



Presentación de resultados

Cuarto trimestre 2024



01

Eventos Relevantes



1.1

Eventos Relevantes 4T24



Avance en plan de crecimiento de The Fresh Market

Como parte de su plan de expansión, The Fresh Market abrió 6 nuevas tiendas durante el trimestre en los estados de Illinois, Maryland, Kentucky y Massachusetts, sumando más de 6.800 m² de sala de venta.



Acuerdo comercial entre Cencosud Brasil y Bradesco

En el mes de noviembre, Cencosud Brasil y Banco Bradesco celebraron un nuevo contrato para la oferta de tarjetas de crédito en Brasil, lo que implicó el reconocimiento de ingresos extraordinarios por CLP 18.177 millones en la división de Retail Financiero de Brasil.



Paris Parade

En diciembre, Paris, la marca de Tiendas por Departamento en Chile, realizó la décima tercera versión del Paris Parade, el desfile navideño más grande de Sudamérica, logrando congregarse a cerca de 1.500.000 de asistentes. Un 90% de los asistentes declaró que el Paris Parade es “un evento que une a los chilenos”.



1.2 | Eventos posteriores al cierre

Crecimiento: Adquisición de Makro y Basualdo, Argentina



Adquisición del 100% de las acciones de las sociedades Supermercados Mayoristas Makro S.A. y Roberto Basualdo S.A. que en conjunto cuentan con 28 tiendas (24 propias y 4 arrendadas).

Makro es una cadena mayorista (*Cash & Carry*) presente en 12 ciudades y 10 provincias, con un gran surtido tanto de *Food* como de *Non-Food*. Su portafolio de Marcas Propias incluye M&K, Aro y Ternez.

Basualdo es una cadena mayorista especialista en productos limpieza y cuidado personal, presente en 4 ciudades.

~450 MM USD

Venta LTM de Makro y Basualdo
(TC promedio ARS 1.194,7)

~145K m²

Sala de venta en 28 tiendas

~160K m²

De tierra ociosa

(Espacio arrendable a terceros + banco de terrenos)



**122,5
USD MM**

Valor de la empresa

Rentabilidad: Venta activos de Bretas en Minas Gerais, Brasil



Acuerdo para la venta de la operación de Bretas en Minas Gerais, Brasil. La transacción considera 54 tiendas de supermercados (~125 mil m² de sala de venta), 8 estaciones de servicio, un centro de distribución y activos relacionados. Cencosud mantiene la exclusividad de la marca Bretas y su operación en el estado de Goiás.

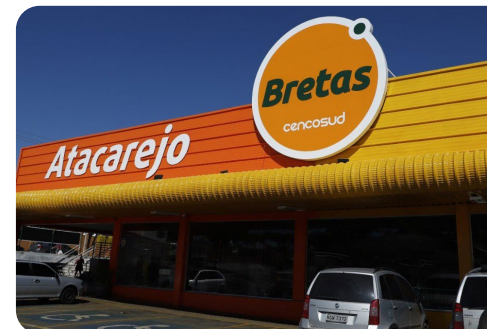
La transacción se encuentra sujeta a la aprobación del Consejo Administrativo de Defensa Económica (CADE) de Brasil (organismo de libre competencia).

~270 MM USD

Venta LTM de las tiendas vendidas
(TC promedio BRL 5,6)

~125K sqm

Sala de venta de las tiendas vendidas



**123
USD MM**

Valor Venta de Activos

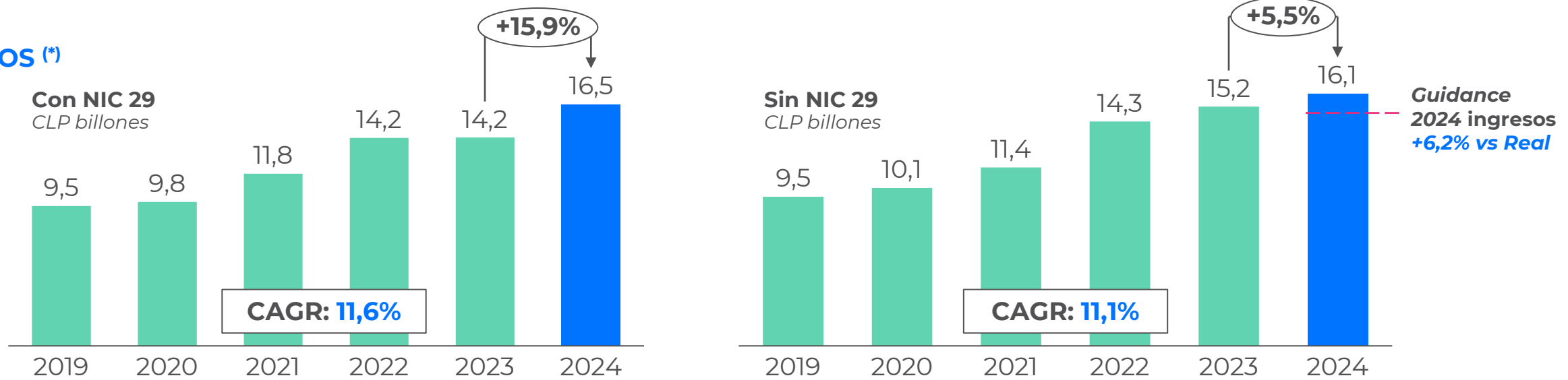
02

Resultados Financieros 4T24 y 2024

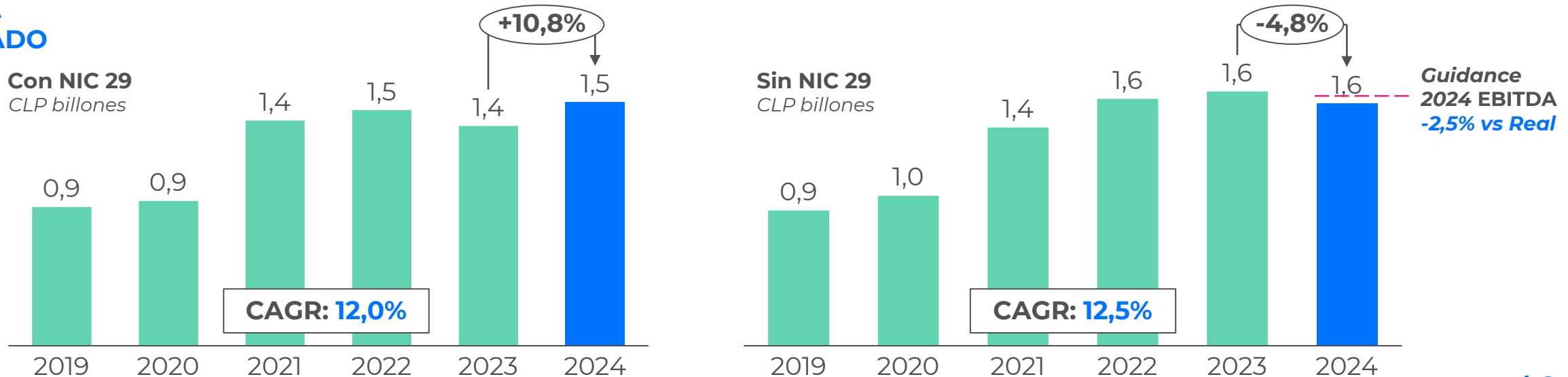


2.1 | Cencosud refleja en 2024 su compromiso sostenido con el crecimiento rentable

INGRESOS (*)



EBITDA AJUSTADO



(*) CAGR (Compounded Annual Growth Rate, tasa de crecimiento compuesto anual) entre 2019 y 2024.

2.2

Ingresos del 4T24 crecen impulsados por crecimiento en todos los negocios en Chile y la expansión en Estados Unidos

INGRESOS 4T24
a/a

Consolidado Cencosud

1,7%
Excl. NIC 29

46,2%
Reportado

Destaca por

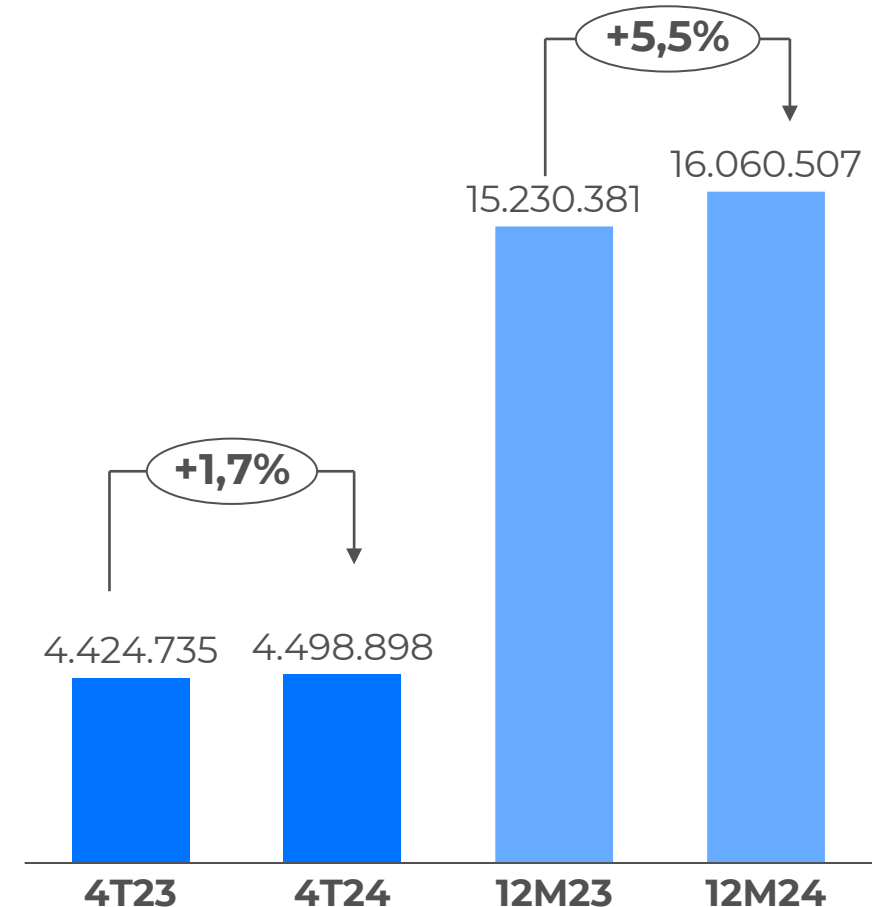
- ▲ Todos los negocios de Chile aumentaron sus ingresos a/a por recuperación parcial del consumo en Chile y mayor turismo.
- ▲ Estados Unidos contribuyó con un crecimiento en ventas de 12,8% a/a, en CLP, debido a su expansión en tiendas y venta *online*.
- ▲ Perú crece 12,0% en CLP, a/a, por sobre la inflación en moneda local.

Contrarrestado por

- ▼ Contracción general del consumo en Argentina a/a, dada una alta base de comparación en 4T23.
- ▼ Menor dinamismo de consumo en Brasil y Colombia respecto al año anterior.

Ingresos ⁽¹⁾

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



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

2.3

EBITDA Ajustado Reportado crece sobre 29% a/a por menor impacto por NIC 29

EBITDA Ajustado
4T24 a/a
Consolidado Cencosud

-16,7% | **29,9%**
Excl. NIC 29 | Reportado

Destaca por

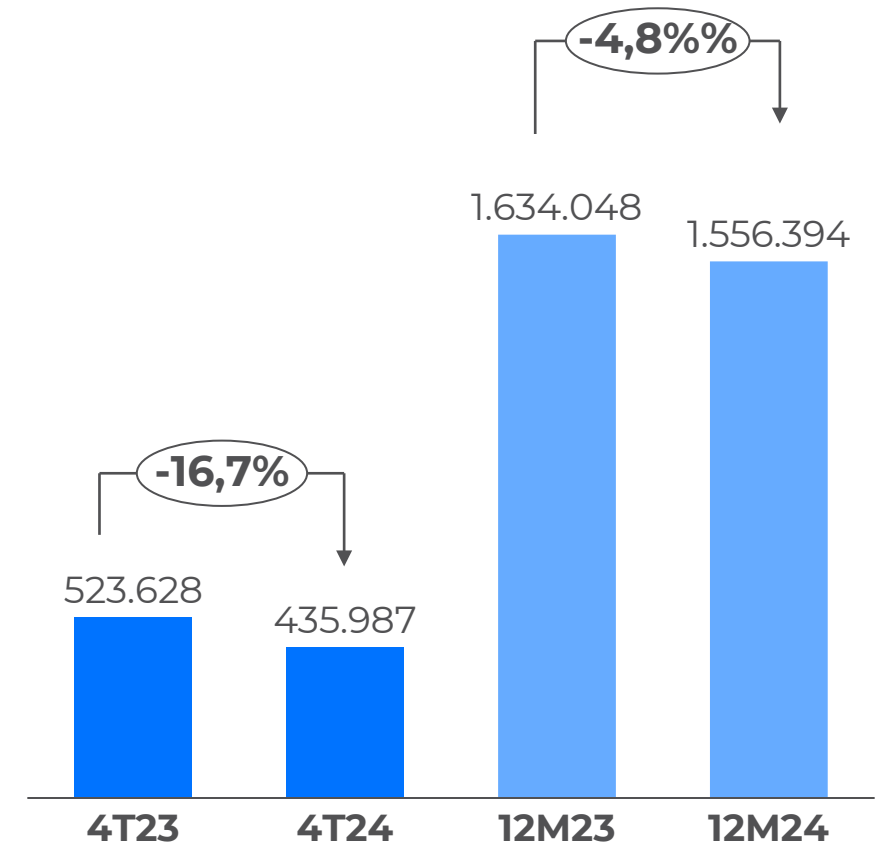
- ▲ Crecimiento en EBITDA Ajustado de 1,9% en Chile, 11,2% en USA, 124,4% en Colombia y 9,0% en Perú, en CLP.
- ▲ Chile, Estados Unidos, Brasil, Perú y Colombia expandieron su margen bruto a/a.

Contrarrestado por

- ▼ Impacto del ajuste macroeconómico en el consumo en Argentina.
- ▼ Ajustes de sueldo mínimo y aumento en tarifas eléctricas en la región.

EBITDA Ajustado ⁽¹⁾

Consolidado Cencosud
(millones de CLP)



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

2.4 Utilidad Líquida Distribuible anual alcanzó los CLP 136.219 millones

Item	4T24	4T23	Δ %	12M24	12M23	Δ %
Utilidad Neta Reportada	36.123	108.359	-66,7%	233.683	292.213	-20,0%
Utilidad excl. Revaluación de Activos	59.602	89.441	-33,4%	210.968	265.137	-20,4%
Utilidad Líquida Distribuible	39.664	64.359	-38,4%	136.219	193.204	-29,5%

Cálculo ULD	4T24	4T23	Δ %	12M24	12M23	Δ %
(+) Utilidad (pérdida) de la Controladora	62.587	349.341	-82,1%	539.788	751.279	-28,2%
(-) Efecto Inflación (NIC 29)	46.402	266.064	-82,6%	380.853	530.999	-28,3%
(-) Efecto Neto Revaluación de Activos	(23.480)	18.918	-224,1%	22.716	27.076	-16,1%
Utilidad Líquida Distribuible	39.664	64.359	-38,4%	136.219	193.204	-29,5%

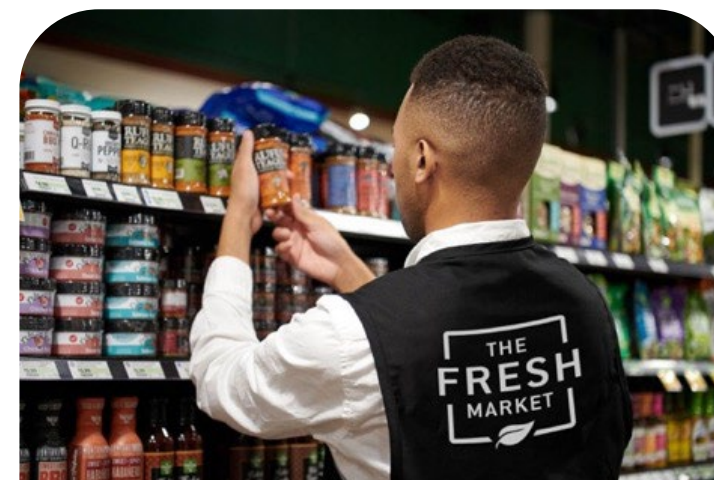


Utilidad Líquida Distribuible (ULD) 2024

136.219
CLP millones

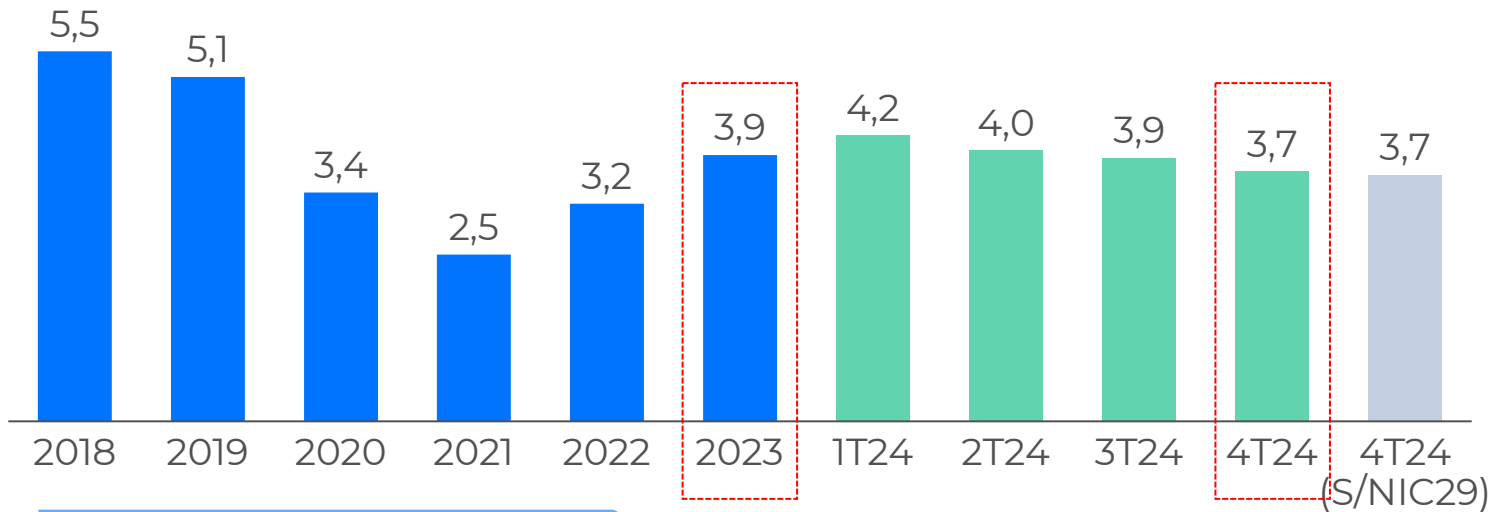
Contracción de 29,5% frente al 2023 se explica por:

- > Impacto de la devaluación del CLP vs el USD en el Costo Financiero Neto y la deuda
- > Incremento en el pago de impuestos
- > Compensado por una mejora del 7,1% del resultado operacional reportado

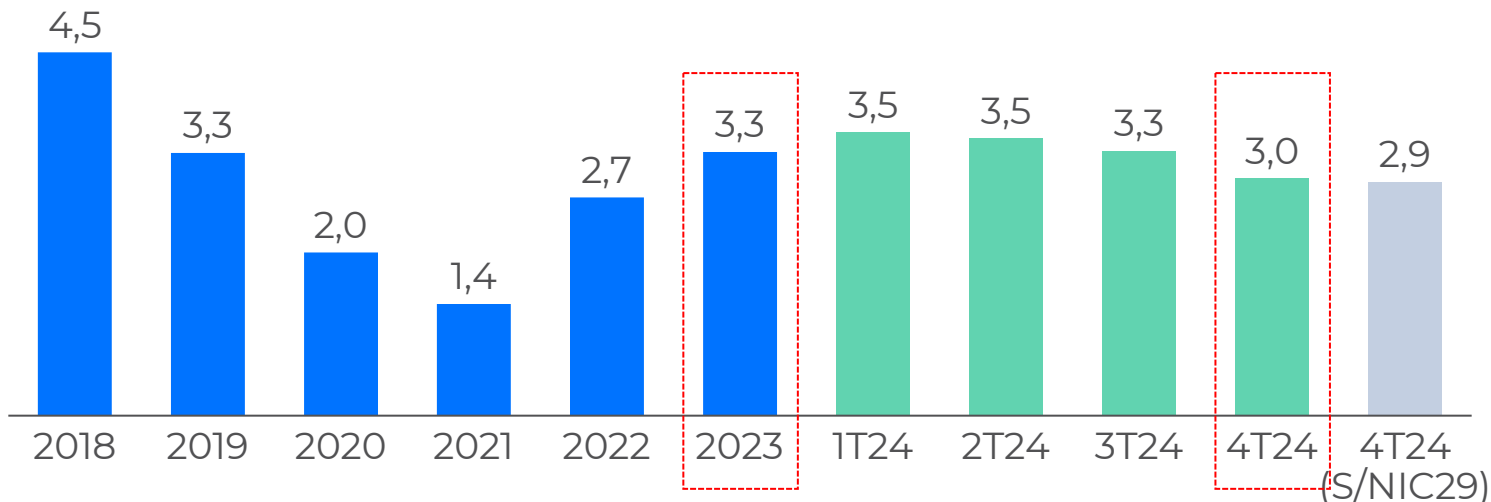


2.5 | Mejora de Leverage Bruto y Neto respecto al año 2023

Leverage Bruto ⁽¹⁾



Leverage Neto ⁽²⁾



Evolución de Leverage Bruto y Neto respecto a diciembre 2023 dado por:

- Aumento en EBITDA LTM por CLP 143.611 millones.
- Aumento de Caja por CLP 259.519 millones.
- Incremento en Pasivos Financieros por CLP 269.705 millones (reajuste de UF y tipo de cambio), contrarrestado por una disminución de Pasivos por Arrendamiento por CLP 51.934 millones.

Posición de Caja a diciembre 2024^(*)

USD 1.164
millones

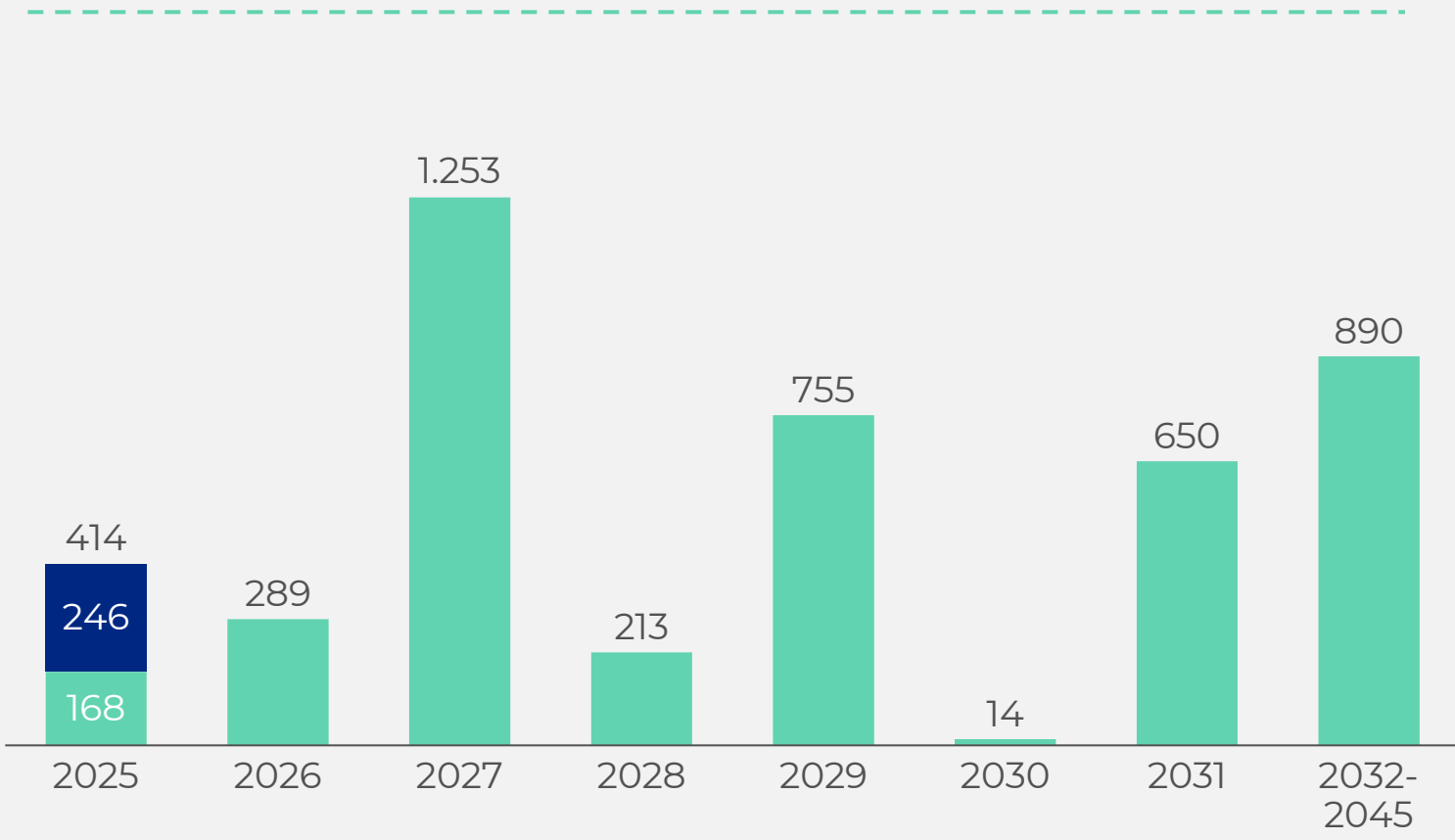
^(*) A tipo de cambio de cierre: 996,5.

Corresponde a Efectivo y equivalentes + activos financieros a corto y largo plazo

2.6 | Cómodo perfil de vencimientos

Calendario de Amortización (USD MM)⁽¹⁾

EBITDA LTM USD 1.562 MM ⁽¹⁾



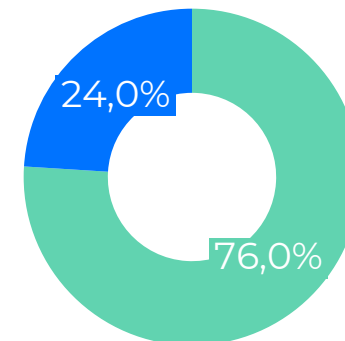
■ PUT Option asociada al 33% restante de la propiedad de The Fresh Market

- Post cobertura cambiaria (*Cross Currency Swaps*), la deuda expuesta a USD es un **28,9%**.
- Considerando la cobertura natural de la deuda en Estados Unidos (por la generación de flujos en USD), se llega a un total descubierto **14,6%**.

Deuda Denominada en USD
68,8%

Deuda por Tipo de Tasa

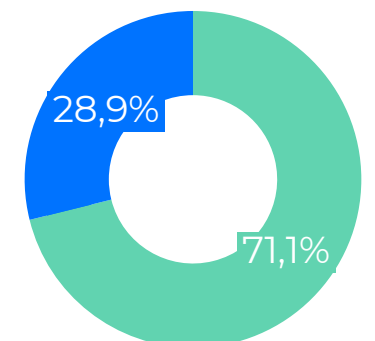
■ Fijo
■ Variable



Riesgo Descubierto USD
14,6%

Deuda por Moneda (Post Coberturas)

■ CLP + UF
■ USD



Deuda Bruta: **CLP 5.707.474 millones**

⁽¹⁾ A tipo de cambio de cierre: 996,5.

03

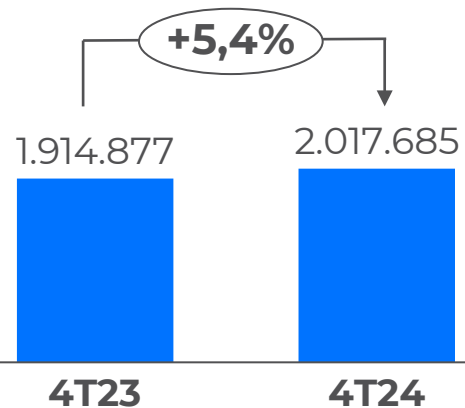
Resultados por País



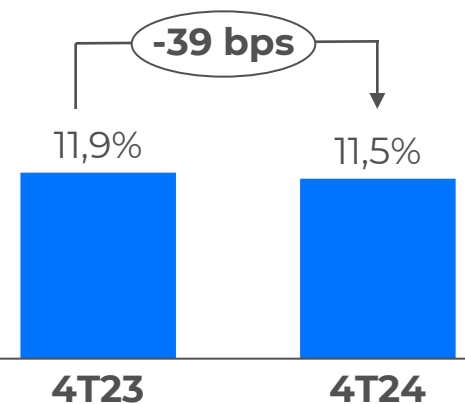
3.1 | En Chile todos los negocios expanden su margen EBITDA

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Chile

Los **ingresos** crecieron un 5,4% a/a, atribuido al crecimiento en todos los negocios, destacando la contribución de Supermercados y Tiendas por Departamento.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 1,9% a/a, impulsado por mejoras de margen bruto en Supermercados, Centros Comerciales y Tiendas por Departamento, sumado a reducción de gasto a/a en la mayoría de los negocios.

Suscriptores
Jumbo Prime
+13,9% a/a

Margen EBITDA
Ajustado SM
13,8%



Same Store
Sales TxD
+11,7% a/a



Venta Online
SM Chile - CLP
+5,1% a/a



4T24 vs 4T23
Δ % CLP

+5,4% Ingresos
Consolidados

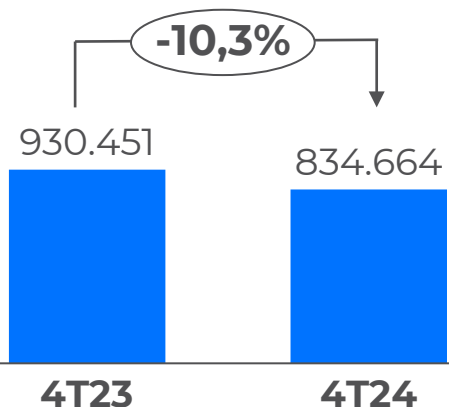
+1,9% EBITDA
Ajustado

11,5% Margen EBITDA
Ajustado

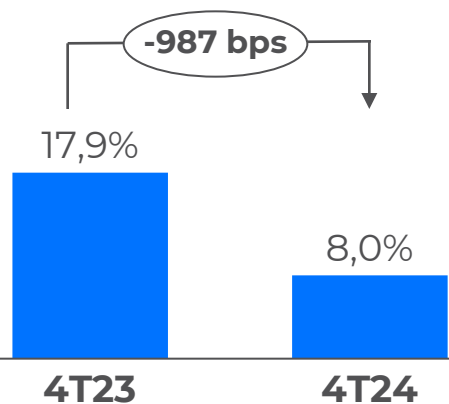
3.2 | Crecimiento de los ingresos de Supermercados Argentina por sobre inflación de alimentos

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Argentina

Los **ingresos** crecieron 106,9% en ARS y decrecieron -10,3% en CLP, respecto al 4T23. Destaca el crecimiento sobre inflación de alimentos en Supermercados 110,4% vs 94,7%, explicado principalmente por una mayor tracción de Marcas Propias.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un -10,0% en ARS y -59,8% en CLP comparado con el 4T23, explicado por la normalización de la inflación, la contracción general del consumo en el país y el incremento de tarifas de consumo básico.



Penetración en
Marcas Propias

+160 bps a/a



Same Store
Sales SM

+110,8% a/a

4T24 vs 4T23

Ingresos Consolidados

-10,3% CLP **+106,9%** ARS

EBITDA Ajustado

-59,8% CLP **-10,0%** ARS

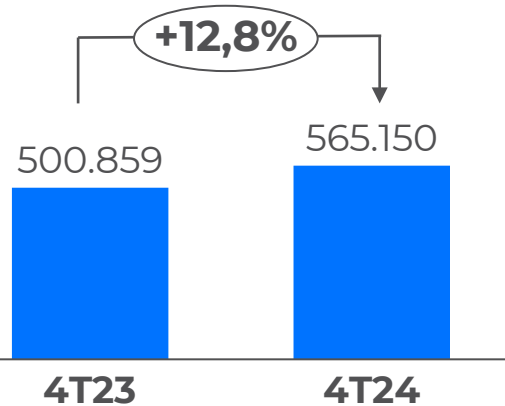
Margen EBITDA Ajustado

8,0%

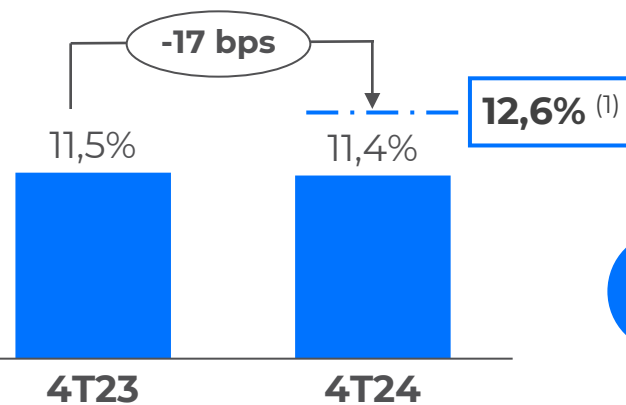
3.3 | EE.UU. continúa su plan de expansión, sumando más de 6.800 m² de sala de venta en el trimestre

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



⁽¹⁾ Margen EBITDA 4T24 al excluir *one offs* del período.



Estados Unidos

Los **ingresos** crecieron +4,9% en USD y +12,8% en CLP, respecto al 4T23. Destaca el crecimiento en la venta *E-commerce* +23,8% a/a en USD, alcanzando una penetración de 7,2% sobre el total de venta.

El **EBITDA Ajustado** creció un +2,1% en USD y 11,2% en CLP comparado con el 4T23. El margen EBITDA fue de 11,4% a pesar de impactos financieros extraordinarios asociados a los recientes huracanes, además de gastos por pre-apertura de 9 tiendas; excluyendo estos impactos no recurrentes, el margen EBITDA habría sido de 12,6% (+125 bps a/a).



Apertura nuevas tiendas

+6.800 m²
Sala de venta



Same Store Sales SM

+2,0%



Venta Online EE.UU. - USD

+23,8%

4T24 vs 4T23

Ingresos Consolidados

+12,8% CLP **+4,9%** USD

EBITDA Ajustado

+11,2% CLP **+2,1%** USD

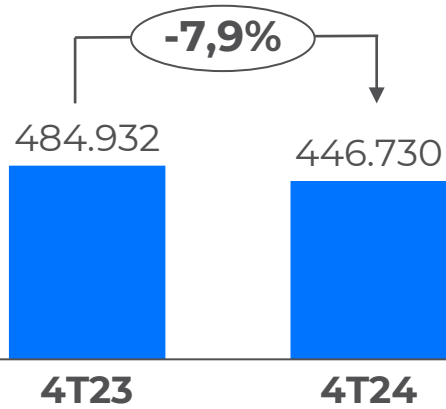
Margen EBITDA Ajustado

11,4%

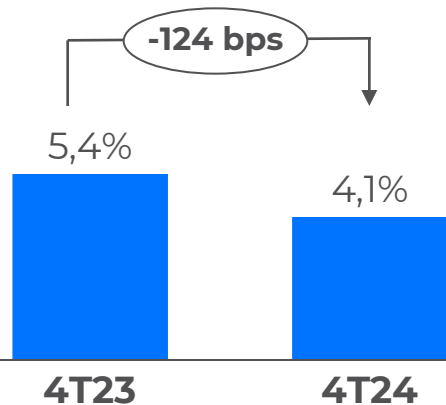
3.4 | Brasil: nuevo acuerdo comercial con Bradesco

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Brasil

Los **ingresos** crecieron 0,8% en BRL y decrecieron -7,9% en CLP, respecto al 4T23, atribuido al nuevo acuerdo comercial con Bradesco, compensado por una contracción del consumo y mayores dinámicas comerciales y nuevas aperturas de la competencia. Se destaca el avance en el Ecosistema Digital, con crecimientos en ventas de doble dígito a/a para Retail Media.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 22,6% en BRL y 29,1% en CLP en comparación al mismo periodo del año anterior, explicado por una mayor actividad promocional a/a y mayor presión en el gasto.



Venta Online
Brasil - BRL

+1,6%



4T24 vs 4T23

Ingresos Consolidados

-7,9% CLP **+0,8%** BRL

EBITDA Ajustado

-29,1% CLP **-22,6%** BRL

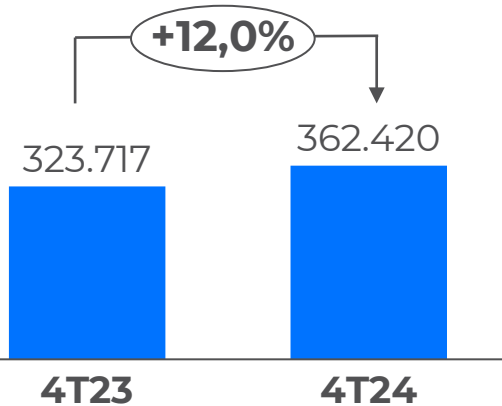
Margen EBITDA Ajustado

4,1%

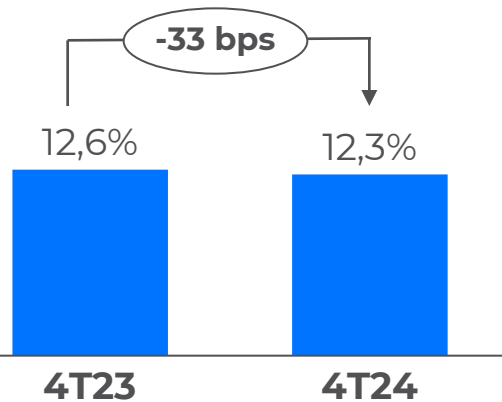
3.5 | Perú se consolida como uno de los mercados más rentables para Cencosud

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Perú

Los **ingresos** aumentaron 2,9% en PEN y 12,0% en CLP a/a, a pesar del cierre de 4 tiendas durante 2024. El SSS de supermercados fue de 2,7%, superando la inflación interanual. Las ventas del canal *online* se expandieron un 21,6% a/a, en PEN favorecidas por el aumento de 36,7% de los suscriptores a Wong Prime y el crecimiento en ventas del nuevo canal mayorista *online* a través de Metro Almacén.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 0,1% en PEN y creció un 9,0% en CLP comparado con el 4T23. En el trimestre destaca una expansión de margen bruto de 38 bps a/a, compensado por una desfavorable base de comparación producto de un impacto extraordinario positivo en 2023.



Penetración en
Marcas Propias

+17 bps a/a



Same Store
Sales SM ⁽¹⁾

+2,7%



Venta Online
Perú - PEN

+21,6%

4T24 vs 4T23

Ingresos Consolidados

+12,0%
CLP

+2,9%
PEN

EBITDA Ajustado

+9,0%
CLP

-0,1%
PEN

Margen EBITDA Ajustado

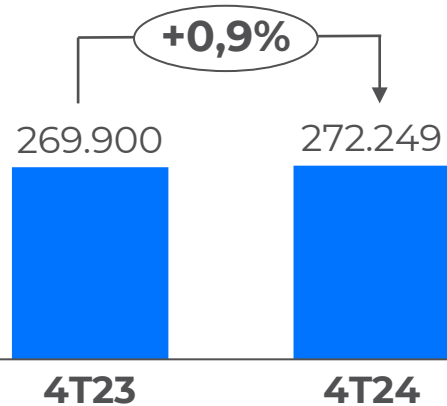
12,3%

(1) Crecimiento SSS de Supermercados Perú fue mayor que la inflación de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas de 1,3%

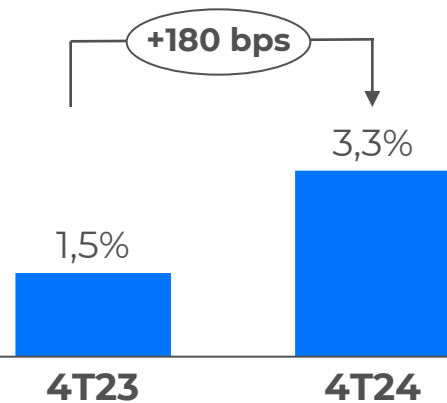
3.6 | Colombia más que duplica su margen EBITDA frente a 4T23

INGRESOS CONSOLIDADOS

CLP millones



MARGEN EBITDA AJUSTADO



Colombia

Los **ingresos** decrecieron 1,0% en COP y crecen 0,9% en CLP, respecto al 4T23, en parte por la reducción de ~15.000 m² de sala de venta para arriendo a terceros. Destaca el crecimiento de un 24,9% en la venta *online* de Mejoramiento del Hogar, respecto al año anterior.

El **EBITDA Ajustado** creció un 118,5% en COP y 124,4% en CLP comparado con el 4T23. El margen EBITDA se expandió 180 bps a/a, explicado por un aumento del margen bruto, debido a mejoras en Mejoramiento del Hogar, Supermercados y Centros Comerciales.



Penetración
Online SM

+14 bps a/a



Venta Online
Colombia - COP

+24,6%

4T24 vs 4T23

Ingresos Consolidados

+0,9%
CLP

-1,0%
COP

EBITDA Ajustado

+124,4%
CLP

+118,5%
COP

Margen EBITDA Ajustado

3,3%

04

Avances en Pilares Estratégicos



4.1

Crecimiento y Rentabilidad: Marcas Propias de todos los países de Latam aumentaron la penetración en Food (+94 bps a/a)

	Food		Non-Food		Total	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	12,3%	11,9%	28,3%	29,1%	17,7%	17,7%
Argentina	15,6%	14,6%	16,0%	13,5%	15,8%	14,2%
Estados Unidos	31,1%	34,2%	0,9%	1,1%	29,7%	32,7%
Brasil	4,7%	4,6%	3,7%	4,7%	4,6%	4,6%
Perú	16,4%	16,0%	35,4%	36,6%	19,3%	19,1%
Colombia	9,5%	9,3%	9,5%	11,3%	9,5%	10,0%
Total	15,7%	15,8%	22,6%	23,7%	17,6%	17,9%



Ventas Consolidadas 4T24

USD 768 MM

+11,1% a/a

Penetración Food Chile 4T24



12,3%
+40 bps a/a

Lanzamiento nueva marca **CROSS·CHECK**
De equipaje de viaje



4.2 | Crecimiento y Rentabilidad: Crecimiento Orgánico con foco en EE.UU.

Aperturas 4T24



Expansión de **más de 20.500 m²** de GLA a/a en Centros Comerciales a nivel regional

6 nuevas tiendas de The Fresh Market en los estados de Illinois, Maryland, Kentucky y Massachusetts.

4T24	Aperturas		Remodelac.	Cierres	
	#	M ²	#	#	M ²
Chile	2	314	19	1 ⁽¹⁾	6.245
Argentina	1	1.076	-	-	-
EE.UU.	6	6.879	-	-	-
Brasil	-	-	-	3	375
Perú	1	1.785	1	-	-
Colombia	-	-	2	-	-
Total	10	10.054	22	4	6.620



⁽¹⁾ Corresponde a Darkstore en Cenco Costanera. Deja de considerarse como tienda omnicanal para considerarse como Darkstore. Se refleja como cierre, dado que al momento de su inauguración se consideró como apertura de tienda.

4.3 | Sostenibilidad: mejoras en Gobierno Corporativo

Gobierno Corporativo

Avance en los resultados de MSCI y DJSI

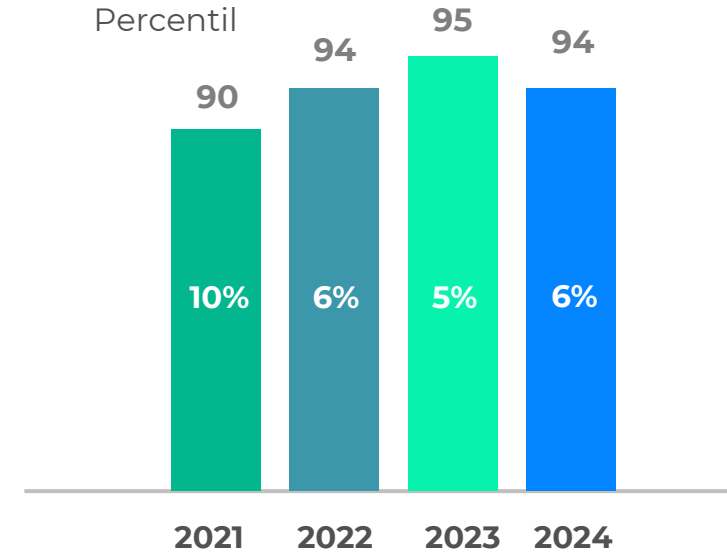
Los avances en los resultados de MSCI y DJSI reflejan una gestión eficiente y un alto nivel de transparencia en la reportabilidad. En el índice Dow Jones Sustainability Index (DJSI), la Compañía se posicionó dentro del 6% más sostenible del mundo en la categoría Food and Staples Retail. Asimismo, en la calificación de MSCI, se logró un importante progreso al pasar de “**BBB**” a “**A**”.



MSCI 

Puntaje: 62/100

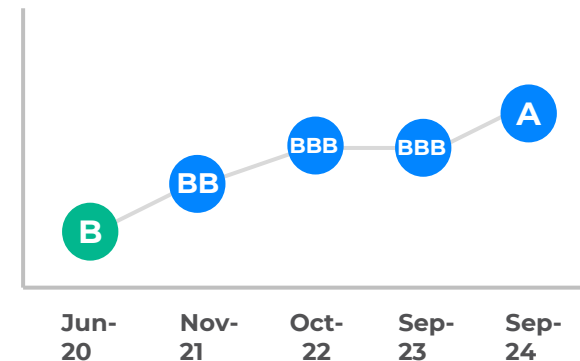
- Miembro del DJSI MILA 2024



 **Dow Jones Sustainability Indexes**

BBB → A

- AAA
- AA
- A
- BBB
- BB
- B
- CCC



4.4 | Sostenibilidad: mejoras en Gobierno Corporativo

Gobierno Corporativo

Primera medición en Cencosud de *Stakeholders Sustainability Index*

Esta herramienta de aplicación voluntaria mide las prácticas de sostenibilidad desde la perspectiva de los principales *stakeholders*, los cuales permiten anticipar riesgos e identificar focos de trabajo donde se debe hacer mayor énfasis.

Actualización de Política de Anticorrupción

Cencosud reforzó su compromiso con la ética y la transparencia, actualizando la política de anticorrupción para fortalecer las prácticas y prevenir cualquier tipo de conductas que no se alineen con estándares establecidos en esta materia.



4.5 | Sostenibilidad: avances en Personas y cuidado del Planeta

Personas



Programa de mentorías Cenco Mujeres

En 2024 se completó el programa regional con la participación de 166 colaborado-res: 63 mentoras, 18 mentores y 85 mentees en los 6 países. Con un 85% de satisfacción y 1.500 horas de entrenamiento y mentorías, contribuyendo a potenciar el liderazgo femenino dentro la Compañía.

La neurodivergencia se integra a las cajas preferenciales

En Supermercados Chile se avanzó un paso más hacia la inclusión al capacitar +8.500 colaboradores en temas de neurodivergencia en la atención de las cajas preferenciales, asegurando una experiencia más inclusiva en los 251 locales de Jumbo y Santa Isabel.

Planeta



Programa de “Rescate de Alimentos”

Durante 2024, Cencosud ha impulsado el programa de rescate de alimentos, logrando recuperar más de 1.900 toneladas de alimentos a nivel regional.



4.6 | Sostenibilidad: reconocimientos

01

Premio Conecta por Red Pacto Global

La Red Pacto Global Chile otorgó a Supermercados Chile el 1er lugar en la categoría Planeta, por el programa de valorización de residuos orgánicos y economía circular.

02

Effie Awards 2024

Easy y Paris fueron reconocidos en los Effie Awards 2024 en Chile por su impacto y efectividad en marketing. Easy fue galardonado en la categoría Cambio Positivo y Bien Social, mientras que Paris destacó en la categoría Marketing Juvenil.

03

Premio Lealtad del consumidor NPS

Jumbo y Paris obtuvieron el 1er lugar en la categoría de Supermercados y Tiendas por Departamento, respectivamente, en el Premio Lealtad del Consumidor 2024. Este reconocimiento, otorgado por Alco Consultores, se basa en la opinión de 16.000 clientes, reflejando la confianza y preferencia depositadas en ambas marcas.

04

Ranking Merco Talento Universitario

Por 5to año consecutivo, Cencosud es la mejor empresa para trabajar en Chile en el sector holding empresarial y N°8 del ranking general, subiendo 8 posiciones desde el año 2023.

05

Ranking de Reputación Merco Empresas

Cencosud fue elegido con el 1er lugar dentro de la categoría Holding Empresarial en Chile, ocupando el puesto N°14 dentro del ranking general. Por su parte, Cencosud Perú avanzó 7 posiciones en el ranking, logrando el 2do lugar en el sector autoservicios y alcanzando el puesto N° 30 en el ranking general.



4.7 | Información Importante

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Cencosud S.A. ("Cencosud") únicamente con fines informativos, no debe ser interpretada como una solicitud o una oferta para comprar o vender valores y no debe ser entendido como consejo de inversión o de otro tipo. Ninguna garantía, expresa o implícita, se proporciona en relación con la exactitud, integridad y confiabilidad de la información contenida en el presente documento. Las opiniones expresadas en esta presentación están sujetas a cambios sin previo aviso y Cencosud no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en el presente documento. La información contenida en este documento no pretende ser completa.

Cencosud y sus respectivas filiales, directores, socios y empleados no aceptan responsabilidad alguna por cualquier pérdida o daño de cualquier tipo que surja de la utilización de la totalidad o parte de este material.

Esta presentación puede contener afirmaciones que son, a futuro, sujetas a riesgos e incertidumbres, factores que se basan en las expectativas actuales y proyecciones sobre eventos futuros y tendencias que pueden afectar al negocio de Cencosud. Se le advierte que dichas prospectivas no son garantías de rendimiento futuro. Hay varios factores que pueden afectar negativamente a las estimaciones y supuestos en que se basan estas declaraciones a futuro, muchos de los cuales están fuera de nuestro control.

