>268.480</b>	<b>82.144</b>	<b>27.155</b>	<b>5.680</b>	<b>18.057</b>	<b>(30.463)</b>	<b>371.054</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	(32.105)	<b>(32.105)</b>
Revaluación de Activos	-	(10.400)	-	-	-	152	<b>(10.247)</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	12.851	<b>12.851</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>268.480</b>	<b>71.745</b>	<b>27.155</b>	<b>5.680</b>	<b>18.057</b>	<b>(49.564)</b>	<b>341.553</b>

3T23	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Ganancia (pérdida)	210.800	72.093	59.010	(6.288)	18.025	(203.932)	<b>149.708</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	85.936	<b>85.936</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	(5.652)	<b>(5.652)</b>
<b>EBIT</b>	<b>210.800</b>	<b>72.093</b>	<b>59.010</b>	<b>(6.288)</b>	<b>18.025</b>	<b>(123.647)</b>	<b>229.992</b>
Depreciación y Amortización	74.141	2.384	5.557	8.512	47	10.675	<b>101.315</b>
<b>EBITDA</b>	<b>284.941</b>	<b>74.477</b>	<b>64.567</b>	<b>2.224</b>	<b>18.071</b>	<b>(112.972)</b>	<b>331.308</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	35.387	<b>35.387</b>
Revaluación de Activos	-	(11.940)	-	-	-	209	<b>(11.731)</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	4.349	<b>4.349</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>284.941</b>	<b>62.537</b>	<b>64.567</b>	<b>2.224</b>	<b>18.071</b>	<b>(73.028)</b>	<b>359.313</b>

9M24	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado Neto	656.299	256.865	97.484	7.387	48.131	(534.174)	<b>531.992</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	270.945	<b>270.945</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	5.072	<b>5.072</b>
<b>EBIT</b>	<b>656.299</b>	<b>256.865</b>	<b>97.484</b>	<b>7.387</b>	<b>48.131</b>	<b>(258.157)</b>	<b>808.008</b>
Depreciación y Amortización	245.797	12.699	18.870	29.640	665	22.152	<b>329.822</b>
<b>EBITDA</b>	<b>902.096</b>	<b>269.563</b>	<b>116.354</b>	<b>37.028</b>	<b>48.795</b>	<b>(236.005)</b>	<b>1.137.831</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	5.501	<b>5.501</b>
Revaluación de Activos	-	(65.661)	-	-	-	479	<b>(65.181)</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	42.256	<b>42.256</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>902.096</b>	<b>203.903</b>	<b>116.354</b>	<b>37.028</b>	<b>48.795</b>	<b>(187.769)</b>	<b>1.120.407</b>

9M23	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado Neto	640.664	177.054	161.277	(23.437)	41.465	(548.258)	<b>448.766</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	253.352	<b>253.352</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	3.910	<b>3.910</b>
<b>EBIT</b>	<b>640.664</b>	<b>177.054</b>	<b>161.277</b>	<b>(23.437)</b>	<b>41.465</b>	<b>(290.996)</b>	<b>706.028</b>
Depreciación y Amortización	221.616	9.765	16.799	29.982	94	24.432	<b>302.689</b>
<b>EBITDA</b>	<b>862.280</b>	<b>186.819</b>	<b>178.077</b>	<b>6.545</b>	<b>41.559</b>	<b>(266.564)</b>	<b>1.008.717</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	59.417	<b>59.417</b>
Revaluación de Activos	-	72	-	-	-	577	<b>649</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	41.638	<b>41.638</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>862.280</b>	<b>186.891</b>	<b>178.077</b>	<b>6.545</b>	<b>41.559</b>	<b>(164.932)</b>	<b>1.110.420</b>

## Detalle Balance Consolidado

Activos	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	SEPT 24	DIC 23	SEPT 24	DIC 23	SEPT 24	DIC 23
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Efectivo y equivalentes al efectivo	499.517	483.126	-	-	499.517	483.126
Otros activos financieros corrientes	180.944	211.081	-	-	180.944	211.081
Otros activos no financieros corrientes	45.946	32.699	659	363	45.286	32.336
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes	806.913	701.683	-	-	806.913	701.683
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas,	19.974	12.630	-	-	19.974	12.630
Inventarios corrientes	1.650.152	1.411.221	11.723	27.295	1.638.429	1.383.926
Activos por impuestos corrientes, corrientes	70.795	123.837	-	-	70.795	123.837
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>3.274.241</b>	<b>2.976.277</b>	<b>12.382</b>	<b>27.658</b>	<b>3.261.858</b>	<b>2.948.619</b>
Otros activos financieros no corrientes	193.141	230.585	-	-	193.141	230.585
Otros activos no financieros no corrientes	28.344	26.479	1.318	861	27.026	25.618
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar no corrientes	163	157	-	-	163	157
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	333.247	334.657	-	-	333.247	334.657
Activos intangibles distintos de la plusvalía	804.314	774.004	11.133	6.412	793.182	767.592
Plusvalía	1.829.491	1.873.590	15.013	8.313	1.814.478	1.865.277
Propiedades, planta y equipo	3.912.221	3.743.123	657.391	394.220	3.254.830	3.348.903
Propiedad de inversión	3.468.671	3.188.928	382.684	230.591	3.085.987	2.958.337
Activos por impuestos corrientes, no	65.750	68.773	-	-	65.750	68.773
Activos por impuestos diferidos	329.117	356.550	-	-	329.117	356.550
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>10.964.458</b>	<b>10.596.845</b>	<b>1.067.539</b>	<b>640.397</b>	<b>9.896.919</b>	<b>9.956.448</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>14.238.699</b>	<b>13.573.123</b>	<b>1.079.921</b>	<b>668.055</b>	<b>13.158.778</b>	<b>12.905.068</b>

Pasivos y Patrimonio	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	SEPT 24	DIC 23	SEPT 24	DIC 23	SEPT 24	DIC 23
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Otros pasivos financieros corrientes	606.057	505.461	-	-	606.057	505.461
Pasivos por arrendamientos, corrientes	193.743	180.835	-	-	193.743	180.835
Cuentas por pagar comerciales y otras	2.657.441	2.653.580	2.867	1.516	2.654.574	2.652.064
Cuentas por pagar a entidades relacionadas,	17.292	16.517	-	-	17.292	16.517
Otras provisiones corrientes	17.055	16.827	-	-	17.055	16.827
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	24.050	48.325	-	-	24.050	48.325
Provisiones corrientes por beneficios a los	167.734	136.878	-	-	167.734	136.878
Otros pasivos no financieros corrientes	100.013	240.506	-	-	100.013	240.506
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>3.783.385</b>	<b>3.798.928</b>	<b>2.867</b>	<b>1.516</b>	<b>3.780.518</b>	<b>3.797.412</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	3.753.145	3.704.832	-	-	3.753.145	3.704.832
Pasivos por arrendamientos no corrientes	1.009.050	1.098.576	-	-	1.009.050	1.098.576
Cuentas comerciales por pagar y otras	4.850	3.402	-	-	4.850	3.402
Otras provisiones no corrientes	50.633	48.070	17.060	7.415	33.573	40.655
Pasivo por impuestos diferidos	622.560	558.351	367.587	222.251	254.973	336.100
Provisiones no corrientes por beneficios a los	4.394	3.263	-	-	4.394	3.263
Pasivos por impuestos corrientes, no	2.478	4.046	-	-	2.478	4.046
Otros pasivos no financieros no corrientes	73.248	76.027	-	-	73.248	76.027
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>5.520.357</b>	<b>5.496.566</b>	<b>384.647</b>	<b>229.666</b>	<b>5.135.710</b>	<b>5.266.900</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>9.303.742</b>	<b>9.295.495</b>	<b>387.514</b>	<b>231.183</b>	<b>8.916.228</b>	<b>9.064.312</b>

Capital emitido	2.343.320	2.380.289	-	-	2.343.320	2.380.289
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.314.698	2.078.932	(262.721)	(160.589)	2.577.420	2.239.521
Prima de emisión	458.902	459.360	-	-	458.902	459.360
Acciones propias en cartera	(101)	(37.607)	-	-	(101)	(37.607)
Otras reservas	(811.640)	(1.210.362)	955.129	597.461	(1.766.769)	(1.807.824)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de</b>	<b>4.305.179</b>	<b>3.670.612</b>	<b>692.407</b>	<b>436.872</b>	<b>3.612.771</b>	<b>3.233.739</b>
Participaciones no controladoras	629.778	607.016	-	-	629.778	607.016
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>4.934.957</b>	<b>4.277.628</b>	<b>692.407</b>	<b>436.872</b>	<b>4.242.549</b>	<b>3.840.755</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>14.238.699</b>	<b>13.573.123</b>	<b>1.079.921</b>	<b>668.055</b>	<b>13.158.778</b>	<b>12.905.068</b>

## Balance por País

	Total Activos			Total Pasivos			Total Patrimonio		
	SEP 24	DIC 23	%	SEP 24	DIC 23	%	SEP 24	DIC 23	%
Chile	6.408.338	6.254.907	2,5%	6.150.990	6.045.596	1,7%	1.147.993	1.070.493	7,2%
Argentina	2.031.260	1.258.289	61,4%	822.295	529.864	55,2%	1.286.214	811.164	58,6%
EEUU	1.672.189	1.642.908	1,8%	995.114	986.441	0,9%	57.066	49.435	15,4%
Brasil	1.156.042	1.395.716	(17,2%)	612.725	1.033.969	(40,7%)	535.363	353.279	51,5%
Perú	1.518.864	1.477.806	2,8%	422.587	424.121	(0,4%)	895.965	877.362	2,1%
Colombia	1.364.122	1.472.538	(7,4%)	292.420	267.824	9,2%	949.190	1.085.157	(12,5%)
Uruguay	87.884	70.959	23,9%	7.610	7.679	(0,9%)	63.166	30.738	N.A.
<b>Total</b>	<b>14.238.699</b>	<b>13.573.123</b>	<b>4,9%</b>	<b>9.303.742</b>	<b>9.295.495</b>	<b>0,1%</b>	<b>4.934.957</b>	<b>4.277.628</b>	<b>15,4%</b>
NIC 29	1.079.921	668.055	61,7%	387.514	231.183	67,6%	692.407	436.872	58,5%
<b>Excl. NIC 29</b>	<b>13.158.778</b>	<b>12.905.068</b>	<b>2,0%</b>	<b>8.916.228</b>	<b>9.064.312</b>	<b>-1,6%</b>	<b>4.242.549</b>	<b>3.840.755</b>	<b>10,5%</b>

## Detalle Flujo de Efectivo Consolidado

Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	Sept 24	Sept 23	Var %
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	14.505.047	12.447.264	16,5%
Otros cobros por actividades de operación	29.644	25.336	17,0%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(11.461.584)	(9.704.382)	18,1%
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.669.274)	(1.320.416)	26,4%
Otros pagos por actividades de operación	(646.850)	(569.626)	13,6%
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	(157.353)	(163.044)	(3,5%)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(2.837)	2.966	N.A.
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>	<b>596.793</b>	<b>718.097</b>	<b>(16,9%)</b>

Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	Sept 24	Sept 23	Var %
Importes procedentes de ventas de propiedad, planta y equipo	2.023	2.590	(21,9%)
Compras de propiedades, planta y equipo	(257.893)	(207.451)	24,3%
Compras de activos intangibles	(58.945)	(46.831)	25,9%
Dividendos recibidos	17.388	9.833	76,8%
Intereses recibidos	90.136	41.301	118,2%
Otras entradas (salidas) de efectivo	2.664	16.869	(84,2%)
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>	<b>(204.627)</b>	<b>(183.689)</b>	<b>11,4%</b>

Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	Sept 24	Sept 23	Var %
Pagos por rescatar o adquirir acciones de la entidad	(2.084)	-	N.A.
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	881.951	1.074	82013,0%
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	193.086	810.521	(76,2%)
Reembolsos de préstamos	(1.010.259)	(642.852)	57,2%
Pagos de pasivos por arrendamientos	(204.628)	(173.818)	17,7%
Dividendos pagados	(58.922)	(288.946)	(79,6%)
Intereses pagados	(163.911)	(146.831)	11,6%
Otras entradas (salidas) de efectivo	(35.516)	(57.647)	(38,4%)
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>	<b>(400.283)</b>	<b>(498.499)</b>	<b>(19,7%)</b>
<b>Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>(8.118)</b>	<b>35.909</b>	<b>N.A.</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	24.509	(41.142)	N.A.
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>16.391</b>	<b>(5.234)</b>	<b>N.A.</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	483.126	373.700	29,3%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	499.517	368.467	35,6%

## Aperturas y cierres 2024 por país

9M24	Aperturas		Transformaciones		Remodelac.	Cierres	
	#	M <sup>2</sup>	#	M <sup>2</sup>	#	#	M <sup>2</sup>
Chile	6	7.872	-	-	23	4	5.369
Argentina	7	8.394	-	-	2	3	422
EEUU	2	4.503	-	-	-	2	3.417
Brasil	3	8.461	-	-	-	3	7.118
Perú	-	-	-	-	6	4	7.020
Colombia	-	-	-	-	2	2	5.159
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>29.230</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>28.505</b>

## 2. Desempeño por Negocio

### Supermercado y Otros Estado de Resultados

Supermercado	3T24	3T23	Var. vs 2023		9M24	9M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	1.255.967	1.209.679	3,8%	3,8%	3.651.242	3.536.019	3,3%	3,3%
Argentina	470.514	444.432	5,9%	194,4%	1.367.188	1.303.919	4,9%	234,3%
EEUU	453.543	396.216	14,5%	4,3%	1.417.131	1.194.437	18,6%	3,7%
Brasil	401.348	426.769	-6,0%	-2,2%	1.345.265	1.201.442	12,0%	2,3%
Perú	291.973	273.067	6,9%	-0,1%	887.409	795.333	11,6%	-1,8%
Colombia	201.701	203.424	-0,8%	-8,3%	647.153	550.814	17,5%	-6,3%
<b>Ingresos</b>	<b>3.075.045</b>	<b>2.953.587</b>	<b>4,1%</b>	<b>N.A.</b>	<b>9.315.389</b>	<b>8.581.964</b>	<b>8,5%</b>	<b>N.A.</b>
Chile	341.359	325.208	5,0%	5,0%	1.010.634	957.508	5,5%	5,5%
Argentina	131.008	142.114	-7,8%	156,7%	423.277	413.788	2,3%	223,4%
EEUU	172.879	149.009	16,0%	5,8%	546.803	442.462	23,6%	8,0%
Brasil	78.638	88.792	-11,4%	-7,8%	267.058	250.721	6,5%	-2,8%
Perú	71.517	65.679	8,9%	1,8%	216.331	190.450	13,6%	0,1%
Colombia	41.733	41.104	1,5%	-6,0%	132.726	116.458	14,0%	-9,4%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>837.135</b>	<b>811.906</b>	<b>3,1%</b>	<b>N.A.</b>	<b>2.596.830</b>	<b>2.371.386</b>	<b>9,5%</b>	<b>N.A.</b>
<b>GAV</b>	<b>-656.328</b>	<b>-604.072</b>	<b>8,7%</b>	<b>N.A.</b>	<b>-1.949.248</b>	<b>-1.738.372</b>	<b>12,1%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>184.856</b>	<b>210.865</b>	<b>-12,3%</b>	<b>N.A.</b>	<b>657.517</b>	<b>641.270</b>	<b>2,5%</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>268.480</b>	<b>284.941</b>	<b>-5,8%</b>	<b>N.A.</b>	<b>902.096</b>	<b>862.280</b>	<b>4,6%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>8,7%</b>	<b>9,6%</b>		<b>-92 bps</b>	<b>9,7%</b>	<b>10,0%</b>		<b>-36 bps</b>

### Datos Operacionales Supermercados y Otros<sup>15</sup>

Super / Hiper	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	252	250	66,4%	66,4%	621.124	619.620
Argentina	277	272	55,6%	54,8%	422.439	421.038
EEUU	161	161	100,0%	100,0%	201.530	200.912
Brasil	157	156	93,0%	92,9%	361.468	364.116
Perú	69	72	59,4%	59,7%	208.903	215.122
Colombia	78	79	17,9%	17,7%	345.448	358.592
<b>Total</b>	<b>994</b>	<b>990</b>	<b>68,7%</b>	<b>68,5%</b>	<b>2.160.912</b>	<b>2.179.401</b>

Cash&Carry	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Brasil	58	57	91,4%	91,2%	190.493	184.563
Perú	18	18	27,8%	27,8%	43.629	43.629
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>75</b>	<b>76,3%</b>	<b>76,0%</b>	<b>234.122</b>	<b>228.192</b>

<sup>15</sup> Durante el 2T24 se ha revisado los m<sup>2</sup> de espacios comunes y sala de venta de las tiendas, resultando en un ajuste de la superficie de venta en Chile y Estados Unidos. Este ajuste excluye, por ejemplo, la superficie asociada a *Darkstores*.

Conveniencia	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	36	31	97,2%	96,8%	6.349	5.585
Argentina	-	3	0%	0%	-	422
Brasil	10	9	100%	100%	1.253	1.092
Perú	-	1	0%	100%	-	129
Colombia	13	13	100%	100%	1.776	1.776
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>57</b>	<b>98,3%</b>	<b>93,0%</b>	<b>9.379</b>	<b>9.004</b>

Otros	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Brasil	149	151	94,6%	94,7%	17.863	19.741
Colombia	37	37	8,1%	8,1%	18.490	18.490
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>188</b>	<b>77,4%</b>	<b>77,7%</b>	<b>36.353</b>	<b>38.231</b>

## Same Store Sales Supermercados y Otros

Total Supermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	3,2%	2,4%	2,0%	7,2%	1,2%	-4,5%
Argentina	193,9%	139,3%	-13,5%	11,2%	239,8%	115,2%
EEUU	0,9%	1,1%	1,2%	0,8%	-0,3%	0,3%
Brasil	-4,3%	1,0%	-5,7%	-1,6%	1,4%	2,6%
Perú	0,6%	1,1%	5,1%	14,0%	-4,3%	-11,3%
Colombia	-10,1%	-2,0%	-7,7%	-7,1%	-2,6%	5,6%

Supermercado/ Hipermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	3,1%	2,4%	1,9%	7,2%	1,2%	-4,5%
Argentina	193,9%	139,3%	-13,5%	11,2%	239,8%	115,2%
EEUU	0,9%	1,1%	1,2%	0,8%	-0,3%	0,3%
Brasil	-4,3%	-1,4%	-5,3%	-2,6%	1,0%	1,2%
Perú	1,1%	0,9%	5,5%	14,1%	-4,2%	-11,5%
Colombia	-10,1%	-1,9%	-7,8%	-7,1%	-2,6%	5,6%

Cash&Carry	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Brasil	-4,4%	4,9%	-7,1%	0,5%	2,9%	4,4%
Perú	-1,4%	2,5%	2,0%	12,3%	-3,4%	-8,7%

Conveniencia	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	86,6%	3,3%	22,9%	28,5%	51,8%	-19,6%
Brasil	4,4%	85,7%	4,0%	73,3%	0,4%	7,1%
Colombia	-9,5%	-12,2%	-6,6%	-7,6%	-3,1%	-5,0%

Otros	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Brasil	-6,1%	1,0%	-7,1%	12,4%	1,1%	-10,1%
Colombia	4,7%	26,1%	-0,1%	20,6%	4,8%	4,6%

## Evolutivo crecimiento venta *online* Supermercados (Variación en Moneda Local)

Supermercados	9M24	3T24	2T24	1T24	9M23	3T23	2T23	1T23
Chile	4,0%	4,4%	2,7%	5,0%	7,7%	4,5%	8,7%	10,5%
Argentina	193,9%	171,5%	219,4%	198,8%	130,9%	136,9%	114,7%	141,4%
EE.UU.	33,4%	34,7%	31,6%	34,1%	232,9%	10,8%	N.A.	N.A.
Brasil	32,6%	-0,6%	39,4%	71,5%	5,3%	22,3%	-1,4%	-5,7%
Perú	7,0%	12,9%	3,9%	3,7%	1,1%	4,2%	0,2%	-1,1%
Colombia	-29,3%	-17,7%	-15,7%	-51,9%	-1,3%	-6,0%	-9,0%	11,8%

## Mejoramiento del Hogar Estado de Resultados

Mejoramiento del Hogar	3T24	3T23	Var. vs 2023		9M24	9M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	178.124	165.347	7,7%	7,7%	561.253	559.074	0,4%	0,4%
Argentina	177.703	182.576	-2,7%	171,7%	491.058	546.160	-10,1%	189,2%
Colombia	16.236	17.179	-5,5%	-12,7%	57.363	49.439	16,0%	-8,1%
<b>Ingresos</b>	<b>372.063</b>	<b>365.102</b>	<b>1,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>1.109.674</b>	<b>1.154.672</b>	<b>-3,9%</b>	<b>N.A.</b>
Chile	47.690	45.739	4,3%	4,3%	156.801	153.075	2,4%	2,4%
Argentina	69.552	105.973	-34,4%	81,5%	218.042	279.822	-22,1%	143,6%
Colombia	3.927	3.771	4,1%	-3,8%	11.656	10.639	9,6%	-13,0%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>121.169</b>	<b>155.483</b>	<b>-22,1%</b>	<b>N.A.</b>	<b>386.500</b>	<b>443.536</b>	<b>-12,9%</b>	<b>N.A.</b>
<b>GAV</b>	<b>-100.699</b>	<b>-96.483</b>	<b>4,4%</b>	<b>N.A.</b>	<b>-289.348</b>	<b>-282.323</b>	<b>2,5%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>20.731</b>	<b>59.010</b>	<b>-64,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>97.484</b>	<b>161.277</b>	<b>-39,6%</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>27.155</b>	<b>64.567</b>	<b>-57,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>116.354</b>	<b>178.077</b>	<b>-34,7%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>7,3%</b>	<b>17,7%</b>	<b>-1039 bps</b>		<b>10,5%</b>	<b>15,4%</b>	<b>-494 bps</b>	

## Datos Operacionales Mejoramiento del Hogar

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	41	40	14,6%	15,0%	350.395	346.285
Argentina	60	57	23,3%	21,1%	385.455	378.688
Colombia	16	16	6,3%	6,3%	87.731	91.884
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>113</b>	<b>17,9%</b>	<b>16,8%</b>	<b>823.581</b>	<b>816.857</b>

## Same Store Sales Mejoramiento del Hogar

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	7,8%	-15,5%	6,0%	-7,9%	1,8%	-8,3%
Argentina	167,6%	101,0%	-39,0%	-2,7%	338,5%	106,6%
Colombia	-12,9%	-25,2%	-13,9%	-8,4%	1,2%	-18,4%

## Evolutivo crecimiento venta *online* Mejoramiento del Hogar (Variación en Moneda Local)

Mejoramiento del Hogar	9M24	3T24	2T24	1T24	9M23	3T23	2T23	1T23
Chile	0,3%	0,1%	1,5%	-0,9%	3,2%	-3,7%	14,8%	-3,7%
Argentina	213,4%	159,9%	181,2%	364,9%	200,8%	134,2%	316,0%	216,5%
Colombia	26,8%	26,4%	42,9%	14,7%	-32,8%	-26,5%	-44,3%	-25,9%

## Tiendas por Departamento

### Estado de Resultados

Tiendas por Departamento	3T24	3T23	Var. vs 2023		9M24	9M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	234.792	222.237	5,6%	5,6%	774.310	719.369	7,6%	7,6%
<b>Ingresos</b>	<b>234.792</b>	<b>222.237</b>	<b>5,6%</b>	<b>5,6%</b>	<b>774.310</b>	<b>719.369</b>	<b>7,6%</b>	<b>7,6%</b>
Chile	59.816	58.219	2,7%	2,7%	208.084	175.507	18,6%	18,6%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>59.816</b>	<b>58.219</b>	<b>2,7%</b>	<b>2,7%</b>	<b>208.084</b>	<b>175.507</b>	<b>18,6%</b>	<b>18,6%</b>
<b>GAV</b>	<b>-68.538</b>	<b>-68.503</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,1%</b>	<b>-214.060</b>	<b>-211.873</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,0%</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>-4.467</b>	<b>-6.288</b>	<b>-29,0%</b>	<b>-29,0%</b>	<b>7.387</b>	<b>-23.437</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>5.680</b>	<b>2.224</b>	<b>155,4%</b>	<b>155,4%</b>	<b>37.028</b>	<b>6.545</b>	<b>465,7%</b>	<b>465,7%</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>2,4%</b>	<b>1,0%</b>	<b>142 bps</b>		<b>4,8%</b>	<b>0,9%</b>	<b>387 bps</b>	

## Datos operacionales Tiendas por Departamento

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	48	48	62,5%	66,6%	273.443	276.966

## Same Store Sales Tiendas por Departamento

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	9,5%	-9,0%	4,6%	-10,5%	4,7%	1,6%

## Evolutivo crecimiento venta *online* Tiendas por Departamento (Variación en Moneda Local)

Tiendas por Departamento	9M24	3T24	2T24	1T24	9M23	3T23	2T23	1T23
Chile	2,8%	-4,2%	5,4%	5,8%	-21,6%	-19,5%	-19,0%	-26,5%

## Centros Comerciales

### Estado de Resultados

Centros Comerciales	3T24	3T23	Var. vs 2023		9M24	9M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	60.694	52.110	16,5%	16,5%	177.863	156.971	13,3%	13,3%
Argentina	21.619	20.221	6,9%	198,7%	54.036	61.137	-11,6%	184,2%
Perú	7.345	6.393	14,9%	7,4%	22.103	18.096	22,1%	7,7%
Colombia	2.733	2.500	9,3%	1,4%	8.750	6.617	32,2%	5,6%
<b>Ingresos</b>	<b>92.390</b>	<b>81.224</b>	<b>13,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>262.752</b>	<b>242.821</b>	<b>8,2%</b>	<b>N.A</b>
Chile	57.316	47.670	20,2%	20,2%	167.079	144.198	15,9%	15,9%
Argentina	16.669	17.140	-2,7%	171,0%	42.897	50.728	-15,4%	170,0%
Perú	6.117	5.181	18,1%	10,4%	17.951	11.471	56,5%	39,2%
Colombia	2.594	2.462	5,4%	-2,4%	8.332	6.351	31,2%	4,8%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>82.697</b>	<b>72.452</b>	<b>14,1%</b>	<b>N.A</b>	<b>236.259</b>	<b>212.748</b>	<b>11,1%</b>	<b>N.A</b>
<b>GAV</b>	<b>-15.986</b>	<b>-12.300</b>	<b>30,0%</b>	<b>N.A</b>	<b>-45.123</b>	<b>-35.624</b>	<b>26,7%</b>	<b>N.A</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>77.111</b>	<b>72.093</b>	<b>7,0%</b>	<b>N.A</b>	<b>256.865</b>	<b>177.054</b>	<b>45,1%</b>	<b>N.A</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>71.745</b>	<b>62.537</b>	<b>14,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>203.903</b>	<b>186.891</b>	<b>9,1%</b>	<b>N.A</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>77,7%</b>	<b>77,0%</b>		<b>66 bps</b>	<b>77,6%</b>	<b>77,0%</b>		<b>64 bps</b>

### Datos operacionales Centros Comerciales

	N° Centros Comerciales		Superficie de Ventas Total (m <sup>2</sup> )		Tasa de Ocupación	
	3T24	3T23	3T24	3T23	3T24	3T23
Cenco Malls	33	33	1.183.764	1.163.936	99,0%	99,0%
Torres	N.A.	N.A.	65.000	65.000	81,7%	71,3%
Ubicaciones No IPO	2	2	18.969	18.940	94,6%	94,7%
<b>Chile</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>1.267.733</b>	<b>1.247.876</b>	<b>98,1%</b>	<b>97,5%</b>
Cenco Malls	3	3	60.534	51.064	89,5%	94,9%
Ubicaciones No IPO	3	3	92.865	92.865	92,7%	96,6%
<b>Peru</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>153.399</b>	<b>143.929</b>	<b>91,4%</b>	<b>96,0%</b>
Cenco Malls	4	4	62.815	64.893	92,1%	90,9%
Ubicaciones No IPO	N.A.	N.A.	47.030	47.030	N.A.	N.A.
<b>Colombia</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>109.845</b>	<b>111.924</b>	<b>92,1%</b>	<b>90,9%</b>
<b>Argentina</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>745.356</b>	<b>745.356</b>	<b>92,6%</b>	<b>89,4%</b>
<b>Centros Comerciales</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>2.276.333</b>	<b>2.249.085</b>	<b>95,6%</b>	<b>94,5%</b>

## Datos operacionales por país

### Chile

	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Portal Talcahuano	1.438	1.408	2,1%	6.210	6.210	0,0%	7.648	7.618	0,4%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Valdivia	3.704	3.705	0,0%	7.617	7.617	0,0%	11.321	11.322	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Trascaja	N.A	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Cencoshopp	433.907	423.125	2,5%	814.856	805.811	1,1%	1.248.764	1.228.936	1,6%	31.181	28.951	7,7%
<b>TOTAL CHILE</b>	<b>439.050</b>	<b>428.238</b>	<b>2,5%</b>	<b>828.683</b>	<b>819.638</b>	<b>1,1%</b>	<b>1.267.733</b>	<b>1.247.876</b>	<b>1,6%</b>	<b>31.181</b>	<b>28.951</b>	<b>7,7%</b>

	Ventas 3 <sup>ros</sup> (CLP 'MM)			Ventas EERR (CLP 'MM)			Ventas (CLP 'MM)			Ingresos 3ros (CLP 'MM)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Portal Talcahuano	925	887	4,2%	4.757	5.190	-8,3%	5.681	6.077	-6,5%	214	170	25,8%
Portal Valdivia	2.302	2.615	-11,9%	10.201	10.065	1,4%	12.503	12.679	-1,4%	304	358	-15,0%
Trascaja	N.A	N.A.	N.A.	N.A	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	13.532	7.610	77,8%
Cencoshopp	369.847	326.597	13,2%	715.126	668.496	7,0%	1.084.973	995.093	9,0%	46.643	43.972	6,1%
<b>TOTAL CHILE</b>	<b>373.074</b>	<b>330.099</b>	<b>13,0%</b>	<b>730.084</b>	<b>683.751</b>	<b>6,8%</b>	<b>1.103.158</b>	<b>1.013.850</b>	<b>8,8%</b>	<b>60.694</b>	<b>52.110</b>	<b>16,5%</b>

### Argentina

Ubicaciones	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Unicenter	77.085	77.085	0,0%	18.901	18.901	0,0%	95.986	95.986	0,0%	3.820	4.069	-6,1%
Portal Plaza Oeste	19.906	19.906	0,0%	22.612	22.612	0,0%	42.518	42.518	0,0%	1.227	1.303	-5,8%
Portal Palmas del Pliar	37.416	37.416	0,0%	37.005	37.005	0,0%	74.421	74.421	0,0%	1.590	1.632	-2,6%
Portal Rosario	40.182	40.182	0,0%	29.298	29.298	0,0%	69.480	69.480	0,0%	761	829	-8,3%
Portal Patagonia	9.789	9.789	0,0%	28.134	28.134	0,0%	37.922	37.922	0,0%	946	998	-5,2%
Portal Lomas	8.201	8.201	0,0%	27.353	27.353	0,0%	35.554	35.554	0,0%	938	991	-5,4%
Portal Tucuman	10.371	10.371	0,0%	21.439	21.439	0,0%	31.810	31.810	0,0%	794	879	-9,7%
Portal Escobar	4.410	4.410	0,0%	29.607	29.607	0,0%	34.016	34.016	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal los Andes	3.390	3.390	0,0%	29.456	29.456	0,0%	32.846	32.846	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Trelew	7.213	7.213	0,0%	15.682	15.682	0,0%	22.895	22.895	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Salta	5.635	5.635	0,0%	18.464	18.464	0,0%	24.099	24.099	0,0%	552	614	-10,1%
Portal Santiago Del Estero	5.461	5.461	0,0%	11.737	11.737	0,0%	17.198	17.198	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Power Center / Otros	50.447	50.447	0,0%	176.164	176.164	0,0%	226.611	226.611	0,0%	1.370	1.476	-7,1%
<b>TOTAL ARGENTINA</b>	<b>279.505</b>	<b>279.505</b>	<b>0,0%</b>	<b>465.851</b>	<b>465.851</b>	<b>0,0%</b>	<b>745.356</b>	<b>745.356</b>	<b>0,0%</b>	<b>11.997</b>	<b>12.791</b>	<b>-6,2%</b>

Ubicaciones	Ventas 3 <sup>ros</sup> (ARS 'MM)			Ventas EERR (ARS 'MM)			Ventas (ARS 'MM)			Ingresos 3ros (ARS 'MM)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Unicenter	125.117	44.300	182,4%	17.611	5.554	217,1%	142.727	49.853	186,3%	9.643	3.558	171,0%
Portal Plaza Oeste	24.864	8.276	200,4%	6.815	2.304	195,8%	31.680	10.580	199,4%	1.812	613	195,4%
Portal Palmas del Pliar	25.690	9.552	169,0%	21.481	7.255	196,1%	47.171	16.806	180,7%	2.076	731	184,0%
Portal Rosario	14.878	3.908	280,8%	8.079	2.867	181,8%	22.957	6.774	238,9%	753	207	263,9%
Portal Patagonia	18.403	5.780	218,4%	19.075	6.071	214,2%	37.477	11.852	216,2%	1.210	363	233,6%
Portal Lomas	8.704	3.062	184,3%	10.660	3.709	187,4%	19.364	6.770	186,0%	612	142	329,6%
Portal Tucuman	12.860	4.062	216,6%	9.100	3.275	177,8%	21.960	7.338	199,3%	980	279	250,8%
Portal Escobar	3.185	962	231,2%	12.684	4.147	205,8%	15.869	5.109	210,6%	207	60	247,9%
Portal los Andes	6.415	2.093	206,5%	12.228	4.707	159,8%	18.643	6.800	174,2%	407	97	319,7%
Portal Trelew	5.813	1.781	226,4%	4.564	1.555	193,5%	10.377	3.336	211,1%	395	97	307,6%
Portal Salta	5.391	1.948	176,7%	9.249	3.457	167,5%	14.640	5.405	170,8%	388	137	184,2%
Portal Santiago Del Estero	3.112	1.213	156,6%	5.943	2.301	158,3%	9.055	3.514	157,7%	230	75	204,1%
Power Center / Otros	44.859	13.075	243,1%	53.842	17.535	207,0%	98.701	30.611	222,4%	3.079	937	242,2%
<b>TOTAL ARGENTINA</b>	<b>299.290</b>	<b>100.011</b>	<b>199,3%</b>	<b>191.331</b>	<b>64.737</b>	<b>195,6%</b>	<b>490.621</b>	<b>164.748</b>	<b>197,8%</b>	<b>21.793</b>	<b>7.297</b>	<b>198,7%</b>

## Perú

	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Plaza Lima Sur	43.634	43.634	0,0%	32.263	32.263	0,0%	75.897	75.897	0,0%
Balta	1.031	1.031	0,0%	6.050	6.050	0,0%	7.081	7.081	0,0%
Plaza Camacho	9.451	9.451	0,0%	436	436	0,0%	9.887	9.887	0,0%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Cencoshopp	34.699	25.962	33,7%	25.835	25.103	2,9%	60.534	51.064	18,5%
<b>TOTAL PERÚ</b>	<b>88.815</b>	<b>80.078</b>	<b>10,9%</b>	<b>64.584</b>	<b>63.852</b>	<b>1,1%</b>	<b>153.399</b>	<b>143.929</b>	<b>6,6%</b>

	Visitas (Miles)			Ventas (PEN 'MM)			Ingresos 3ros (PEN 'MM)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Plaza Lima Sur	2.234	2.794	-20,1%	99	98	1,5%	8,6	9,0	-4,2%
Balta	N.A.	N.A.	N.A.	27	28	-2,4%	0,7	0,8	-3,5%
Plaza Camacho	N.A.	N.A.	N.A.	5	4	26,9%	0,7	0,6	19,4%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	14,4	13,4	6,9%
Cencoshopp	1.054	832	26,6%	110	94	16,7%	5,2	3,8	37,2%
<b>TOTAL PERÚ</b>	<b>3.287</b>	<b>3.626</b>	<b>-9,3%</b>	<b>242</b>	<b>224</b>	<b>7,9%</b>	<b>30</b>	<b>28</b>	<b>7,4%</b>

## Colombia

	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Otros	46.176	46.176	0,0%	855	855	0,0%	47.030	47.030	0,0%
Cencoshopp	12.232	14.642	-16,5%	50.583	50.251	0,7%	62.815	64.893	-3,2%
<b>TOTAL COLOMBIA</b>	<b>58.408</b>	<b>60.818</b>	<b>-4,0%</b>	<b>51.438</b>	<b>51.106</b>	<b>0,6%</b>	<b>109.845</b>	<b>111.924</b>	<b>-1,9%</b>

	Visitas (Miles)			Ventas (COP 'MM)			Ingresos 3ros (COP 'MM)		
	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%	3T24	3T23	Var%
Otros	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	10.246	10.614	-3,5%
Cencoshopp	N.A.	N.A.	N.A.	79.653	86.424	-7,8%	1.822	1.289	41,4%
<b>TOTAL COLOMBIA</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>	<b>79.653</b>	<b>86.424</b>	<b>-7,8%</b>	<b>12.068</b>	<b>11.903</b>	<b>1,4%</b>

## Servicios Financieros

### Estado de Resultados

Servicios Financieros	3T24	3T23	Var. vs 2023		9M24	9M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Argentina	30.071	33.910	-11,3%	148,3%	89.498	99.001	-9,6%	188,6%
Brasil	418	-174	-340,6%	-348,0%	1.079	-1.008	N.A.	-196,6%
Colombia	-177	-616	-71,3%	-74,9%	-1.120	-1.231	-8,9%	-27,6%
<b>Ingresos</b>	<b>30.312</b>	<b>33.121</b>	<b>-8,5%</b>	<b>N.A</b>	<b>89.456</b>	<b>96.763</b>	<b>-7,6%</b>	<b>N.A</b>
Argentina	16.553	27.312	-39,4%	67,8%	59.844	69.371	-13,7%	166,9%
Brasil	418	-174	-340,6%	-348,0%	1.079	-1.008	N.A.	N.A.
Colombia	-177	-616	-71,3%	-74,9%	-1.120	-1.231	-8,9%	-27,6%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>16.795</b>	<b>26.522</b>	<b>-36,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>59.803</b>	<b>67.132</b>	<b>-10,9%</b>	<b>N.A</b>
<b>GAV</b>	<b>-5.788</b>	<b>-4.867</b>	<b>18,9%</b>	<b>N.A</b>	<b>-15.369</b>	<b>-14.736</b>	<b>4,3%</b>	<b>N.A</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>11.007</b>	<b>21.655</b>	<b>-49,2%</b>	<b>N.A</b>	<b>44.434</b>	<b>52.396</b>	<b>-15,2%</b>	<b>N.A</b>
<b>Particip. Asociadas</b>	<b>6.660</b>	<b>-3.630</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A</b>	<b>3.697</b>	<b>-10.931</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A</b>
<b>Dep &amp; Amortizaciones</b>	<b>390</b>	<b>47</b>	<b>735,2%</b>	<b>N.A</b>	<b>665</b>	<b>94</b>	<b>605,3%</b>	<b>N.A</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>18.057</b>	<b>18.071</b>	<b>-0,1%</b>	<b>N.A</b>	<b>48.795</b>	<b>41.559</b>	<b>17,4%</b>	<b>N.A</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>59,6%</b>	<b>54,6%</b>	<b>501 bps</b>		<b>54,5%</b>	<b>42,9%</b>	<b>1160 bps</b>	

### Indicadores financieros

CHILE	3T24	2T24	1T24	4T23	3T23	2T23	1T23
Saldo Deuda Neta (MM CLP)	1.883.802	1.885.441	1.852.253	1.850.373	1.760.837	1.739.365	1.691.797
Provisión sobre Cartera Vencida	2,1	2,2	2,0	2,4	3,2	3,1	3,6
Saldo Deuda >90 (%)	4,5%	4,4%	4,9%	3,8%	3,2%	3,2%	2,6%
Castigos Brutos (MM CLP)	152.445	100.501	45.581	173.024	132.273	82.804	37.839
Recuperos (MM CLP)	15.533	10.631	4.874	23.478	18.081	12.613	3.563
Castigos Netos (MM CLP)	136.912	89.870	40.708	149.546	114.192	70.191	34.276
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	9,8%	9,7%	8,8%	8,6%	8,9%	8,3%	8,2%
Cartera Renegociada (%)	24,9%	24,3%	23,5%	21,3%	19,9%	16,5%	14,0%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>							
Supermercados	6,4%	6,4%	6,1%	6,6%	6,6%	6,2%	6,5%
Tiendas por Departamento	23,1%	27,5%	24,6%	26,8%	27,3%	30,1%	26,2%
Mejoramiento del Hogar	9,2%	9,0%	8,9%	9,8%	9,6%	10,1%	9,3%
ARGENTINA	3T24	2T24	1T24	4T23	3T23	2T23	1T23
Saldo Deuda Neta (MARS)	178.694.706	174.829.198	135.619.456	87.668.372	62.131.143	56.331.481	50.379.775
Provisión sobre Cartera Vencida	1,4	1,8	2,1	2,1	2,0	2,0	2,2
Saldo Deuda >90 (%)	4,2%	2,6%	2,0%	2,2%	2,8%	2,8%	2,6%
Castigos Brutos (MARS)	8.505.749	4.071.395	1.686.161	4.396.996	3.035.286	1.850.978	857.964
Recuperos (MARS)	2.124.117	1.010.390	417.509	1.219.661	844.819	419.646	174.401
Castigos Netos (MARS)	6.381.632	3.061.005	1.268.651	3.177.335	2.190.467	1.431.332	683.563
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	5,9%	4,7%	4,7%	5,4%	5,6%	5,8%	6,1%
Cartera Renegociada (%)	3,9%	2,6%	1,8%	2,5%	2,9%	2,5%	1,9%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>							
Supermercados	8,3%	8,8%	8,3%	6,9%	7,3%	8,9%	9,3%
Mejoramiento del Hogar	21,7%	21,2%	19,0%	15,4%	16,7%	23,7%	21,9%

<b>PERÚ</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>	<b>3T23</b>	<b>2T23</b>	<b>1T23</b>
Saldo Deuda Neta (M PEN)	488.851	514.873	520.587	530.023	499.194	499.738	489.016
Provisión sobre Cartera Vencida	1,9	1,8	2,0	1,8	2,0	2,1	2,4
Saldo Deuda >90 (%)	4,2%	5,1%	4,4%	4,6%	4,6%	5,0%	4,0%
Castigos Brutos (M PEN)	80.197	51.592	25.609	95.109	71.039	41.667	18.030
Recuperos (M PEN)	10.839	6.542	3.186	12.968	9.587	6.155	3.230
Castigos Netos (M PEN)	69.359	45.050	22.423	82.141	61.452	35.512	14.799
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	18,0%	17,3%	17,1%	16,5%	16,6%	14,5%	12,1%
Cartera Renegociada (%)	4,7%	4,5%	4,0%	3,9%	3,5%	3,6%	3,9%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>							
Supermercados	9,6%	9,7%	9,8%	10,5%	10,6%	10,9%	11,0%
<b>BRASIL</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>	<b>3T23</b>	<b>2T23</b>	<b>1T23</b>
Saldo Deuda Neta (M BRL)	562.468	584.330	607.254	649.800	664.342	703.510	735.986
Provisión sobre Cartera Vencida	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
Saldo Deuda >90 (%)	15,0%	16,2%	17,7%	19,5%	20,8%	20,3%	19,9%
Castigos Brutos (M BRL)	27.099	33.191	40.702	128.387	90.103	51.588	13.885
Recuperos (M BRL)	1.368	2.112	1.532	5.608	3.547	2.827	471
Castigos Netos (M BRL)	25.731	31.079	39.171	122.779	86.556	48.761	13.413
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	6,0%	10,5%	25,2%	17,5%	16,1%	13,3%	7,2%
Cartera Renegociada (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>							
Supermercados	16,9%	17,1%	16,7%	18,2%	18,9%	19,2%	19,0%
<b>COLOMBIA</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>	<b>3T23</b>	<b>2T23</b>	<b>1T23</b>
Saldo Deuda Neta (MM COP)	934.400	983.381	984.930	994.384	913.212	886.185	881.345
Provisión sobre Cartera Vencida	1,9	1,9	2,1	2,6	2,7	2,3	2,4
Saldo Deuda >90 (%)	4,2%	4,2%	3,7%	2,9%	2,8%	3,6%	3,3%
Castigos Brutos (MM COP)	41.719	71.780	34.247	89.090	85.118	52.791	23.340
Recuperos (MM COP)	2.033	3.854	2.003	4.628	4.711	3.057	1.807
Castigos Netos (MM COP)	39.686	67.925	32.243	84.462	80.406	49.734	21.532
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	5,6%	13,7%	13,0%	9,2%	12,0%	11,1%	9,5%
Cartera Renegociada (%)	6,8%	6,9%	6,9%	6,1%	5,5%	4,5%	1,9%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>							
Supermercados	19,6%	20,3%	19,7%	19,2%	19,3%	19,4%	19,6%
Mejoramiento del Hogar	13,1%	13,7%	13,0%	14,5%	14,1%	13,9%	11,6%

## 3. Indicadores Macroeconómicos

### Tipo de cambio

	Cierre			Promedio			LTM		
	3T24	3T23	%	3T24	3T23	% change	Sept 24	Sep 23	% change
CLP/USD	897,68	895,60	<b>0,2%</b>	931,22	851,15	<b>9,4%</b>	927,06	844,88	<b>9,7%</b>
CLP/ARS	0,92	2,56	<b>-64,1%</b>	0,99	2,77	<b>-64,3%</b>	1,37	4,04	<b>-66,1%</b>
CLP/BRL	164,78	178,67	<b>-7,8%</b>	167,65	174,44	<b>-3,9%</b>	179,84	166,64	<b>7,9%</b>
CLP/PEN	242,61	235,88	<b>2,9%</b>	247,78	231,68	<b>6,9%</b>	246,66	223,95	<b>10,1%</b>
CLP/COP	0,21	0,22	<b>-4,5%</b>	0,23	0,21	<b>7,9%</b>	0,23	0,19	<b>22,9%</b>
CLP/URU	21,65	23,30	<b>-7,1%</b>	23,07	22,51	<b>2,5%</b>	23,61	N.A.	<b>N.A.</b>

### Inflación total y de alimentos

País	Total		Alimentos y Bebidas No Alcohólicas	
	3T24	3T23	3T24	3T23
Chile	4,1%	5,1%	3,3% <sup>(16)</sup>	7,9%
Argentina	209,0%	138,3%	201,4%	150,1%
EE.UU.	2,4%	3,7%	2,3%	3,7%
Brasil	4,1%	4,5%	5,6%	0,2%
Perú	1,5%	5,3%	0,7%	8,3%
Colombia	5,8%	11,0%	2,7%	11,5%

<sup>16</sup> Inflación de alimentos a 12 meses, anualizada.

## 4. Glosario

**ARS:** peso argentino

**BRL:** real brasileño

**Ajuste por Inflación:** norma contable NIC 29 que considera el Ajuste Hiperinflacionario de Argentina

**Cash&Carry:** tiendas de supermercado de venta mayorista/minorista

**CLP:** peso chileno

**Convenience:** tiendas de conveniencia o proximidad, con la marca SPID

**COP:** peso colombiano

**Deuda Financiera Bruta (DFB):** otros pasivos financieros corrientes y no corrientes + pasivos por arrendamiento financieros y no financieros

**Deuda Financiera Neta (DFN):** otros pasivos financieros corrientes y no corrientes + pasivos por arrendamiento financieros y no financieros – efectivo y equivalentes de efectivo – activos financieros corrientes y no corrientes

**Días de Inventario:** 365 días / costo de venta LTM / Inventario

**Días de Cobro Promedio:** Cuentas por Cobrar / Ingresos \* impuesto (19%) \* 365 días

**EBITDA Ajustado:** resultado operativo – revalorización de activos – depreciación y amortización

**EDS:** Estaciones de Servicio

**EERR:** empresas relacionadas

**GLA (Gross Leasable Area):** superficie bruta alquilable, son los metros cuadrados de un espacio destinado al arriendo

**NIC 29:** norma contable que considera el Ajuste Hiperinflacionario de Argentina

**NIC 16:** norma financiera/contable que regula el tratamiento contable de los arrendamientos operativos considerándolos como activos y no como gasto operativo

**Leverage Bruto:** deuda financiera bruta / EBITDA Ajustado, no incluye One Off del periodo

**Leverage Neto:** deuda financiera neta / EBITDA Ajustado, no incluye One Off del periodo

**LTM (Last Twelve Months):** últimos doce meses

**Margen EBITDA:** equivalente a margen EBITDA Ajustado

**MdH:** Mejoramiento del Hogar

**MM:** millones

**ML (Moneda Local):** considera la moneda del país analizado

**PEN:** sol peruano

**Penetración Online:** incluye el canal *online* completo, propio más *last milers*

**Reportado:** resultados incluyendo ajuste por inflación de argentina

**SF:** Servicios Financieros

**SM:** Supermercados

**SSS (Same Store Sales):** venta de las mismas tiendas físicas en ambos periodos, que estuvieron abiertas al menos 2/3 del trimestre. No incluye remodelaciones, cierres o aperturas de tienda

**SS Tickets:** cantidad de veces que el cliente compra en tienda. Corresponde a las mismas tiendas abiertas en ambos periodos

**Tasas de Ocupación:** son los metros cuadrados de locales ocupados sobre el total de metros cuadrados de locales disponibles para arriendo

**TFM:** The Fresh Market

**TxD:** Tiendas por Departamento

**UF:** unidad de fomento, es la unidad de cuenta en Chile reajutable por inflación

**USD:** dólares americanos

