

# Press Release

Cuarto Trimestre 2024



## Información de Conferencia de Resultados



**Fecha**  
07 de marzo  
2025

**Hora**  
Chile 12:00 PM  
EST 10:00 AM  
GMT 03:00 PM

[Ingresar >](#)

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

Los **ingresos** reportados de la Compañía en el 4T24 crecieron 46,2% respecto a igual periodo del año anterior. Excluyendo el ajuste por hiperinflación de Argentina, los ingresos crecen 1,7% frente al 4T23. Destaca en el trimestre el mejor desempeño de todos los negocios de **Chile**, donde los ingresos crecen 5,4% a/a producto de las continuas mejoras en la propuesta de valor y un mayor flujo de turistas. Por otra parte, **Estados Unidos** incrementó sus ingresos 12,8% en CLP durante el trimestre, destacando la apertura de seis tiendas en los estados de Illinois, Maryland, Kentucky y Massachusetts, sumado a un crecimiento del 23,8% en moneda local en ventas de comercio electrónico. Destaca también el crecimiento de **Perú** de 12,0% a/a en CLP con un crecimiento de la venta por sobre la inflación. **Argentina** registró una caída de ingresos en CLP de 10,3% antes del ajuste por hiperinflación. Los ingresos de **Brasil** y **Colombia** se mantienen relativamente estables aún en escenarios de consumo desafiantes.

El **EBITDA Ajustado** reportado en el cuarto trimestre del año creció 29,9% influenciado por el ajuste por hiperinflación de Argentina. Al excluir este ajuste, el EBITDA Ajustado del 4T24 se contrajo 16,7% a/a. El **EBITDA Ajustado excluyendo la operación de Argentina** aumenta 3,3% durante el trimestre, alcanzando un margen EBITDA de 10,1%. Los Supermercados en **Chile** aumentaron su EBITDA Ajustado un 7,4% a/a durante el 4T24, acompañados de importantes crecimientos en Centros Comerciales (+21,6% a/a), Mejoramiento del Hogar (+29,2%) y Tiendas por Departamento (+83,6% a/a). En **Estados Unidos** el EBITDA Aj. se incrementó 11,2% a/a en CLP producto de las nuevas aperturas y una expansión de 116 bps en el margen bruto. De igual manera, **Colombia** duplicó su EBITDA Aj. a/a, reflejo de los ajustes en el *mix* de productos y optimización de espacios, confirmando un cambio de tendencia respecto a trimestres anteriores. Por último, **Perú** aumentó su EBITDA Aj. en 9,0% a/a en CLP, entregando resultados consistentes trimestre a trimestre.



**5.010**  
**USD MM**  
**+46,2% a/a**  
Ingresos



**482**  
**USD MM**  
**+29,9% a/a**  
EBITDA Ajustado



**9,6%**  
**-121 bps a/a**  
Margen EBITDA



**38**  
**USD MM**  
Utilidad Neta

<sup>1</sup> Cifras destacadas incluyen impacto por hiperinflación en Argentina (NIC29). Tipo de cambio utilizado: CLP 962,6 (promedio del trimestre).  
**Nota:** a/a refiere a año contra año.

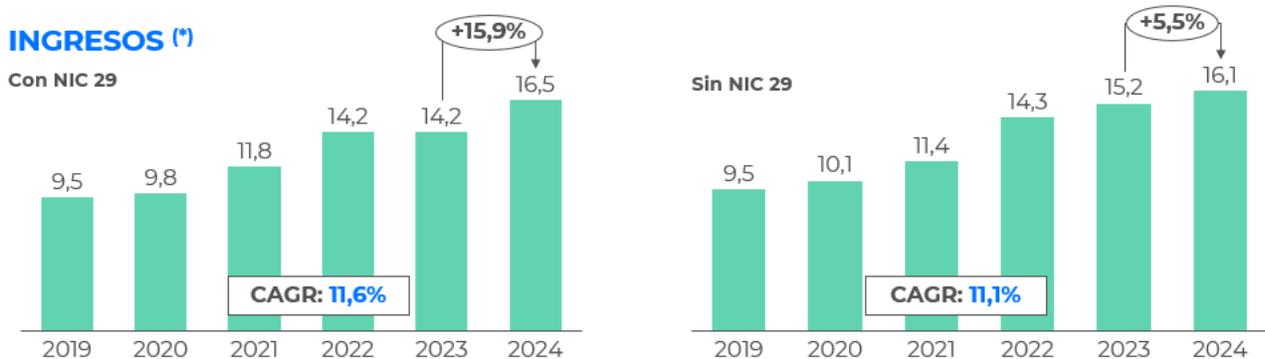
**La Utilidad Neta** reportada alcanzó los CLP 36.123 millones disminuyendo -66,7% a/a (-78,0% a/a excluyendo el ajuste por hiperinflación de Argentina), principalmente por tres efectos puntuales: revalúo negativo en Argentina, mayores impuestos diferidos e impactos por devaluación del peso frente al dólar. Por último, la Utilidad Líquida Distribuible del cuarto trimestre alcanzó los CLP 39.664 millones, una contracción de -38,4% a/a.



# Mensaje del Gerente General, Rodrigo Larraín

Hemos finalizado el 2024 con un enfoque renovado en nuestra estrategia, habiendo reforzado nuestro Gobierno Corporativo y estructuras para **seguir entregando la mejor propuesta de valor a nuestros clientes y generar crecimiento sostenible y rentable para nuestros accionistas**. Nuestro plan, presentado en el CencoDay a inicios de 2025, se centra en acelerar el crecimiento orgánico, fomentar la innovación, fortalecer el ecosistema físico-digital, desarrollar nuevas fuentes de ingresos y mejorar la eficiencia operativa.

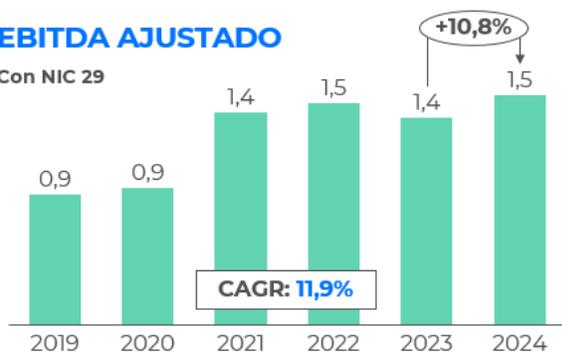
**Durante el cuarto trimestre de 2024 logramos avances clave.** En **Chile**, la optimización del *mix* de productos, el desarrollo de Marcas Propias y la innovación impulsaron el crecimiento de ventas y la expansión del margen EBITDA en todos los negocios. El plan de Expansión de **Estados Unidos** muestra importantes progresos aumentando nuestra presencia en América del Norte. En **Colombia**, se revirtió la tendencia que traíamos, duplicando el EBITDA respecto al mismo periodo de 2023 gracias a mejoras en la propuesta comercial y eficiencia operativa. En **Perú**, alcanzamos la mayor rentabilidad anual histórica con un margen EBITDA del 11,5%. En **Argentina**, a pesar de la desaceleración económica -y la alta base de comparación con el año anterior-, vemos un negocio en recuperación gradual en el último trimestre con perspectivas favorables en 2025. La adquisición de Supermercados Makro y Basualdo fortalece nuestra presencia y nos introduce al formato *Cash & Carry en el país*, formato que ya operamos en Brasil. A pesar del contexto desafiante, en **Brasil**, las nuevas tiendas de Prezunic y GIGA muestran mejoras en rentabilidad. Además, la venta de la operación de Bretas en Minas Gerais nos permitirá concentrar esfuerzos y recursos en mercados con mayor potencial de crecimiento y rentabilidad.



(\*) CAGR (Compounded Annual Growth Rate) entre 2019 y 2024.  
Cifras en CLP billones.

## EBITDA AJUSTADO

Con NIC 29



Sin NIC 29



Con todo lo anterior, los **ingresos consolidados reportados** de Cencosud en 2024 alcanzaron los CLP 16.493.815 millones logrando un crecimiento de 15,9% respecto a 2023 y consolidando un crecimiento anual compuesto de 11,6% desde 2019. El **EBITDA ajustado reportado del año** finalizó en CLP 1.531.193 millones, un aumento de 10,8% respecto al año anterior con un crecimiento anual compuesto de 11,9% desde 2019. Ambas cifras son reflejo de nuestro compromiso sostenido con el crecimiento rentable. En comparación a nuestras estimaciones para 2024 (*Guidance*), logramos sobrepasar la proyección de ingresos en un 6,2%, en tanto nuestro EBITDA estuvo 2,5% bajo lo estimado.

En este contexto de crecimiento durante 2024, logramos también **fortalecer la posición financiera** de Cencosud, alcanzando un nivel de endeudamiento medido por el *Leverage* Neto que alcanzó 3,0 veces, 32 décimas más bajo que el cierre del 2023.

En 2025, **continuaremos avanzando con disciplina en nuestra estrategia de innovación, crecimiento rentable y fortalecimiento de nuestro ecosistema global.**



# 1. Hechos relevantes & reconocimientos

## Hechos relevantes

- **Acuerdo comercial entre Cencosud Brasil y Bradesco**

En el mes de noviembre, Cencosud Brasil y Banco Bradesco celebraron un contrato por la asociación comercial para la oferta de tarjetas de crédito por parte de Bradesco en Brasil, reemplazando en su totalidad el acuerdo *Joint Venture* que rige desde agosto de 2011. La terminación anticipada del *Joint Venture* implicó el reconocimiento de ingresos por un monto de CLP 18.177 millones para la división de Retail Financiero de Cencosud Brasil, provenientes de saldos de ingresos diferidos.

- **Avance en plan de crecimiento 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 m<sup>2</sup> de sala de venta.



- **Paris Parade 2024**

Durante el mes de diciembre, Paris realizó la décima tercera versión del Paris Parade, el desfile navideño más grande de Sudamérica, logrando congregarse a cerca de 1 millón y medio de asistentes. Un 90% de los asistentes declaró que el Paris Parade es “un evento que une a los chilenos”.

- **Nueva Marca en Paris**

Paris potencia la exclusividad, calidad y variedad de su oferta al sumar la línea exclusiva de vestuario y accesorios de Cecilia Bolocco, una reconocida figura de la moda y belleza en Chile. Esta nueva línea de productos se comercializa tanto a través de *corners* en tiendas físicas como de Paris.cl y su app Paris.

## Posterior al cierre del trimestre

- **CencoDay**

El día 15 de enero, Cencosud llevó a cabo su CencoDay 2025, un evento que congregó física y virtualmente a cerca de 100 representantes de bancos de inversión, clasificadoras de riesgo, *family office*, entre otros agentes del mercado. En esta instancia, la administración de la Compañía presentó al mercado su nuevo foco estratégico y perspectivas hacia el futuro luego de cumplir Rodrigo Larraín, Gerente General, su primer año en el cargo.

- **Guidance 2025**

En enero, durante el CencoDay 2025, Cencosud publicó su *Guidance 2025*, anunciando una inversión estimada de USD 610 millones para el año, incluyendo la apertura de 28 tiendas, la ampliación y remodelación de 7 centros comerciales, nueva inversión en el Ecosistema Retail, entre otros. La Compañía anunció además ingresos y EBITDA estimados por ~USD 17.950 millones y ~USD 1.870 millones para el 2025.

- **Adquisición de Makro y Basualdo**

Cencosud entra al formato mayorista en Argentina tras la adquisición de Makro y Basualdo. El acuerdo fue suscrito por un monto de USD 122,5 millones, el cual se financiará con recursos propios disponibles. La transacción está sujeta a la aprobación del regulador local, por lo que la fecha de integración aún está por definirse.

- **Venta de Activos de Bretas en Minas Gerais, Brasil**

Durante el mes de febrero la Compañía anunció un acuerdo de venta por su operación de Bretas en el estado de Minas Gerais, como parte de la reformulación de su operación en Brasil por USD ~123 millones<sup>(2)</sup>, permitiendo enfocar sus esfuerzos y recursos en zonas geográficas más rentables. La transacción involucra la venta y cesión de arriendo de 54 tiendas, 1 centro de distribución y 8 estaciones de servicio. Cencosud mantendrá la propiedad y exclusividad de la marca Bretas, y continuará con su operación en las 26 tiendas en el estado de Goiás bajo esta bandera.

## Reconocimientos

- **Premio Conecta por Red Pacto Global**

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

- **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*.

- **Premio Lealtad del consumidor NPS**

Jumbo y Paris obtuvieron el 1<sup>er</sup> 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 en Chile, reflejando la confianza y preferencia depositadas en ambas marcas.

---

<sup>2</sup> Monto que será ajustado al momento del cierre de la operación en función del capital de trabajo neto y otras condiciones establecidas en el contrato. La transacción está sujeta a la aprobación del Consejo Administrativo de Defensa Económica de Brasil (CADE).

- **Ranking Merco Talento Universitario**

Por 5<sup>to</sup> año consecutivo, Cencosud fue elegida la mejor empresa para trabajar en Chile en el sector Holding Empresarial y N°8 del ranking general, mejorando 8 posiciones desde el año 2023.

- **Ranking de Reputación Merco Empresas**

Cencosud fue elegido con el 1<sup>er</sup> 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 2<sup>do</sup> lugar en el sector autoservicios y alcanzando el puesto N° 30 en el ranking general.

## 2. Sostenibilidad

### 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”.

- **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* (proveedores, clientes, colaboradores e inversionistas), 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.

### Personas

- **Programa de mentorías Cenco Mujeres**

En 2024 se completó el programa regional con la participación de 166 colaboradores: 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.

## Producto

- **Estudio de Consumo Responsable**

Cencosud Perú, a través de Wong y Metro, llevaron a cabo su primer “Estudio de Consumo Responsable”, con el objetivo de identificar las principales preocupaciones y expectativas de los consumidores en relación con la sostenibilidad y prácticas responsables en supermercados.

# 3. Datos Financieros Destacados del Trimestre

## 3.1 Estado de Resultados Consolidado 4T24 <sup>(3)</sup>

CLP millones	Reportado			Excl. NIC 29		
	4T24	4T23	Var %	4T24	4T23	Var %
Ingresos Online	466.969	314.056	48,7%	435.656	421.220	3,4%
Ingresos Offline	4.130.062	2.854.773	44,7%	3.853.116	3.828.888	0,6%
Otros Ingresos	225.228	130.200	73,0%	210.125	174.627	20,3%
<b>Total Ingresos</b>	<b>4.822.259</b>	<b>3.299.029</b>	<b>46,2%</b>	<b>4.498.898</b>	<b>4.424.735</b>	<b>1,7%</b>
Ganancia Bruta	1.484.288	943.287	57,4%	1.373.633	1.402.347	-2,0%
<b>Margen Bruto</b>	<b>30,8%</b>	<b>28,6%</b>	<b>219 bps</b>	<b>30,5%</b>	<b>31,7%</b>	<b>-116 bps</b>
GAV	-1.137.217	-701.901	62,0%	-1.037.162	-992.320	4,5%
<b>R. Operacional</b>	<b>296.613</b>	<b>279.729</b>	<b>6,0%</b>	<b>284.353</b>	<b>438.389</b>	<b>-35,1%</b>
<b>R. No Operacional</b>	<b>-216.360</b>	<b>-151.185</b>	<b>43,1%</b>	<b>-190.564</b>	<b>-92.806</b>	<b>105,3%</b>
Impuestos	-44.130	-20.185	118,6%	-11.266	28.826	N.A.
<b>Utilidad Neta</b>	<b>36.123</b>	<b>108.359</b>	<b>-66,7%</b>	<b>82.523</b>	<b>374.409</b>	<b>-78,0%</b>
Utilidad excluyendo Revaluación de Activos	59.602	89.441	-33,4%	N.A.	N.A.	N.A.
Utilidad Líquida Distribuible	39.664	64.359	-38,4%	N.A.	N.A.	N.A.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>464.238</b>	<b>357.439</b>	<b>29,9%</b>	<b>435.987</b>	<b>523.628</b>	<b>-16,7%</b>
<b>Mg, EBITDA Ajustado</b>	<b>9,6%</b>	<b>10,8%</b>	<b>-121 bps</b>	<b>9,7%</b>	<b>11,8%</b>	<b>-214 bps</b>

<sup>3</sup> El Estado de Resultados detallado y el efecto de la hiperinflación en Argentina están disponibles en el Anexo de este informe.

### 3.2 Ventas online 4T24 <sup>(4)</sup>



Penetración online

**10,1%**



Tickets online Total

**8,0 MM**



Venta online

**453 USD MM**

CLP millones	Venta online		% vs 2023	
	4T24	4T23	Δ CLP	Δ ML
Chile	313.955	299.707	4,8%	4,8%
Argentina	34.743	49.326	-29,6%	62,9%
EE.UU.	40.573	30.487	33,1%	23,8%
Brasil	12.652	13.627	-7,2%	1,6%
Perú	20.544	15.524	32,3%	21,6%
Colombia	13.189	12.549	5,1%	24,6%
<b>TOTAL</b>	<b>435.656</b>	<b>421.220</b>	<b>3,4%</b>	<b>N.A</b>

Penetración online	4T24	4T23	Δ bps
<b>Supermercados</b>	<b>8,2%</b>	<b>7,8%</b>	<b>50</b>
SM Chile	13,5%	12,8%	64
SM Argentina	3,6%	4,7%	-103
SM Estados Unidos	7,2%	6,1%	109
SM Brasil	3,0%	2,9%	14
SM Perú	5,8%	4,9%	90
SM Colombia	5,1%	5,0%	14
<b>Mejoramiento del Hogar</b>	<b>9,5%</b>	<b>9,9%</b>	<b>-42</b>
<b>Tiendas por Departamento</b>	<b>27,0%</b>	<b>28,7%</b>	<b>-176</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,8%</b>	<b>32</b>

<sup>4</sup> Las cifras de ventas en línea (excluyendo la NIC 29) reflejan información 1P, incluidas las ventas con operadores de última milla.

### 3.3 Marcas Propias

Los productos de Marcas Propias alcanzaron una penetración de 17,6% en el trimestre (-29 bps a/a). A nivel general, destaca Argentina con un aumento total en la penetración de Marcas Propias de 160 bps a/a, dada la mayor tracción en clientes de estas categorías frente a las de terceros, en un contexto de menores niveles de consumo en el país. **Las Marcas Propias Food tuvieron un mejor desempeño frente a terceros en todas las operaciones en LATAM, con un crecimiento de la penetración de casi 1 punto (~90 bps)** frente al 4T23, apalancado en innovación y mejor gestión de la cartera de productos.

Por otra parte, Estados Unidos contrajo su penetración hasta un 29,7% debido a un reordenamiento del portafolio de Marcas Propia, sin embargo, la innovación y desarrollo de nuevos productos buscan continuar fortaleciendo estas categorías a futuro.

Las Marcas Propias *Non-Food* continuaron su desarrollo durante el 4T24 rompiendo tendencia y mejorando su penetración frente al trimestre precedente, a pesar de una contracción de 108 bps a/a. Además, en línea con la estrategia de nuevas marcas y mejora constante, se lanzó la nueva marca de equipaje de viaje Cross Check, sumado a una propuesta renovada y más atractiva de marcas existentes, mediante el desarrollo de *packaging*, nuevos formatos, entre otros.



### Penetración Marcas Propias

	<i>Food</i>		<i>Non-Food</i>		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%
<b>Total</b>	<b>15,7%</b>	<b>15,8%</b>	<b>22,6%</b>	<b>23,7%</b>	<b>17,6%</b>	<b>17,9%</b>

### 3.4 Capex

Durante el 4T24, la Compañía inauguró 10 tiendas en 4 países, sumando 10.054 m<sup>2</sup> de sala de ventas a su total. En Chile, se abrieron 2 tiendas Spid en la ciudad de Santiago. A su vez, en Argentina se inauguró una nueva tienda Jumbo en la ciudad de Buenos Aires.

Por su parte, The Fresh Market abrió 6 nuevas tiendas durante el trimestre en los estados de Illinois, Maryland, Kentucky y Massachusetts, sumando 6.879 m<sup>2</sup> de sala de venta, fortaleciendo su posicionamiento en la región. Además, se inauguró una tienda Wong de 1.785 m<sup>2</sup> en la zona de Punta Hermosa. Con esto, la Compañía abrió un total de 28 tiendas nuevas inauguradas durante 2024, incorporando en torno a 40.000 m<sup>2</sup>.



4T24	Aperturas		Transformaciones		Remodelac.	Cierres	
	#	M <sup>2</sup>	#	M <sup>2</sup>	#	#	M <sup>2</sup>
Chile	2	314	-	-	19	1 <sup>(5)</sup>	6.245
Argentina	1	1.076	-	-	-	-	-
EE.UU.	6	6.879	-	-	-	-	-
Brasil	-	-	-	-	-	3	375
Perú	1	1.785	-	-	1	-	-
Colombia	-	-	-	-	2	-	-
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>10.054</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>4</b>	<b>6.620</b>

## 4. Desempeño por País <sup>(6)</sup>

### 4.1 Resultados 4T24

Ingresos	4T24	4T23	% vs 2023	
	CLP MM	CLP MM	Δ %	ML Δ %
Chile	2.017.685	1.914.877	5,4%	5,4%
Argentina	834.664	930.451	-10,3%	106,9%
EE.UU.	565.150	500.859	12,8%	4,9%
Brasil	446.730	484.932	-7,9%	0,8%
Perú	362.420	323.717	12,0%	2,9%
Colombia	272.249	269.900	0,9%	-1,0%
<b>Total</b>	<b>4.498.898</b>	<b>4.424.735</b>	<b>1,7%</b>	<b>N.A.</b>

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Para fines comparativos y de análisis del desempeño empresarial, las cifras excluyen los efectos de las economías hiperinflacionarias (NIC 29).

EBITDA Ajustado	4T24	4T23	% vs 2023	
	CLP MM	CLP MM	Δ %	ML Δ %
Chile	233.014	228.644	1,9%	1,9%
Argentina	66.851	166.387	-59,8%	-10,0%
EE.UU.	64.223	57.753	11,2%	2,1%
Brasil	18.450	26.028	-29,1%	-22,6%
Perú	44.534	40.844	9,0%	-0,1%
Colombia	8.916	3.972	N.A.	N.A.
<b>Total</b>	<b>435.987</b>	<b>523.628</b>	<b>-16,7%</b>	<b>N.A.</b>

## 4.2 Same Store Sales

Variación en Moneda local	Same Store Sales	
	4T24	4T23
<b>Supermercado</b>		
Chile	2,2%	-0,5%
Argentina	110,8%	201,7%
EE.UU.	2,0%	1,2%
Brasil	-4,7%	-2,6%
Perú	2,7%	-2,5%
Colombia	-0,2%	-7,9%
<b>Mejoramiento del Hogar</b>		
Chile	8,5%	-14,1%
Argentina	86,4%	200,1%
Colombia	-9,1%	-25,2%
<b>Tiendas por Departamento</b>		
Chile	11,7%	-1,7%

## 4.3 Chile

### Hitos del trimestre:

- ♦ **Margen EBITDA se expande en todos los negocios en Chile** comparado con el 4T23
- ♦ Crecimiento de **ingresos por sobre inflación** en mejoramiento del hogar y tiendas por departamento
- ♦ Cambio de estrategia comercial y reducción de gastos de Mejoramiento del Hogar impulsaron una **expansión de margen EBITDA a/a**, logrando llegar al **doble dígito (10,9%)** en el 4T24



INGRESOS	4T24		4T23		vs 2023
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %
Supermercados	1.331.354	29,6%	1.289.889	29,2%	3,2%
Centros Comerciales	71.427	1,6%	59.414	1,3%	20,2%
Mejoramiento del Hogar	210.474	4,7%	197.839	4,5%	6,4%
Tiendas por Departamento	399.235	8,9%	364.820	8,2%	9,4%
Otros	5.195	0,1%	2.915	0,1%	78,2%
<b>Ingresos</b>	<b>2.017.685</b>	<b>44,8%</b>	<b>1.914.877</b>	<b>43,3%</b>	<b>5,4%</b>

EBITDA Ajustado	4T24		4T23		vs 2023
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %
Supermercados	183.470	13,8%	170.882	13,2%	7,4%
Centros Comerciales	56.936	79,7%	46.820	78,8%	21,6%
Mejoramiento del Hogar	23.021	10,9%	17.823	9,0%	29,2%
Tiendas por Departamento	37.645	9,4%	20.507	5,6%	83,6%
Servicios Financieros	-4.983	N.A.	3.239	N.A.	-253,8%
Otros	-63.075	N.A.	-30.629	N.A.	105,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>233.014</b>	<b>11,5%</b>	<b>228.644</b>	<b>11,9%</b>	<b>1,9%</b>

## Supermercados

Durante el 4T24 los **ingresos** aumentaron 3,2% frente al 4T23. Este crecimiento se explica en parte por un alza de la venta *online* de 8,2% a/a, principalmente a través del canal *online* propio producto de una ganancia de participación de mercado. Adicionalmente, durante el trimestre se registró un incremento tanto de la cantidad de *tickets*, como del *ticket* promedio frente al 4T23.

El **EBITDA Ajustado** tuvo un crecimiento de 7,4% a/a, alcanzando un margen EBITDA de 13,8%. Esta mejora frente al 4T23 se explica por una expansión de 109 bps de margen bruto en el mismo período. La rentabilización del canal *online*, el continuo desarrollo de las Marcas Propias y la optimización de espacios en tienda contribuyeron a la mejora frente al año anterior.

## Mejoramiento del Hogar

Los **Ingresos** aumentaron 6,4% frente al 4T23, impulsados por un SSS de 8,5% en el trimestre. Un cambio en el *mix* de productos, una propuesta renovada de Marcas Propias y el crecimiento en ventas por sobre la media del canal mayorista contribuyeron a la mejora año contra año.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 29,2% a/a, logrando un margen EBITDA de 10,9%, el mejor margen EBITDA trimestral de los últimos 2 años. El incremento de los ingresos a/a, sumado a una reducción del gasto de 6,6% contribuyó a expandir el margen EBITDA en 193 bps.

### Aumento venta *online* Supermercados a/a



+8,2%

### Margen EBITDA Ajustado SM



13,8%

## Tiendas por Departamento

Los **ingresos** del trimestre se incrementaron 9,4% a/a, impulsados por un mejor desempeño en las ventas físicas (SSS de 11,7%), producto del mayor foco en experiencia en tienda y desarrollo de Marcas Propias. Además, destaca durante el trimestre el lanzamiento de la línea de vestuario y accesorios de Cecilia Bolocco en Paris, ampliando la oferta de productos exclusivos en Paris.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 83,6% a/a, logrando un margen EBITDA Ajustado de 9,4%, el más alto desde 4T21 y equivalente a una expansión de 381 bps vs 4T23. La mayor rentabilidad vs 4T23 se explica por una expansión del margen bruto de 145 bps producto de un mayor foco en Marca Propia y productos exclusivos, además de una reducción del gasto de 1,1% como resultado de la ejecución de medidas de eficiencia.



## Centros Comerciales

Los **ingresos** se incrementaron 20,2% frente al 4T23 como consecuencia de la colocación de más de 22.000 m<sup>2</sup> de GLA frente al 4T23, en adición a un incremento de la venta de locatarios de 10,2% 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 21,6% a/a, lo que se traduce en una expansión de 91 bps del margen EBITDA Ajustado como resultado de una mejora del margen bruto de 115 bps a/a.

## Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** registró un resultado negativo en el trimestre, explicado en gran medida por un mayor cargo por riesgo, sumado a mayores gastos operativos. Lo anterior fue compensado parcialmente por el incremento de la cartera y un menor costo de fondeo.

## 4.4 Argentina <sup>(7)</sup>

### Hitos del trimestre:

- ♦ **Centros Comerciales expandió su margen EBITDA 463 bps** frente al 4T23
- ♦ **Crecimiento de los gastos por debajo de inflación interanual** en Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales refleja foco en eficiencia de la operación



<sup>7</sup> Inflación 2024 de Argentina fue de 117,8%.

	4T24		4T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercados	550.787	12,2%	599.401	13,5%	-8,1%	110,4%
Centros Comerciales	28.700	0,6%	27.178	0,6%	5,6%	140,8%
Mejoramiento del Hogar	221.065	4,9%	269.546	6,1%	-18,0%	92,2%
Servicios Financieros	33.743	0,8%	37.181	0,8%	-9,2%	112,7%
Otros	368	0,0%	-2.855	-0,1%	N.A.	N.A.
<b>Ingresos</b>	<b>834.664</b>	<b>18,6%</b>	<b>930.451</b>	<b>21,0%</b>	<b>-10,3%</b>	<b>106,9%</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>66.851</b>	<b>8,0%</b>	<b>166.387</b>	<b>17,9%</b>	<b>-59,8%</b>	<b>-10,0%</b>

### Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 110,4% en ARS y disminuyeron 8,1% en CLP año contra año. El crecimiento en moneda local se compara con una inflación anual de alimentos de 94,7% a diciembre. El crecimiento por sobre inflación de alimentos se explica en parte por una mayor tracción de las Marcas Propias, generando un mayor tráfico en tienda.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó 15,5% en moneda local y 61,3% en CLP respecto al mismo periodo del año anterior. Lo anterior, se explica por un aumento de las tarifas de servicios básicos y limpieza y seguridad.

### Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** tuvieron un incremento de 92,2% en ARS y disminuyeron 18,0% en CLP, explicado principalmente por la contracción del consumo, especialmente en los negocios discrecionales y la menor actividad en la industria de la construcción

El **EBITDA Ajustado** registró una contracción de 23,5% en ARS y de 65,1% 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 140,8% en ARS y 5,6% en CLP. Tanto la mayor venta de locatarios (+130,2% a/a) como la expansión de la ocupación de 247 bps a/a contribuyeron a la mejora frente al 4T23.

El **EBITDA Ajustado** creció un 156,5% en ARS y 15,9% en CLP en comparación con el 4T23 producto del foco en mejorar la eficiencia por metros cuadrados dentro de los centros comerciales.

**Margen EBITDA  
Centros Comerciales**



**+463**  
bps a/a

## Servicios Financieros

Los **ingresos** aumentaron 112,7% en moneda local y cayeron 9,2% en CLP. El crecimiento de los ingresos en moneda local se explica por el crecimiento de la cartera por debajo de inflación interanual, en un contexto de contracción de la economía y el consumo.

El **EBITDA Ajustado** creció 20,0% en ARS y decreció 48,2% en CLP, producto de un aumento del cargo por riesgo y una menor cartera, parcialmente compensado por un menor costo de fondeo por la reducción de tasas en el país.

## 4.5 Estados Unidos



### Hitos del trimestre:

- El **margen EBITDA del trimestre fue de 11,4% en CLP** a pesar de impactos financieros extraordinarios asociados a los recientes huracanes Milton y Helene, 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)
- Campañas de Navidad y Día de Acción de Gracias (*Thanksgiving*) finalizaron con **resultados récord** en el 4T24
- Venta E-commerce crece 23,8%** a/a, alcanzando una **penetración de 7,2%** sobre el total de venta

	4T24		4T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercados	565.150	12,6%	500.859	11,3%	12,8%	4,9%
Otros	0	0,0%	0	0,0%	N.A.	N.A.
<b>Ingresos</b>	<b>565.150</b>	<b>12,6%</b>	<b>500.859</b>	<b>11,3%</b>	<b>12,8%</b>	<b>4,9%</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>64.223</b>	<b>11,4%</b>	<b>57.753</b>	<b>11,5%</b>	<b>11,2%</b>	<b>2,1%</b>

## Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 4,9% en USD y de 12,8% en CLP año contra año. Esta mejora se debe en gran medida al aumento de 23,8% de la venta *online*, llegando a un 7,2% de penetración sobre el total de ventas, sumado a un incremento tanto del *ticket* promedio como de la cantidad de *tickets* frente al 4T23. Por otro lado, durante el trimestre se inauguraron 6 nuevas tiendas, lo que sumó más de 6.800 m<sup>2</sup> a la superficie de ventas en comparación con el cuarto trimestre de 2023.

**Penetración online**  
 **7,2%**  
 + 109 bps a/a

El **EBITDA Ajustado** aumentó 5,1% en moneda local y 14,4% en pesos chilenos a/a, explicado por el aumento de los ingresos, compensado en parte por gastos de preapertura de tiendas en desarrollo próximas a iniciar operación.

## 4.6 Brasil



### Hitos del trimestre:

- ◆ **Nuevo acuerdo comercial con Banco Bradesco** para la comercialización de tarjetas de crédito en Brasil
- ◆ Avances en el Ecosistema Digital, con **crecimientos en ventas de doble dígito a/a para Retail Media**

	4T24		4T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercados	427.175	9,5%	484.623	11,0%	-11,9%	-3,5%
Servicios Financieros	19.555	0,4%	309	0,0%	6.220,0%	6.733,2%
<b>Ingresos</b>	<b>446.730</b>	<b>9,9%</b>	<b>484.932</b>	<b>11,0%</b>	<b>-7,9%</b>	<b>0,8%</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>18.450</b>	<b>4,1%</b>	<b>26.028</b>	<b>5,4%</b>	<b>-29,1%</b>	<b>-22,6%</b>

### Supermercados

En el 4T24, los **ingresos** decrecieron 3,5% en BRL y 11,9% en CLP en comparación con 4T23, impactado por mayores niveles de competencia y un entorno desafiante para el consumo. Sin embargo, las recientes aperturas de tiendas Prezunic y GIGA continúan mejorando su madurez y rentabilidad.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó en moneda local y en CLP frente al 4T23. Lo anterior se debe a una contracción del margen bruto producto de una mayor intensidad promocional en el mercado brasileño, además de presiones en gasto.

### Servicios Financieros

Durante el trimestre, el **EBITDA Ajustado** se expandió considerablemente al registrar ingresos extraordinarios por CLP 18.177 (previamente mantenidos como saldos por ingresos diferidos) producto del término anticipado del *Joint Venture* vigente junto a Banco Bradesco, el cuál fue reemplazado por un nuevo acuerdo comercial por 8 años con el mismo socio.

## 4.7 Perú



### Hitos del trimestre:

- ♦ En el año 2024, Perú **logró un margen EBITDA Ajustado récord de 11,5%**, impulsado por una mayor eficiencia en el gasto respecto a 2023 <sup>(8)</sup>
- ♦ Apertura de **nueva tienda Wong Km40** marca el comienzo del nuevo ciclo de crecimiento orgánico en el país
- ♦ La venta *online* de Supermercados creció **21,6% a/a**, apalancada de un incremento de 36,7% del total de suscritos al programa Wong Prime y el desarrollo de un nuevo canal de venta mayorista *online* a través de Metro Almacén

	4T24		4T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercados	354.004	7,9%	316.706	7,2%	11,8%	2,7%
Centros Comerciales	7.958	0,2%	6.759	0,2%	17,7%	8,5%
Otros	458	0,0%	252	0,0%	81,8%	67,4%
<b>Ingresos</b>	<b>362.420</b>	<b>8,1%</b>	<b>323.717</b>	<b>7,3%</b>	<b>12,0%</b>	<b>2,9%</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>44.534</b>	<b>12,3%</b>	<b>40.844</b>	<b>12,6%</b>	<b>9,0%</b>	<b>-0,1%</b>

### Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 2,7% en PEN y 11,8% en CLP frente al 4T23, a pesar del cierre de 4 tiendas durante 2024. El SSS de supermercados fue de 2,7%, superando la inflación interanual, lo que refleja un sólido desempeño operativo. Las ventas del canal *online* impulsaron la venta al expandirse un 21,6% a/a, 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. Por otra parte, la campaña de Navidad en 4T24 registró un mejor desempeño frente a la campaña de 2023.

**Margen EBITDA Ajustado Perú 4T24**



**12,3%**

El **EBITDA Ajustado** aumentó un 9,7% en PEN y creció un 19,8% en CLP año contra año. Lo anterior se explica por la expansión de margen bruto frente al 4T23, adicionalmente a una

<sup>8</sup> Excluyendo 2019, año en el cual el margen EBITDA de Perú registró un impacto positivo extraordinario por la venta del 51% del negocio de Retail Financiero a Scotiabank.

reducción del gasto, resultado de la ejecución de medidas de eficiencia tanto en tienda como de *back-office*.

## Centros Comerciales

Los **ingresos** del trimestre experimentaron un crecimiento de 8,5% en PEN y del 17,7% en CLP respecto al año anterior, atribuido al aumento de la venta de locatarios, especialmente en Cenco La Molina y Cenco Arequipa. La mejora en tráfico en Cenco Arequipa se explica por un mayor atractivo del centro comercial al contar con nuevos metros cuadrados asociados a entretención.

Por otra parte, el **EBITDA Ajustado** aumentó 5,7% en PEN y 14,6% en CLP, reflejo del incremento de los ingresos y un mayor control de los gastos de administración y ventas.

## Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** del 4T24 registró un resultado negativo frente al 4T23, pese a una recuperación gradual del negocio durante el año.

## 4.8 Colombia

### Hitos del trimestre:

- ♦ **Margen EBITDA más que se duplica a/a explicado por un aumento del margen bruto**, impulsado por mejoras en Mejoramiento del Hogar, Supermercados y Centros Comerciales
- ♦ **La venta online de Mejoramiento del Hogar creció 24,9% a/a**, favorecida tanto por una mayor recurrencia de compra como por un mayor *ticket* promedio

	4T24		4T23		% vs 2023	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
<b>INGRESOS</b>						
Supermercados	248.639	5,6%	247.175	5,6%	0,6%	-1,3%
Centros Comerciales	2.906	0,1%	2.582	0,1%	12,6%	10,8%
Mejoramiento del Hogar	20.132	0,4%	21.632	0,5%	-6,9%	-8,4%
Servicios Financieros	1.353	0,0%	-698	0,0%	-293,9%	-290,5%
Otros	-781	0,0%	-791	0,0%	-1,2%	-3,9%
<b>Ingresos</b>	<b>272.249</b>	<b>6,1%</b>	<b>269.900</b>	<b>6,1%</b>	<b>0,9%</b>	<b>-1,0%</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>8.916</b>	<b>3,3%</b>	<b>3.972</b>	<b>1,5%</b>	<b>124,4%</b>	<b>118,5%</b>

## Supermercados

Durante el 4T24 los **ingresos** disminuyeron un 1,3% en COP y aumentaron 0,6% en CLP. La caída en COP se da en un contexto de reducción de m<sup>2</sup> de sala de venta por achique de tiendas como parte del proceso de eficiencia, sumado a la contracción del consumo en octubre y leve recuperación en noviembre y diciembre y, compensado por un incremento en la venta de productos Non-Food, junto con una mayor venta a través del canal online.

El **EBITDA Ajustado** registró una disminución de 11,5% en COP y de 9,0% en CLP a/a, atribuido principalmente a un aumento en el gasto por sobre inflación, que fue compensado parcialmente por la expansión del margen bruto.

## Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** del 4T24 cayeron 8,4% en COP y 6,9% en CLP. Lo anterior se explica en gran medida por una débil actividad de la industria de la construcción y venta de nuevas viviendas, asimismo como por una mayor base de comparación frente al 4T23 dada la liquidación y posterior renovación del inventario. En tanto, la venta *online* compensó parcialmente la caída en ventas con un crecimiento de 24,9% a/a.

El **EBITDA Ajustado** se contrajo 40,7% en COP y 40,2% en CLP. Lo anterior se explica por un menor nivel de ingresos, además del incremento de los gastos de *back-office*, como *marketing* y sistemas.

## Centros Comerciales

Los **ingresos** crecieron 10,8% en moneda local y 12,6% en CLP frente al 4T23. Lo anterior se explica por principalmente una expansión de la ocupación de 67 bps frente al 4T23, junto con un aumento de las visitas de 24,1% en Altos del Prado. Adicionalmente, contribuyen al incremento de los ingresos los arriendos provenientes de los espacios habilitados por reducción de m<sup>2</sup> en tiendas de Mejoramiento del Hogar y Supermercados.

El **EBITDA Ajustado** creció un 22,1% en COP y 24,0% en CLP frente al 4T23 producto de la expansión del margen bruto y la reducción de gastos a/a, excluyendo depreciación y amortización.

## Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** refleja un resultado positivo frente al 4T23 producto de la mejora a/a en la utilidad del *Joint Venture*, el cual reflejó una menor utilidad durante el 4T23.

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

### 5.1 Balance Consolidado

	Reportado			Excl. NIC 29		
	DIC 24	DIC 23	%	DIC 24	DIC 23	%
	CLP MM			CLP MM		
Activos Corrientes	3.898.450	2.976.277	31,0%	3.884.898	2.948.619	31,8%
Activos No Corrientes	11.423.626	10.596.845	7,8%	10.210.924	9.956.448	2,6%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.322.076</b>	<b>13.573.123</b>	<b>12,9%</b>	<b>14.095.823</b>	<b>12.905.068</b>	<b>9,2%</b>
Pasivos Corrientes	4.248.607	3.798.928	11,8%	4.247.597	3.797.412	11,9%
Pasivos No Corrientes	5.762.173	5.496.566	4,8%	5.325.153	5.266.900	1,1%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>10.010.780</b>	<b>9.295.495</b>	<b>7,7%</b>	<b>9.572.750</b>	<b>9.064.312</b>	<b>5,6%</b>
Patrimonio de la controladora	4.679.049	3.670.612	27,5%	3.890.826	3.233.739	20,3%
Participaciones no controladoras	632.247	607.016	4,2%	632.247	607.016	4,2%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>5.311.297</b>	<b>4.277.628</b>	<b>24,2%</b>	<b>4.523.073</b>	<b>3.840.755</b>	<b>17,8%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS</b>	<b>15.322.076</b>	<b>13.573.123</b>	<b>12,9%</b>	<b>14.095.823</b>	<b>12.905.068</b>	<b>9,2%</b>

#### Activos

Al 31 de diciembre de 2024, el total de **Activos** se incrementó CLP 1.190.755 millones (excluyendo ajuste por hiperinflación de Argentina, NIC 29) en comparación a diciembre de 2023, producto de un aumento, tanto en los **Activos Corrientes** por CLP 936.279 millones, como en los **Activos No Corrientes** por CLP 254.476 millones.

- En los **Activos Corrientes**, las *Cuentas Comerciales por Cobrar* se incrementaron en CLP 328.881 millones (+46,9% frente a diciembre 2023), explicado principalmente por mayores saldos de cuentas por cobrar en Argentina, producto de un mayor uso de la tarjeta de crédito tanto en Supermercados como en Mejoramiento del Hogar. Además, el *Efectivo y Equivalentes al efectivo* se incrementó en CLP 259.519 millones en el mismo período, lo que se explica por la incorporación de un nuevo instrumento financiero de Fondos Mutuos calificado como Efectivo y equivalente.
- El aumento de los **Activos No Corrientes** se atribuye a un aumento de CLP 154.397 millones de *Propiedades de inversión*, como consecuencia de un ajuste al alza de su valorización, sumado a la incorporación de nuevos activos durante el año. Adicionalmente, *Activos intangibles distintos de la plusvalía* se incrementó CLP 77.449 millones, compensado parcialmente por una disminución de CLP 33.079 millones de *Activos por impuestos diferidos*.

<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 diciembre de 2024 el total de **Pasivos** registró un aumento de CLP 508.438 millones (excluyendo NIC 29) en comparación con diciembre de 2023, resultado que se atribuye a un aumento, tanto en los **Pasivos Corrientes** por CLP 450.185 millones, como en los **Pasivos No Corrientes** por CLP 58.253 millones.

- El aumento en los **Pasivos Corrientes** se explica por el aumento de CLP 485.362 millones de *Cuentas por pagar comerciales*, lo cual se explica por un incremento de las compras de inventario, con especial énfasis en Mejoramiento del Hogar a nivel regional. Lo anterior fue parcialmente compensado por la disminución de *Otros pasivos no financieros* por CLP 139.579 millones frente a diciembre, dado un menor devengo por dividendo mínimo producto del cambio de política para el cálculo de la Utilidad Líquida Distribuible, (en 2023 se excluía de la base el Ajuste por Hiperinflación)
- El aumento de los **Pasivos No Corrientes** se atribuye principalmente al aumento de *Otros pasivos financieros* por CLP 304.424 millones por mayores obligaciones con bancos y obligaciones con el público, por la incorporación del bono internacional emitido en mayo de 2024, compensado por la disminución en CLP 153.471 millones de *Pasivos por impuestos diferidos* frente a diciembre de 2023.

## Patrimonio

Al cierre del periodo, el **Patrimonio** se incrementó en CLP 682.318 millones, debido a un aumento de las *Ganancias (pérdidas) acumuladas* por un total de CLP 401.964 millones producto de un aumento en las utilidades acumuladas generadas durante el año, junto a un menor impacto negativo por CLP 255.044 millones de *Otras reservas*.

## 5.2 Ratios de Capital de Trabajo

Variación en CLP	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	4T24	4T23	Δ	4T24	4T23	Δ	4T24	4T23	Δ
Supermercados	41,0	39,6	1,4	13,1	10,5	2,5	40,0	43,0	-3,0
Mejoramiento del Hogar	134,1	89,9	44,2	24,8	16,8	8,0	49,0	51,0	-2,0
Tiendas por Departamento	94,6	90,5	4,1	7,3	12,8	-5,5	46,0	48,0	-2,0
Centros Comerciales	-	-	-	36,0	29,4	6,6	30,0	30,0	0,0
Retail Financiero	-	-	-	-	-	-	32,0	30,0	2,0

### Días de Inventario

Supermercados aumentó sus días de inventario en 1,4 días a/a por un aumento en los días de inventario de Argentina. En Mejoramiento del Hogar, se registró un incremento de 44,2 días, impulsada por la menor venta en Argentina al cierre de diciembre de 2024 y un incremento en la

cantidad de SKU a nivel regional por estrategia enfocada en mayor surtido. Tiendas por Departamento por su parte registró un crecimiento de 4,1 días.

### Días Promedio de Cobro

Al cierre del cuarto trimestre, los días promedio de cobro de Supermercados se incrementaron en 2,5 días, llegando a los 13,1 días promedio, principalmente explicado por un aumento en Argentina explicado en parte por el aumento del uso de tarjeta de crédito. Por su parte, Mejoramiento del Hogar aumentó sus días en 8,0 respecto a diciembre de 2023, producto del incremento de las cuentas por cobrar a/a en Chile. Al contrario, Tiendas por Departamento disminuyó los días promedio de cobro en 5,5 días, mientras que Centros Comerciales aumentó sus días de cobro en 6,6 días.

### Días Promedio de Pago

A diciembre de 2024, los días promedio de pago en el segmento de Supermercados se redujeron en 3,0 días, siendo esta reducción impulsada principalmente por los menores días de pago de Argentina, Colombia y Brasil. Mejoramiento del Hogar registró una disminución de 2,0 días promedio por menores plazos de pago en Colombia, Argentina y Chile. Asimismo, Tiendas por Departamento disminuyó 2,0 días. Centros Comerciales mantuvo sus días de pago respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que Servicios Financieros aumentó sus días promedio de pago en 2,0 días durante el transcurso del mismo período.

## 5.3 Endeudamiento Financiero

### Reconciliación Deuda Financiera

CLP millones	DIC-24	DIC-23
<b>Total Pasivos Financieros</b>	<b>4.479.998</b>	<b>4.210.293</b>
(-) efectivo y equivalentes al efectivo	742.644	483.126
(-) otros activos financieros, corrientes y no corrientes	417.532	441.667
<b>Deuda Financiera Neta</b>	<b>3.319.822</b>	<b>3.285.501</b>
(+) Total pasivos por arrendamientos	1.227.476	1.279.410
<b>Deuda Financiera Neta reportada</b>	<b>4.547.298</b>	<b>4.564.911</b>

### Riesgo por Tasa de Interés

Al cierre de diciembre 2024, y tomando en cuenta las coberturas a través de *Cross Currency Swaps*, el 76,0% 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 66,9% 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 31 de diciembre de 2024, el 68,8% de la deuda financiera total estaba en dólares estadounidenses. De esta deuda, un 78,7% 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 14,6% de la deuda bruta total al 31 de diciembre de 2024.

## 5.4 Ratios Financieros

### Leverage Neto y Bruto

CLP millones	DIC-24	SEPT-24	JUN-24	MAR-24	DIC-23
<b>Deuda Financiera Neta reportada</b>	<b>4.547.298</b>	<b>4.688.393</b>	<b>4.889.787</b>	<b>4.864.112</b>	<b>4.564.911</b>
Leverage Neto	3,0x	3,3x	3,5x	3,5x	3,3x
Leverage Bruto	3,7x	3,9x	4,0x	4,2x	3,9x
<b>Sin NIC 29</b>					
Leverage Neto	2,9x	2,9x	2,9x	2,9x	2,8x
Leverage Bruto	3,7x	3,4x	3,4x	3,5x	3,4x
<b>Sin NIC 29 y sin OPCION PUT de TFM</b>					
Leverage Neto	2,8x	2,7x	2,8x	2,6x	2,6x
Leverage Bruto	3,5x	3,2x	3,3x	3,3x	3,2x

### Ratios Endeudamiento

(en veces)	DIC-24	DIC-23
Cobertura de Gastos Financieros	3,9	4,8
Deuda Financiera / Patrimonio	0,6	0,8
Total Pasivos / Patrimonio	1,9	2,2
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	0,9	0,8

## 6. Flujo de Efectivo <sup>(11)</sup>

### 6.1 Acumulado a diciembre 2024 y 2023

YTD 2024   CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento
Supermercados	1.153.411	-251.162	-893.507
Centros Comerciales	284.346	-12.240	-203.894
Mejoramiento del Hogar	108.666	-28.245	-78.756
Tiendas por Departamento	95.264	-7.440	-79.771
Servicios Financieros	-1.554	-	1.554
Otros	-400.752	-26.860	535.500
<b>Excl. NIC 29</b>	<b>1.239.380</b>	<b>-325.946</b>	<b>-718.874</b>
<b>Ajuste NIC 29</b>			
Ajuste Inflación	100.420	-3.165	-61.523
Ajuste Conversión	4.171	-18.937	8.938
<b>Reportado</b>	<b>1.343.971</b>	<b>-348.048</b>	<b>-771.459</b>

YTD 2023   CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento
Supermercados	1.440.801	-150.948	-1.172.108
Centros Comerciales	242.342	-69.489	-182.231
Mejoramiento del Hogar	325.723	-142.300	-147.136
Tiendas por Departamento	31.640	-30.035	-1.456
Servicios Financieros	43.147	-30	-43.117
Otros	-484.137	3.599	521.153
<b>Excl. NIC 29</b>	<b>1.599.517</b>	<b>-389.203</b>	<b>-1.024.895</b>
<b>Ajuste NIC 29</b>			
Ajuste Inflación	173.051	-31.806	-49.373
Ajuste Conversión	-324.912	107.567	79.336
<b>Reportado</b>	<b>1.447.655</b>	<b>-313.442</b>	<b>-994.932</b>

<sup>11</sup> Las explicaciones del Flujo de Efectivo no consideran el efecto contable de la hiperinflación en Argentina.

## Actividades de Operación

Al cierre de 2024 el flujo procedente de **actividades de operación** registró una disminución de 22,5% alcanzando un total de CLP 1.239.380 millones (excluyendo NIC 29) en comparación a CLP 1.599.517 millones al cierre de diciembre 2023. Esta disminución se explica principalmente por un menor flujo proveniente de los negocios de Supermercados y Mejoramiento del Hogar (disminución de CLP 504.448 millones entre ambos negocios) frente a diciembre de 2023, compensado en parte por un mayor flujo de Centros Comerciales y Tiendas por Departamento (CLP 105.628 millones entre ambos negocios).

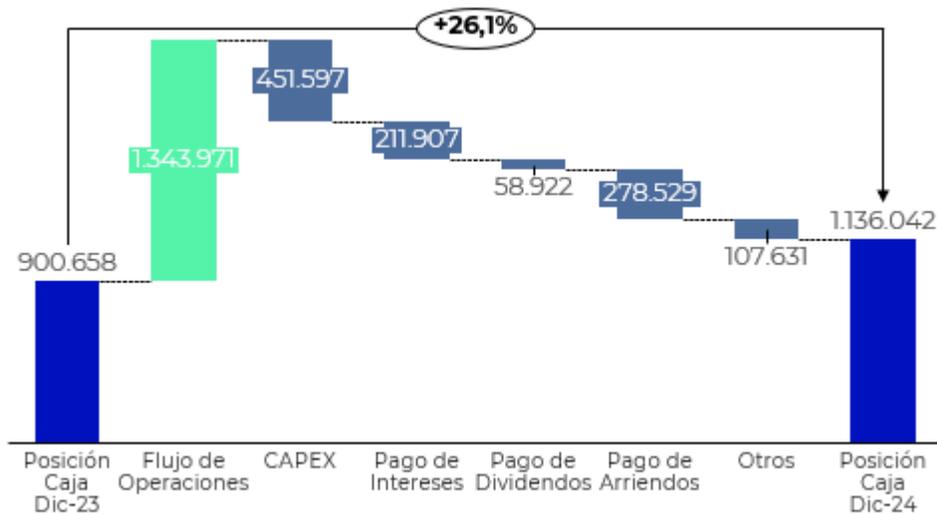
## Actividades de Inversión

El flujo de caja procedente de las **actividades de inversión** registró una disminución de 16,3% frente a diciembre de 2023, llegando a un total de CLP -325.946 millones (excluyendo NIC 29) en el flujo acumulado a 2024. Incluyendo el ajuste NIC29, se registró un alza de las inversiones por CLP 34.606 millones versus el mismo periodo de 2023 por un mayor nivel de inversión, parcialmente compensado por un aumento en los Intereses recibidos versus 2023. **El Capex del período fue de CLP 451.597 millones** versus CLP 336.319 millones del periodo anterior.

## Actividades de Financiamiento

El flujo neto destinado a las **actividades de financiamiento** fue de CLP -738.516 millones a diciembre de 2024 (excluyendo NIC 29) mientras que a diciembre de 2023 se registró un flujo neto de CLP -1.024.895 millones. Este resultado refleja un menor pago de dividendos comparado con 2023.

## Evolución de posición de caja Acumulado <sup>(12)</sup> 2024 (CLP MM)



<sup>12</sup> La posición de efectivo considera los activos que se restan para el cálculo del apalancamiento neto (efectivo + activos financieros a corto y largo plazo). Cifras incluyen ajustes por NIC29.

La posición de caja ha aumentado 26,1% frente a diciembre de 2023, dado el mayor flujo proveniente de las operaciones. Lo anterior, se compensa principalmente el pago de arriendos y por la inversión en *Propiedad, Planta y Equipo* (Capex) producto de los planes de crecimiento tanto en el negocio de centros comerciales, como también por la apertura de nuevas tiendas.

## 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

Cuarto Trimestre 2024

# Índice

<b>1. Información Financiera</b> .....	31
<b>Detalle Estado de Resultados Consolidado</b> .....	31
<b>Detalle Cálculo EBITDA Ajustado</b> .....	32
<b>Balance por País</b> .....	35
<b>Aperturas y cierres 2024 por país</b> .....	37
<b>2. Desempeño por Negocio</b> .....	37
<b>Supermercado y Otros</b> .....	37
Mejoramiento del Hogar.....	40
Tiendas por Departamento .....	41
Centros Comerciales.....	42
Servicios Financieros .....	45
<b>3. Indicadores Macroeconómicos</b> .....	47
Tipo de cambio .....	47
Inflación total y de alimentos.....	47
<b>4. Glosario</b> .....	48

# 1. Información Financiera

## Detalle Estado de Resultados Consolidado Cuarto Trimestre 2024

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-24)		NIC 29 (Dic-23)		Excl. NIC 29		
	4T24	4T23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T24	4T23	Δ %
Ingresos	4.822.259	3.299.029	46,2%	198.589	124.772	955.163	-2.080.870	4.498.898	4.424.735	1,7%
Costo de Ventas	-3.337.971	-2.355.742	41,7%	-129.466	-83.240	-670.681	1.337.327	-3.125.265	-3.022.389	3,4%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>1.484.288</b>	<b>943.287</b>	<b>57,4%</b>	<b>69.123</b>	<b>41.532</b>	<b>284.483</b>	<b>-743.543</b>	<b>1.373.633</b>	<b>1.402.347</b>	<b>-2,0%</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>30,8%</b>	<b>28,6%</b>	<b>219 bps</b>	<b>34,8%</b>	<b>33,3%</b>	<b>29,8%</b>	<b>35,7%</b>	<b>30,5%</b>	<b>31,7%</b>	<b>-116 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	-1.137.217	-701.901	62,0%	-65.454	-34.601	-270.592	561.012	-1.037.162	-992.320	4,5%
Otros Ingresos, por función	-31.257	36.465	N.A.	66	-244	242	2.005	-31.078	34.218	N.A.
Otras ganancias (pérdidas)	-19.201	1.879	N.A.	1.456	382	4.467	3.267	-21.039	-5.855	259,3%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>296.613</b>	<b>279.729</b>	<b>6,0%</b>	<b>5.191</b>	<b>7.068</b>	<b>18.600</b>	<b>-177.260</b>	<b>284.353</b>	<b>438.389</b>	<b>-35,1%</b>
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	-5.089	3.258	-256,2%	0	0	0	0	-5.089	3.258	-256,2%
Costo Financiero Neto	-118.126	-71.556	65,1%	-16.987	-1.366	46.765	-34.609	-99.773	-83.712	19,2%
Variaciones tipo de cambio	-68.199	10.759	N.A.	-860	-349	-3.867	4.710	-66.990	9.917	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-24.946	-93.646	-73,4%	-3.621	-2.613	-116.153	44.776	-18.712	-22.269	-16,0%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>-216.360</b>	<b>-151.185</b>	<b>43,1%</b>	<b>-21.468</b>	<b>-4.328</b>	<b>-73.255</b>	<b>14.876</b>	<b>-190.564</b>	<b>-92.806</b>	<b>105,3%</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>80.253</b>	<b>128.544</b>	<b>-37,6%</b>	<b>-16.277</b>	<b>2.740</b>	<b>-54.655</b>	<b>-162.384</b>	<b>93.789</b>	<b>345.583</b>	<b>-72,9%</b>
Impuesto a la renta	-44.130	-20.185	118,6%	-29.747	-3.117	-114.405	65.395	-11.266	28.826	-139,1%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>36.123</b>	<b>108.359</b>	<b>-66,7%</b>	<b>-46.024</b>	<b>-376</b>	<b>-169.061</b>	<b>-96.989</b>	<b>82.523</b>	<b>374.409</b>	<b>-78,0%</b>
Ganancia (pérdida) de la controladora	16.185	83.277	-80,6%	-46.026	-376	-169.075	-96.989	62.587	349.341	-82,1%
Ganancia (pérdida) de minoritarias	19.938	25.082	-20,5%	2	0	14	0	19.936	25.068	-20,5%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>464.238</b>	<b>357.439</b>	<b>29,9%</b>	<b>18.956</b>	<b>9.295</b>	<b>44.266</b>	<b>-210.455</b>	<b>435.987</b>	<b>523.628</b>	<b>-16,7%</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado (%)</b>	<b>9,6%</b>	<b>10,8%</b>	<b>-121 bps</b>	<b>9,5%</b>	<b>7,4%</b>	<b>4,6%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,7%</b>	<b>11,8%</b>	<b>-214 bps</b>

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-24)		NIC 29 (Dic-23)		Excl. NIC 29		
	4T24	4T23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T24	4T23	Δ %
Revaluación de Activos	-41.490	26.825	N.A.	0	-294	0	2.760	-41.195	24.065	N.A.
Impuesto diferido Revaluación de Activos	18.010	-7.907	N.A.	0	103	0	-966	17.907	-6.941	N.A.
<b>Efecto neto Revaluación Activos</b>	<b>-23.480</b>	<b>18.918</b>	<b>-224,1%</b>	<b>0</b>	<b>-191</b>	<b>0</b>	<b>1.794</b>	<b>-23.288</b>	<b>17.124</b>	<b>-236,0%</b>

## 12M2024

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-24)		NIC 29 (dic-23)		Excl. NIC 29		
	12M24	12M23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M24	12M23	Δ %
	Ingresos	16.493.815	14.230.642	15,9%	607.320	-174.012	1.622.067	-2.621.806	16.060.507	15.230.381
Costo de Ventas	-11.554.509	-10.069.297	14,7%	-479.244	117.663	-1.210.549	1.691.716	-11.192.928	-10.550.464	6,1%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>4.939.306</b>	<b>4.161.345</b>	<b>18,7%</b>	<b>128.076</b>	<b>-56.350</b>	<b>411.518</b>	<b>-930.091</b>	<b>4.867.580</b>	<b>4.679.917</b>	<b>4,0%</b>
<b>Margen Bruto</b>	<b>29,9%</b>	<b>29,2%</b>	<b>70 bps</b>	<b>21,1%</b>	<b>32,4%</b>	<b>25,4%</b>	<b>35,5%</b>	<b>30,3%</b>	<b>30,7%</b>	<b>-42 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	-3.922.369	-3.226.792	21,6%	-203.932	47.791	-469.080	702.693	-3.766.228	-3.460.406	8,8%
Otros ingresos, por función	57.231	67.482	-15,2%	260	-1.028	483	12.115	57.999	54.885	5,7%
Otras ganancias (pérdidas)	-4.019	-3.009	N.A.	18.405	-715	11.499	2.879	-21.710	-17.388	24,9%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>1.070.149</b>	<b>999.026</b>	<b>7,1%</b>	<b>-57.190</b>	<b>-10.301</b>	<b>-45.579</b>	<b>-212.403</b>	<b>1.137.640</b>	<b>1.257.009</b>	<b>-9,5%</b>
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	-2.611	-8.279	N.A.	0	0	0	0	-2.611	-8.279	N.A.
Costo Financiero Neto	-390.989	-288.681	35,4%	-25.254	4.982	81.845	-33.463	-370.717	-337.064	10,0%
Variaciones tipo de cambio	-75.453	-49.638	52,0%	-4.158	1.196	-5.132	4.994	-72.491	-49.500	46,4%
Resultado por Unidades de Reajuste	-119.625	-139.044	-14,0%	-56.984	-1.673	-113.372	38.235	-60.968	-63.907	-4,6%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>-588.677</b>	<b>-485.642</b>	<b>21,2%</b>	<b>-86.395</b>	<b>4.505</b>	<b>-36.658</b>	<b>9.767</b>	<b>-506.787</b>	<b>-458.750</b>	<b>10,5%</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>481.472</b>	<b>513.385</b>	<b>-6,2%</b>	<b>-143.586</b>	<b>-5.796</b>	<b>-82.238</b>	<b>-202.637</b>	<b>630.853</b>	<b>798.259</b>	<b>-21,0%</b>
Impuesto a la renta	-247.789	-221.172	12,0%	-240.878	9.428	-327.538	81.450	-16.338	24.916	N.A.
<b>Utilidad (pérdida)</b>	<b>233.683</b>	<b>292.213</b>	<b>-20,0%</b>	<b>-384.464</b>	<b>3.632</b>	<b>-409.776</b>	<b>-121.187</b>	<b>614.515</b>	<b>823.175</b>	<b>-25,3%</b>
Utilidad (pérdida) de la controladora	158.935	220.280	-27,8%	-384.486	3.632	-409.812	-121.187	539.788	751.279	-28,2%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	74.749	71.933	3,9%	22	0	37	0	74.727	71.896	3,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.531.193</b>	<b>1.382.242</b>	<b>10,8%</b>	<b>-13.278</b>	<b>-11.923</b>	<b>12.403</b>	<b>-264.209</b>	<b>1.556.394</b>	<b>1.634.048</b>	<b>-4,8%</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado (%)</b>	<b>9,3%</b>	<b>9,7%</b>	<b>-43 bps</b>	<b>-2,2%</b>	<b>6,9%</b>	<b>0,8%</b>	<b>10,1%</b>	<b>9,7%</b>	<b>10,7%</b>	<b>-104 bps</b>

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-24)		NIC 29 (dic-23)		Excl. NIC 29		
	12M24	12M23	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M24	12M23	Δ %
	Revaluación de Activos	23.030	36.515	-36,9%	0	-956	0	13.099	23.986	23.416
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-314	-9.439	-96,7%	0	335	0	-4.585	-649	-4.854	-86,6%
<b>Efecto neto Revaluación Activos</b>	<b>22.716</b>	<b>27.076</b>	<b>-16,1%</b>	<b>0</b>	<b>-622</b>	<b>0</b>	<b>8.514</b>	<b>23.337</b>	<b>18.562</b>	<b>25,7%</b>

## Detalle Cálculo EBITDA Ajustado

CLP Millones	4T24	4T23	Var. %	12M24	12M23	Var. %
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>82.523</b>	<b>374.409</b>	<b>-78,0%</b>	<b>614.515</b>	<b>823.175</b>	<b>-25,3%</b>
Costo Financiero Neto	99.773	83.712	19,2%	370.717	337.064	10,0%
Resultado Unidades de Indexación	18.712	22.269	-16,0%	60.968	63.907	-4,6%
Variaciones Tipo de Cambio	66.990	-9.917	N.A.	72.491	49.500	46,4%
Impuesto a la Renta	11.266	-28.826	-139,1%	16.338	-24.916	-165,6%
Depreciación y Amortización	115.528	106.046	8,9%	445.350	408.734	9,0%
Revaluación de Activos	41.195	-24.065	N.A.	-23.986	-23.416	2,4%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>435.987</b>	<b>523.628</b>	<b>-16,7%</b>	<b>1.556.394</b>	<b>1.634.048</b>	<b>-4,8%</b>

## Por Unidad de Negocio

4T24	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Ganancia (pérdida)	244.637	65.748	50.597	27.020	26.877	-332.355	<b>82.523</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	99.773	<b>99.773</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	11.266	<b>11.266</b>
<b>EBIT</b>	<b>244.637</b>	<b>65.748</b>	<b>50.597</b>	<b>27.020</b>	<b>26.877</b>	<b>-221.316</b>	<b>193.562</b>
Depreciación y Amortización	83.512	4.642	6.654	10.625	464	9.631	<b>115.528</b>
<b>EBITDA</b>	<b>328.149</b>	<b>70.390</b>	<b>57.251</b>	<b>37.645</b>	<b>27.340</b>	<b>-211.685</b>	<b>309.089</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	66.990	<b>66.990</b>
Revaluación de Activos	-	16.556	-	-	-	24.639	<b>41.195</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	18.712	<b>18.712</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>328.149</b>	<b>86.946</b>	<b>57.251</b>	<b>37.645</b>	<b>27.340</b>	<b>-101.344</b>	<b>435.987</b>

4T23	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Ganancia (pérdida)	287.794	61.605	112.101	11.819	25.306	-124.217	<b>374.409</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	83.712	<b>83.712</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	-28.826	<b>-28.826</b>
<b>EBIT</b>	<b>287.794</b>	<b>61.605</b>	<b>112.101</b>	<b>11.819</b>	<b>25.306</b>	<b>-69.330</b>	<b>429.295</b>
Depreciación y Amortización	79.077	7.460	4.531	8.688	69	6.221	<b>106.046</b>
<b>EBITDA</b>	<b>366.871</b>	<b>69.064</b>	<b>116.632</b>	<b>20.507</b>	<b>25.376</b>	<b>-63.109</b>	<b>535.341</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	-9.917	<b>-9.917</b>
Revaluación de Activos	-	3.625	-	-	-	-27.689	<b>-24.065</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	22.269	<b>22.269</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>366.871</b>	<b>72.689</b>	<b>116.632</b>	<b>20.507</b>	<b>25.376</b>	<b>-78.447</b>	<b>523.628</b>

12M24	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado Neto	900.936	322.612	148.081	34.407	75.007	-866.529	<b>614.515</b>
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	370.717	<b>370.717</b>
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	16.338	<b>16.338</b>
<b>EBIT</b>	<b>900.936</b>	<b>322.612</b>	<b>148.081</b>	<b>34.407</b>	<b>75.007</b>	<b>-479.473</b>	<b>1.001.570</b>
Depreciación y Amortización	329.309	17.341	25.524	40.265	1.128	31.783	<b>445.350</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1.230.245</b>	<b>339.953</b>	<b>173.604</b>	<b>74.673</b>	<b>76.136</b>	<b>-447.690</b>	<b>1.446.920</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	72.491	<b>72.491</b>
Revaluación de Activos	-	-49.105	-	-	-	25.119	<b>-23.986</b>
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	60.968	<b>60.968</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.230.245</b>	<b>290.849</b>	<b>173.604</b>	<b>74.673</b>	<b>76.136</b>	<b>-289.112</b>	<b>1.556.394</b>

12M23	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado Neto	928.458	238.659	273.378	-11.617	66.771	-672.474	823.175
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	337.064	337.064
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	-24.916	-24.916
<b>EBIT</b>	<b>928.458</b>	<b>238.659</b>	<b>273.378</b>	<b>-11.617</b>	<b>66.771</b>	<b>-360.326</b>	<b>1.135.323</b>
Depreciación y Amortización	300.693	17.225	21.330	38.670	163	30.653	408.734
<b>EBITDA</b>	<b>1.229.151</b>	<b>255.884</b>	<b>294.708</b>	<b>27.053</b>	<b>66.935</b>	<b>-329.673</b>	<b>1.544.058</b>
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	49.500	49.500
Revaluación de Activos	-	3.696	-	-	-	-27.112	-23.416
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	63.907	63.907
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>1.229.151</b>	<b>259.580</b>	<b>294.708</b>	<b>27.053</b>	<b>66.935</b>	<b>-243.379</b>	<b>1.634.048</b>

## Detalle Balance Consolidado

Activos	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	DIC 24	DIC 23	DIC 24	DIC 23	DIC 24	DIC 23
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Efectivo y equivalentes al efectivo	742.644	483.126	-	-	742.644	483.126
Otros activos financieros corrientes	180.668	211.081	-	-	180.668	211.081
Otros activos no financieros corrientes	39.235	32.699	423	363	38.812	32.336
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes	1.030.564	701.683	-	-	1.030.564	701.683
Cuentas por cobrar a entidades	21.430	12.630	-	-	21.430	12.630
Inventarios corrientes	1.646.822	1.411.221	13.129	27.295	1.633.694	1.383.926
Activos por impuestos corrientes, corrientes	75.384	123.837	-	-	75.384	123.837
Activos no corrientes para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	161.702	-	-	-	161.702	-
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>3.898.450</b>	<b>2.976.277</b>	<b>13.552</b>	<b>27.658</b>	<b>3.884.898</b>	<b>2.948.619</b>
Otros activos financieros no corrientes	236.864	230.585	-	-	236.864	230.585
Otros activos no financieros no corrientes	29.434	26.479	1.461	861	27.973	25.618
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar no corrientes	971	157	-	-	971	157
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	333.364	334.657	-	-	333.364	334.657
Activos intangibles distintos de la plusvalía	857.293	774.004	12.252	6.412	845.040	767.592
Plusvalía	1.917.682	1.873.590	17.104	8.313	1.900.578	1.865.277
Propiedades, planta y equipo	4.123.631	3.743.123	745.938	394.220	3.377.693	3.348.903
Propiedad de inversión	3.548.680	3.188.928	435.946	230.591	3.112.734	2.958.337
Activos por impuestos corrientes, no	52.236	68.773	-	-	52.236	68.773
Activos por impuestos diferidos	323.471	356.550	-	-	323.471	356.550
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>11.423.626</b>	<b>10.596.845</b>	<b>1.212.702</b>	<b>640.397</b>	<b>10.210.924</b>	<b>9.956.448</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15.322.076</b>	<b>13.573.123</b>	<b>1.226.253</b>	<b>668.055</b>	<b>14.095.823</b>	<b>12.905.068</b>

Pasivos y Patrimonio	DIC 24		DIC 23		DIC 24		DIC 23	
	MM CLP		MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Otros pasivos financieros corrientes	470.743	505.461	-	-	470.743	505.461	-	-
Pasivos por arrendamientos, corrientes	200.592	180.835	-	-	200.592	180.835	-	-
Cuentas por pagar comerciales y otras	3.163.703	2.678.848	1.010	1.516	3.162.694	2.677.332	-	-
Cuentas por pagar a entidades	19.104	16.517	-	-	19.104	16.517	-	-
Otras provisiones corrientes	21.701	21.680	-	-	21.701	21.680	-	-
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	44.704	48.325	-	-	44.704	48.325	-	-
Provisiones corrientes por beneficios a los	173.226	136.878	-	-	173.226	136.878	-	-
Otros pasivos no financieros corrientes	70.807	210.386	-	-	70.807	210.386	-	-
Pasivos por activos mantenidos para la venta	84.027	-	-	-	84.027	-	-	-
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>4.248.607</b>	<b>3.798.928</b>	<b>1.010</b>	<b>1.516</b>	<b>4.247.597</b>	<b>3.797.412</b>		
Otros pasivos financieros no corrientes	4.009.255	3.704.832	-	-	4.009.255	3.704.832	-	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	1.026.884	1.098.576	-	-	1.026.884	1.098.576	-	-
Cuentas comerciales por pagar y otras	4.291	3.402	-	-	4.291	3.402	-	-
Otras provisiones no corrientes	59.650	48.070	19.467	7.415	40.183	40.655	-	-
Pasivo por impuestos diferidos	600.181	558.351	417.553	222.251	182.628	336.100	-	-
Provisiones no corrientes por beneficios a	14.004	11.557	-	-	14.004	11.557	-	-
Pasivos por impuestos corrientes, no	2.031	4.046	-	-	2.031	4.046	-	-
Otros pasivos no financieros no corrientes	45.877	67.733	-	-	45.877	67.733	-	-
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>5.762.173</b>	<b>5.496.566</b>	<b>437.020</b>	<b>229.666</b>	<b>5.325.153</b>	<b>5.266.900</b>		
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>10.010.780</b>	<b>9.295.495</b>	<b>438.030</b>	<b>231.183</b>	<b>9.572.750</b>	<b>9.064.312</b>		

Capital emitido	2.343.320	2.380.289	-	-	2.343.320	2.380.289	(36.969)	-1,6%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.318.984	2.078.932	(322.502)	(160.589)	2.641.485	2.239.521	401.964	17,9%
Prima de emisión	458.902	459.360	-	-	458.902	459.360	(459)	-0,1%
Acciones propias en cartera	(101)	(37.607)	-	-	(101)	(37.607)	37.506	-99,7%
Otras reservas	(442.055)	(1.210.362)	1.110.725	597.461	(1.552.780)	(1.807.824)	255.044	-14,1%
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>4.679.049</b>	<b>3.670.612</b>	<b>788.224</b>	<b>436.872</b>	<b>3.890.826</b>	<b>3.233.739</b>	<b>657.086</b>	<b>20,3%</b>
Participaciones no controladoras	632.247	607.016	-	-	632.247	607.016	25.231	4,2%
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>5.311.297</b>	<b>4.277.628</b>	<b>788.224</b>	<b>436.872</b>	<b>4.523.073</b>	<b>3.840.755</b>	<b>682.318</b>	<b>17,8%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>15.322.076</b>	<b>13.573.123</b>	<b>1.226.253</b>	<b>668.055</b>	<b>14.095.823</b>	<b>12.905.068</b>	<b>1.190.755</b>	<b>9,2%</b>

## Balance por País

	Total Activos			Total Pasivos			Total Patrimonio		
	DIC 24	DIC 23	%	DIC 24	DIC 23	%	DIC 24	DIC 23	%
Chile	6.593.242	6.254.907	5,4%	6.472.455	6.045.596	7,1%	1.233.329	1.070.493	15,2%
Argentina	2.305.014	1.258.289	83,2%	970.744	529.864	83,2%	1.419.213	811.164	75,0%
EEUU	1.939.057	1.642.908	18,0%	1.162.657	986.441	17,9%	64.235	49.435	29,9%
Brasil	1.168.016	1.395.716	-16,3%	606.869	1.033.969	-41,3%	505.765	353.279	43,2%
Perú	1.702.651	1.477.806	15,2%	499.052	424.121	17,7%	989.454	877.362	12,8%
Colombia	1.518.714	1.472.538	3,1%	289.923	267.824	8,3%	1.017.513	1.085.157	-6,2%
Uruguay	95.382	70.959	34,4%	9.081	7.679	18,3%	81.788	30.738	N.A.
<b>Total</b>	<b>15.322.076</b>	<b>13.573.123</b>	<b>12,9%</b>	<b>10.010.780</b>	<b>9.295.495</b>	<b>7,7%</b>	<b>5.311.297</b>	<b>4.277.628</b>	<b>24,2%</b>
NIC 29	1.226.253	668.055	83,6%	438.030	231.183	89,5%	788.224	436.872	80,4%
<b>Excl. NIC 29</b>	<b>14.095.823</b>	<b>12.905.068</b>	<b>9,2%</b>	<b>9.572.750</b>	<b>9.064.312</b>	<b>5,6%</b>	<b>4.523.073</b>	<b>3.840.755</b>	<b>17,8%</b>

## Detalle Flujo de Efectivo Consolidado

Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	Dic 24	Dic 23	Var %
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	20.663.760	16.284.598	26,9%
Otros cobros por actividades de operación	42.962	36.522	17,6%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-15.759.053	-12.288.776	28,2%
Pagos a y por cuenta de los empleados	-2.394.205	-1.683.712	42,2%
Otros pagos por actividades de operación	-1.082.877	-699.390	54,8%
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	-121.743	-206.430	-41,0%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-4.873	4.843	N.A.
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>	<b>1.343.971</b>	<b>1.447.655</b>	<b>-7,2%</b>

Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	Dic 24	Dic 23	Var %
Importes procedentes de ventas de propiedad, planta y equipo	2.023	3.293	-38,6%
Compras de propiedades, planta y equipo	-374.201	-273.551	36,8%
Compras de activos intangibles	-77.396	-62.768	23,3%
Dividendos recibidos	17.388	9.833	76,8%
Intereses recibidos	122.709	51.322	139,1%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-38.571	-41.572	-7,2%
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>	<b>-348.048</b>	<b>-313.442</b>	<b>11,0%</b>

Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	Dic 24	Dic 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	192.837	1.078.326	-82,1%
Reembolsos de préstamos	-1.199.885	-1.291.826	-7,1%
Pagos de pasivos por arrendamientos	-278.529	-230.023	21,1%
Dividendos pagados	-58.922	-288.946	-79,6%
Intereses pagados	-211.907	-177.454	19,4%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-94.920	-86.083	10,3%
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>	<b>-771.459</b>	<b>-994.932</b>	<b>-22,5%</b>
<b>Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>224.464</b>	<b>139.281</b>	<b>N.A.</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	35.055	-29.856	N.A.
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>259.519</b>	<b>109.425</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	742.644	483.126	53,7%

## Aperturas y cierres 2024 por país

	Aperturas		Transformaciones Remodelac.		Cierres	
	#	M <sup>2</sup>	#	M <sup>2</sup>	#	M <sup>2</sup>
Chile	8	8.186	-	-	42	5 11.614
Argentina	8	9.470	-	-	2	3 422
EE.UU.	8	11.382	-	-	-	2 3.417
Brasil	3	8.461	-	-	-	6 7.492
Perú	1	1.785	-	-	7	4 7.020
Colombia	-	-	-	-	4	2 5.159
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>39.284</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>55</b>	<b>22 35.125</b>

## 2. Desempeño por Negocio

### Supermercado y Otros Estado de Resultados

Supermercado	4T24	4T23	Var. vs 2023		12M24	12M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	1.331.354	1.289.889	3,2%	3,2%	4.982.596	4.825.908	3,2%	3,2%
Argentina	550.787	599.401	-8,1%	110,4%	1.917.975	1.903.320	0,8%	183,1%
EEUU	565.150	500.859	12,8%	4,9%	1.982.281	1.695.296	16,9%	4,0%
Brasil	427.175	484.623	-11,9%	-3,5%	1.772.440	1.686.065	5,1%	0,7%
Perú	354.004	316.706	11,8%	2,7%	1.241.413	1.112.039	11,6%	-0,5%
Colombia	248.639	247.175	0,6%	-1,3%	895.793	797.989	12,3%	-4,9%
<b>Ingresos</b>	<b>3.477.110</b>	<b>3.438.652</b>	<b>1,1%</b>	<b>N.A.</b>	<b>12.792.498</b>	<b>12.020.617</b>	<b>6,4%</b>	<b>N.A.</b>
Chile	376.853	351.041	7,4%	7,4%	1.387.487	1.308.549	6,0%	6,0%
Argentina	150.728	204.191	-26,2%	68,4%	574.005	617.979	-7,1%	156,6%
EEUU	217.925	187.401	16,3%	8,2%	764.728	629.863	21,4%	8,1%
Brasil	81.697	98.388	-17,0%	-9,1%	348.755	349.109	-0,1%	-4,5%
Perú	86.875	76.710	13,3%	4,0%	303.206	267.160	13,5%	1,1%
Colombia	48.713	47.755	2,0%	0,1%	181.439	164.213	10,5%	-6,9%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>962.790</b>	<b>965.487</b>	<b>-0,3%</b>	<b>N.A.</b>	<b>3.559.620</b>	<b>3.336.873</b>	<b>6,7%</b>	<b>N.A.</b>
<b>GAV</b>	<b>-721.194</b>	<b>-680.826</b>	<b>5,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>-2.670.442</b>	<b>-2.419.198</b>	<b>10,4%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>244.619</b>	<b>287.906</b>	<b>-15,0%</b>	<b>N.A.</b>	<b>902.136</b>	<b>929.176</b>	<b>-2,9%</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>328.149</b>	<b>366.871</b>	<b>-10,6%</b>	<b>N.A.</b>	<b>1.230.245</b>	<b>1.229.151</b>	<b>0,1%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>9,4%</b>	<b>10,7%</b>	<b>-123 bps</b>		<b>9,6%</b>	<b>10,2%</b>	<b>-61 bps</b>	

## Datos Operacionales Supermercados y Otros <sup>(13)</sup>

Super / Hiper	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	251	251	66,5%	66,5%	614.879	621.224
Argentina	278	272	55,8%	54,8%	423.675	421.038
EEUU	167	161	100,0%	100,0%	207.741	200.912
Brasil	157	158	93,0%	93,0%	361.468	366.054
Perú	70	72	60,0%	59,7%	211.414	215.122
Colombia	78	80	17,9%	18,8%	345.448	360.566
<b>Total</b>	<b>1.001</b>	<b>994</b>	<b>69,0%</b>	<b>68,6%</b>	<b>2.164.624</b>	<b>2.184.916</b>

Cash&Carry	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
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>

Conveniencia	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	38	34	97,4%	97,1%	6.663	5.913
Argentina	-	3	0%	0%	-	422
Brasil	9	10	100%	100%	1.173	1.253
Perú	-	1	0%	100%	-	129
Colombia	13	13	100%	100%	1.776	1.776
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>98,3%</b>	<b>93,4%</b>	<b>9.612</b>	<b>9.494</b>

Otros	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Brasil	147	149	94,6%	94,6%	17.569	17.863
Colombia	37	37	8,1%	8,1%	18.490	18.490
<b>Total</b>	<b>184</b>	<b>186</b>	<b>77,2%</b>	<b>77,4%</b>	<b>36.059</b>	<b>36.353</b>

<sup>13</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*.

## Same Store Sales Supermercados y Otros

Total Supermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	2,2%	-0,5%	1,2%	2,5%	1,0%	-3,0%
Argentina	110,8%	201,7%	-16,2%	13,8%	151,5%	165,2%
EEUU	2,0%	1,2%	-0,3%	0,2%	2,3%	1,0%
Brasil	-4,7%	-2,6%	-3,2%	-2,2%	-1,6%	-0,4%
Perú	5,2%	-2,5%	3,2%	6,4%	2,0%	-8,3%
Colombia	-0,2%	-7,9%	-7,0%	-36,7%	7,3%	45,5%

Supermercado/ Hipermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	2,0%	-0,5%	0,6%	2,5%	1,4%	-2,9%
Argentina	110,8%	201,7%	-16,2%	13,8%	151,5%	165,2%
EEUU	2,0%	1,2%	-0,3%	0,2%	2,3%	1,0%
Brasil	-3,0%	-6,0%	-3,5%	-3,3%	0,6%	-2,8%
Perú	5,0%	-3,4%	3,7%	6,4%	1,3%	-9,2%
Colombia	-0,1%	-7,9%	-6,9%	-36,7%	7,2%	45,5%

Cash&Carry	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Brasil	-7,5%	3,5%	-2,2%	0,5%	-5,4%	3,0%
Perú	5,9%	3,4%	-0,9%	5,5%	6,9%	-1,9%

Conveniencia	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	73,0%	7,1%	41,1%	27,2%	22,6%	-15,8%
Brasil	1,4%	32,1%	-1,6%	42,3%	3,0%	-7,2%
Colombia	-18,3%	-8,9%	-10,7%	-36,9%	-8,6%	44,3%

Otros	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Brasil	0,1%	-2,4%	-9,5%	10,3%	10,6%	-11,5%
Colombia	7,4%	28,2%	5,4%	-24,4%	1,9%	69,6%

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

Supermercados	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23
Chile	5,1%	8,2%	4,4%	2,7%	5,0%	6,2%	2,2%	4,5%	8,7%	10,5%
Argentina	136,6%	63,7%	171,5%	219,4%	198,8%	148,8%	176,2%	136,9%	114,7%	141,4%
EE.UU.	30,6%	23,8%	34,7%	31,6%	34,1%	125,5%	26,5%	10,8%	N.A.	N.A.
Brasil	22,7%	1,6%	-0,6%	39,4%	71,5%	17,5%	56,0%	22,3%	-1,4%	-5,7%
Perú	10,9%	21,6%	12,9%	3,9%	3,7%	1,3%	1,7%	4,2%	0,2%	-1,1%
Colombia	-22,1%	1,0%	-17,7%	-15,7%	-51,9%	-5,5%	-16,5%	-6,0%	-9,0%	11,8%

## Mejoramiento del Hogar Estado de Resultados

Mejoramiento del Hogar	4T24	4T23	Var. vs 2023		12M24	12M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	210.474	197.839	6,4%	6,4%	771.727	756.913	2,0%	2,0%
Argentina	221.065	269.546	-18,0%	92,2%	712.123	815.705	-12,7%	147,8%
Colombia	20.132	21.632	-6,9%	-8,4%	77.495	71.071	9,0%	-8,2%
<b>Ingresos</b>	<b>451.671</b>	<b>489.017</b>	<b>-7,6%</b>	<b>N.A.</b>	<b>1.561.345</b>	<b>1.643.690</b>	<b>-5,0%</b>	<b>N.A.</b>
Chile	62.987	62.578	0,7%	0,7%	219.788	215.653	1,9%	1,9%
Argentina	87.714	161.430	-45,7%	22,2%	305.756	441.252	-30,7%	86,6%
Colombia	4.719	3.385	39,4%	37,0%	16.375	14.024	16,8%	-2,3%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>155.420</b>	<b>227.393</b>	<b>-31,7%</b>	<b>N.A.</b>	<b>541.920</b>	<b>670.929</b>	<b>-19,2%</b>	<b>N.A.</b>
<b>GAV</b>	<b>-104.875</b>	<b>-115.300</b>	<b>-9,0%</b>	<b>N.A.</b>	<b>-394.224</b>	<b>-397.622</b>	<b>-0,9%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>50.597</b>	<b>112.101</b>	<b>-54,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>148.081</b>	<b>273.378</b>	<b>-45,8%</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>57.251</b>	<b>116.632</b>	<b>-50,9%</b>	<b>N.A.</b>	<b>173.604</b>	<b>294.708</b>	<b>-41,1%</b>	<b>N.A.</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>12,7%</b>	<b>23,9%</b>	<b>-1117 bps</b>		<b>11,1%</b>	<b>17,9%</b>	<b>-681 bps</b>	

## Datos Operacionales Mejoramiento del Hogar

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	41	41	14,6%	14,6%	350.395	350.395
Argentina	60	58	23,3%	21,1%	386.792	379.138
Colombia	16	16	6,3%	6,3%	87.731	91.884
<b>Total</b>	<b>117</b>	<b>115</b>	<b>17,9%</b>	<b>16,7%</b>	<b>824.918</b>	<b>821.417</b>

## Same Store Sales Mejoramiento del Hogar

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	8,5%	-14,1%	3,9%	-10,8%	4,4%	-3,7%
Argentina	86,4%	200,1%	-4,9%	4,5%	96,1%	187,1%
Colombia	-9,1%	-25,2%	-7,3%	-8,4%	-1,9%	-18,4%

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

Mejoramiento del Hogar	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23
Chile	-2,2%	-7,8%	0,1%	1,5%	-0,9%	1,3%	-2,6%	-3,7%	14,8%	-3,7%
Argentina	138,2%	61,8%	159,9%	181,2%	364,9%	191,3%	181,6%	134,2%	316,0%	216,5%
Colombia	26,2%	24,9%	26,4%	42,9%	14,7%	-24,8%	1,2%	-26,5%	-44,3%	-25,9%

## Tiendas por Departamento

### Estado de Resultados

Tiendas por Departamento	4T24	4T23	Var. vs 2023		12M24	12M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	399.235	364.820	9,4%	9,4%	1.173.545	1.084.190	8,2%	8,2%
<b>Ingresos</b>	<b>399.235</b>	<b>364.820</b>	<b>9,4%</b>	<b>9,4%</b>	<b>1.173.545</b>	<b>1.084.190</b>	<b>8,2%</b>	<b>8,2%</b>
Chile	112.156	97.190	15,4%	15,4%	320.240	272.697	17,4%	17,4%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>112.156</b>	<b>97.190</b>	<b>15,4%</b>	<b>15,4%</b>	<b>320.240</b>	<b>272.697</b>	<b>17,4%</b>	<b>17,4%</b>
<b>GAV</b>	<b>-92.088</b>	<b>-92.223</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-306.148</b>	<b>-304.096</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,7%</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>27.020</b>	<b>11.819</b>	<b>128,6%</b>	<b>128,6%</b>	<b>34.407</b>	<b>-11.617</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>37.645</b>	<b>20.507</b>	<b>83,6%</b>	<b>83,6%</b>	<b>74.673</b>	<b>27.053</b>	<b>176,0%</b>	<b>176,0%</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>9,4%</b>	<b>5,6%</b>	<b>381 bps</b>		<b>6,4%</b>	<b>2,5%</b>	<b>387 bps</b>	

### Datos operacionales Tiendas por Departamento

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	48	49	62,5%	62,7%	273.443	278.042

### Same Store Sales Tiendas por Departamento

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	11,7%	-1,7%	10,0%	2,0%	1,5%	-3,7%

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

Tiendas por	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23
Chile	2,8%	2,8%	-4,2%	5,4%	5,8%	-16,4%	-3,7%	-19,5%	-19,0%	-26,5%

## Centros Comerciales

### Estado de Resultados

Centros Comerciales	4T24	4T23	Var. vs 2023		12M24	12M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	71.427	59.414	20,2%	20,2%	249.290	216.385	15,2%	15,2%
Argentina	28.700	27.178	5,6%	140,8%	82.736	88.315	-6,3%	166,5%
Perú	7.958	6.759	17,7%	8,5%	30.061	24.855	20,9%	7,9%
Colombia	2.906	2.582	12,6%	10,8%	11.656	9.199	26,7%	6,9%
<b>Ingresos</b>	<b>110.992</b>	<b>95.932</b>	<b>15,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>373.744</b>	<b>338.753</b>	<b>10,3%</b>	<b>N.A</b>
Chile	66.735	54.827	21,7%	21,7%	233.814	199.025	17,5%	17,5%
Argentina	23.356	23.526	-0,7%	125,2%	66.253	74.255	-10,8%	151,3%
Perú	6.389	5.489	16,4%	7,1%	24.340	16.960	43,5%	29,2%
Colombia	2.788	2.461	13,3%	11,6%	11.120	8.811	26,2%	6,5%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>99.268</b>	<b>86.303</b>	<b>15,0%</b>	<b>N.A</b>	<b>335.527</b>	<b>299.051</b>	<b>12,2%</b>	<b>N.A</b>
<b>GAV</b>	<b>-17.004</b>	<b>-21.073</b>	<b>-19,3%</b>	<b>N.A</b>	<b>-62.127</b>	<b>-56.697</b>	<b>9,6%</b>	<b>N.A</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>65.748</b>	<b>61.605</b>	<b>6,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>322.612</b>	<b>238.659</b>	<b>35,2%</b>	<b>N.A</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>86.946</b>	<b>72.689</b>	<b>19,6%</b>	<b>N.A</b>	<b>290.849</b>	<b>259.580</b>	<b>12,0%</b>	<b>N.A</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>78,3%</b>	<b>75,8%</b>	<b>256 bps</b>		<b>77,8%</b>	<b>76,6%</b>	<b>119 bps</b>	

### Datos operacionales Centros Comerciales

	N° Centros Comerciales		Superficie de Ventas Total (m <sup>2</sup> )		Tasa de Ocupación	
	4T24	4T23	4T24	4T23	4T24	4T23
Cenco Malls	33	33	1.193.580	1.170.980	99,0%	99,0%
Torres	N.A.	N.A.	65.000	65.000	74,1%	71,9%
Ubicaciones No IPO	2	2	19.000	18.939	95,0%	95,0%
<b>Chile</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>1.277.580</b>	<b>1.254.919</b>	<b>97,7%</b>	<b>97,5%</b>
Cenco Malls	3	3	60.534	61.052	89,8%	94,1%
Ubicaciones No IPO	3	3	92.865	92.865	92,4%	88,1%
<b>Perú</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>153.399</b>	<b>153.917</b>	<b>91,4%</b>	<b>90,5%</b>
Cenco Malls	4	4	63.257	64.893	92,6%	91,9%
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>110.287</b>	<b>111.924</b>	<b>92,6%</b>	<b>91,9%</b>
<b>Argentina</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>745.356</b>	<b>745.356</b>	<b>93,1%</b>	<b>90,6%</b>
<b>Centros Comerciales</b>	<b>67</b>	<b>67</b>	<b>2.286.622</b>	<b>2.266.115</b>	<b>95,6%</b>	<b>94,5%</b>

## Datos operacionales por país

### Chile

	GLA 3 <sup>tes</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Portal Talcahuano	1.469	1.408	4,3%	6.210	6.210	0,0%	7.679	7.618	0,8%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Valdivia	3.704	3.704	0,0%	7.617	7.617	0,0%	11.321	11.321	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	462.408	432.169	7,0%	796.172	803.811	-1,0%	1.258.580	1.235.980	1,8%	35.181	32.505	8,2%
<b>TOTAL CHILE</b>	<b>467.581</b>	<b>437.281</b>	<b>6,9%</b>	<b>809.999</b>	<b>817.638</b>	<b>-0,9%</b>	<b>1.277.580</b>	<b>1.254.919</b>	<b>1,8%</b>	<b>35.181</b>	<b>32.505</b>	<b>8,2%</b>

	Ventas 3 <sup>tes</sup> (CLP 'MM)			Ventas EERR (CLP 'MM)			Ventas (CLP 'MM)			Ingresos 3ros (CLP 'MM)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Portal Talcahuano	985	940	4,8%	5.415	5.522	-1,9%	6.400	7.715	-17,1%	209	190	9,9%
Portal Valdivia	2.598	2.988	-13,0%	10.023	10.908	-8,1%	12.622	13.896	-9,2%	350	285	22,9%
Trascaja	N.A	N.A.	N.A.	N.A	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	9.171	7.472	22,7%
Cencoshopp	490.482	420.139	16,7%	810.477	755.955	7,2%	1.300.959	1.176.094	10,6%	61.697	51.466	19,9%
<b>TOTAL CHILE</b>	<b>494.066</b>	<b>424.067</b>	<b>16,5%</b>	<b>825.915</b>	<b>772.386</b>	<b>6,9%</b>	<b>1.319.981</b>	<b>1.197.706</b>	<b>10,2%</b>	<b>71.427</b>	<b>59.414</b>	<b>20,2%</b>

### Argentina

Ubicaciones	GLA 3 <sup>tes</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Unicenter	77.085	77.085	0,0%	18.901	18.901	0,0%	95.986	95.986	0,0%	4.212	4.221	-0,2%
Portal Plaza Oeste	19.906	19.906	0,0%	22.612	22.612	0,0%	42.518	42.518	0,0%	1.261	1.268	-0,5%
Portal Palmas del Pliar	37.416	37.416	0,0%	37.005	37.005	0,0%	74.421	74.421	0,0%	1.770	1.833	-3,4%
Portal Rosario	40.182	40.182	0,0%	29.298	29.298	0,0%	69.480	69.480	0,0%	828	829	-0,1%
Portal Patagonia	9.789	9.789	0,0%	28.134	28.134	0,0%	37.922	37.922	0,0%	1.034	1.031	0,3%
Portal Lomas	8.201	8.201	0,0%	27.353	27.353	0,0%	35.554	35.554	0,0%	1.052	1.161	-9,4%
Portal Tucuman	10.371	10.371	0,0%	21.439	21.439	0,0%	31.810	31.810	0,0%	886	914	-3,0%
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%	633	685	-7,6%
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%	1.504	1.660	-3,1%
<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>13.181</b>	<b>13.602</b>	<b>0,0%</b>

Ubicaciones	Ventas 3 <sup>tes</sup> (ARS 'MM)			Ventas EERR (ARS 'MM)			Ventas (ARS 'MM)			Ingresos 3ros (ARS 'MM)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Unicenter	168.524	77.693	116,9%	22.863	10.003	128,6%	191.387	87.696	118,2%	13.851	5.678	143,9%
Portal Plaza Oeste	33.850	13.550	149,8%	9.062	4.207	115,4%	42.913	17.757	141,7%	2.401	997	140,8%
Portal Palmas del Pliar	37.405	17.594	112,6%	28.592	13.541	111,1%	65.996	31.136	112,0%	3.043	1.293	135,3%
Portal Rosario	19.637	6.618	196,7%	10.320	5.380	91,8%	29.958	11.998	149,7%	918	325	182,9%
Portal Patagonia	23.086	9.092	153,9%	24.456	10.175	140,4%	47.542	19.267	146,8%	1.529	608	151,5%
Portal Lomas	11.601	5.325	117,9%	13.911	6.703	107,5%	25.511	12.028	112,1%	804	364	121,2%
Portal Tucuman	16.527	6.998	136,2%	11.489	5.778	98,8%	28.017	12.775	119,3%	1.311	548	139,1%
Portal Escobar	5.062	1.830	176,6%	17.020	8.013	112,4%	22.082	9.843	124,3%	293	114	157,2%
Portal los Andes	7.641	3.450	121,5%	15.036	8.487	77,2%	22.677	11.937	90,0%	418	187	123,2%
Portal Trelew	8.674	2.691	222,3%	5.902	2.701	118,5%	14.576	5.392	170,3%	611	158	287,5%
Portal Salta	7.649	3.405	124,6%	11.741	6.079	93,1%	19.390	9.484	104,4%	635	259	145,2%
Portal Santiago Del Estero	3.280	1.485	120,8%	6.941	3.918	77,2%	10.221	5.403	89,2%	247	126	96,6%
Power Center / Otros	55.090	23.174	137,7%	98.736	46.210	113,7%	153.826	69.384	121,7%	3.859	1.766	113,2%
<b>TOTAL ARGENTINA</b>	<b>398.026</b>	<b>172.906</b>	<b>130,2%</b>	<b>276.069</b>	<b>131.194</b>	<b>110,4%</b>	<b>674.095</b>	<b>304.100</b>	<b>121,7%</b>	<b>29.921</b>	<b>12.423</b>	<b>140,8%</b>

## Perú

	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	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.
Cencoshopp	35.432	35.432	0,0%	25.102	25.620	-2,0%	60.534	61.052	-0,8%
<b>TOTAL PERÚ</b>	<b>89.548</b>	<b>89.548</b>	<b>0,0%</b>	<b>63.851</b>	<b>64.369</b>	<b>-0,8%</b>	<b>153.399</b>	<b>153.917</b>	<b>-0,3%</b>

	Visitas (Miles)			Ventas (PEN 'MM)			Ingresos 3ros (PEN 'MM)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Plaza Lima Sur	2.631	2.072	27,0%	111	108	2,8%	9,5	9,7	-1,5%
Balta	N.A.	N.A.	N.A.	30	30	0,7%	0,9	0,8	6,0%
Plaza Camacho	N.A.	N.A.	N.A.	5	5	2,8%	0,7	0,7	-4,7%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	14,3	13,1	8,7%
Cencoshopp	1.048	946	10,8%	125	111	12,0%	5,6	4,2	34,2%
<b>TOTAL PERÚ</b>	<b>3.679</b>	<b>3.018</b>	<b>21,9%</b>	<b>271</b>	<b>254</b>	<b>6,6%</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>8,5%</b>

## Colombia

	GLA 3 <sup>ros</sup>			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Otros	46.176	46.176	0,0%	855	855	0,0%	47.030	47.030	0,0%
Cencoshopp	12.742	14.642	-13,0%	50.515	50.251	0,5%	63.257	64.893	-2,5%
<b>TOTAL COLOMBIA</b>	<b>58.918</b>	<b>60.818</b>	<b>-3,1%</b>	<b>51.369</b>	<b>51.106</b>	<b>0,5%</b>	<b>110.287</b>	<b>111.924</b>	<b>-1,5%</b>

	Visitas (Miles)			Ventas (COP 'MM)			Ingresos 3ros (COP 'MM)		
	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%	4T24	4T23	Var%
Otros	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	11.256	10.283	9,5%
Cencoshopp	336	271	24,1%	94.502	96.047	-1,6%	1.751	1.452	20,6%
<b>TOTAL COLOMBIA</b>	<b>336</b>	<b>271</b>	<b>24,1%</b>	<b>94.502</b>	<b>96.047</b>	<b>-1,6%</b>	<b>13.008</b>	<b>11.735</b>	<b>10,8%</b>

## Servicios Financieros

### Estado de Resultados

Servicios Financieros	4T24	4T23	Var. vs 2023		12M24	12M23	Var. vs 2023	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Argentina	33.743	37.181	-9,2%	112,7%	123.241	136.183	-9,5%	161,2%
Brasil	19.555	309	6220,0%	6733,2%	20.633	-698	N.A.	-2781,9%
Colombia	1.353	-698	-293,9%	-290,5%	233	-1.929	-112,1%	-113,7%
<b>Ingresos</b>	<b>54.651</b>	<b>36.793</b>	<b>48,5%</b>	<b>N.A</b>	<b>144.107</b>	<b>133.556</b>	<b>7,9%</b>	<b>N.A</b>
Argentina	18.262	27.916	-34,6%	52,5%	78.106	97.286	-19,7%	124,4%
Brasil	19.555	309	6220,0%	6733,2%	20.633	-698	N.A.	N.A.
Colombia	1.353	-698	-293,9%	-290,5%	233	-1.929	-112,1%	-113,7%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>39.170</b>	<b>27.527</b>	<b>42,3%</b>	<b>N.A</b>	<b>98.973</b>	<b>94.659</b>	<b>4,6%</b>	<b>N.A</b>
<b>GAV</b>	<b>-7.187</b>	<b>-5.590</b>	<b>28,6%</b>	<b>N.A</b>	<b>-22.555</b>	<b>-20.326</b>	<b>11,0%</b>	<b>N.A</b>
<b>Res. Operacional</b>	<b>31.983</b>	<b>21.937</b>	<b>45,8%</b>	<b>N.A</b>	<b>76.417</b>	<b>74.333</b>	<b>2,8%</b>	<b>N.A</b>
<b>Particip. Asociadas</b>	<b>-5.106</b>	<b>3.370</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A</b>	<b>-1.410</b>	<b>-7.561</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A</b>
<b>Dep &amp; Amortizaciones</b>	<b>464</b>	<b>69</b>	<b>569,9%</b>	<b>N.A</b>	<b>1.128</b>	<b>163</b>	<b>590,3%</b>	<b>N.A</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>27.340</b>	<b>25.376</b>	<b>7,7%</b>	<b>N.A</b>	<b>76.136</b>	<b>66.935</b>	<b>13,7%</b>	<b>N.A</b>
<b>Mg EBITDA Ajustado</b>	<b>50,0%</b>	<b>69,0%</b>	<b>-1894 bps</b>		<b>52,8%</b>	<b>50,1%</b>	<b>272 bps</b>	

### Indicadores financieros <sup>14</sup>

CHILE	4T24	3T24	2T24	1T24	4T23
Saldo Deuda Neta (MM CLP)	1.988.618	1.883.802	1.885.441	1.852.253	1.850.373
Provisión sobre Cartera Vencida	2,2	2,1	2,2	2,0	2,4
Saldo Deuda >90 (%)	4,3%	4,5%	4,4%	4,9%	3,8%
Castigos Brutos (MM CLP)	208.869	152.445	100.501	45.581	173.024
Recuperos (MM CLP)	20.283	15.533	10.631	4.874	23.478
Castigos Netos (MM CLP)	188.586	136.912	89.870	40.708	149.546
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	10,0%	9,8%	9,7%	8,8%	8,6%
Cartera Renegociada (%)	23,6%	24,9%	24,3%	23,5%	21,3%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>					
Supermercados	6,4%	6,4%	6,4%	6,1%	6,6%
Tiendas por Departamento	25,8%	23,1%	27,5%	24,6%	26,8%
Mejoramiento del Hogar	10,8%	9,2%	9,0%	8,9%	9,8%

<sup>14</sup> No se incluyen los indicadores financieros de Brasil debido al termino de contrato del *Joint Venture* junto con Bradesco.

<b>ARGENTINA</b>	<b>4T24</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>
Saldo Deuda Neta (M ARS)	211.048.286	178.694.706	174.829.198	135.619.456	87.668.372
Provisión sobre Cartera Vencida	1,4	1,4	1,8	2,1	2,1
Saldo Deuda >90 (%)	3,8%	4,2%	2,6%	2,0%	2,2%
Castigos Brutos (M ARS)	14.418.157	8.505.749	4.071.395	1.686.161	4.396.996
Recuperos (M ARS)	3.097.933	2.124.117	1.010.390	417.509	1.219.661
Castigos Netos (M ARS)	11.320.224	6.381.632	3.061.005	1.268.651	3.177.335
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	7,2%	5,9%	4,7%	4,7%	5,4%
Cartera Renegociada (%)	3,5%	3,9%	2,6%	1,8%	2,5%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>					
Supermercados	8,3%	8,3%	8,8%	8,3%	6,9%
Mejoramiento del Hogar	21,0%	21,7%	21,2%	19,0%	15,4%

<b>PERÚ</b>	<b>4T24</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>
Saldo Deuda Neta (M PEN)	506.032	488.851	514.873	520.587	530.023
Provisión sobre Cartera Vencida	1,9	1,9	1,8	2,0	1,8
Saldo Deuda >90 (%)	3,6%	4,2%	5,1%	4,4%	4,6%
Castigos Brutos (M PEN)	100.833	80.197	51.592	25.609	95.109
Recuperos (M PEN)	14.540	10.839	6.542	3.186	12.968
Castigos Netos (M PEN)	86.294	69.359	45.050	22.423	82.141
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	17,0%	18,0%	17,3%	17,1%	16,5%
Cartera Renegociada (%)	4,3%	4,7%	4,5%	4,0%	3,9%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>					
Supermercados	9,4%	9,6%	9,7%	9,8%	10,5%

<b>COLOMBIA</b>	<b>4T24</b>	<b>3T24</b>	<b>2T24</b>	<b>1T24</b>	<b>4T23</b>
Saldo Deuda Neta (MM COP)	888.429	934.400	983.381	984.930	994.384
Provisión sobre Cartera Vencida	2,1	1,9	1,9	2,1	2,6
Saldo Deuda >90 (%)	3,4%	4,2%	4,2%	3,7%	2,9%
Castigos Brutos (MM COP)	40.775	41.719	71.780	34.247	89.090
Recuperos (MM COP)	2.405	2.033	3.854	2.003	4.628
Castigos Netos (MM COP)	38.370	39.686	67.925	32.243	84.462
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	4,3%	5,6%	13,7%	13,0%	9,2%
Cartera Renegociada (%)	6,0%	6,8%	6,9%	6,9%	6,1%
<b>% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales</b>					
Supermercados	18,5%	19,6%	20,3%	19,7%	19,2%
Mejoramiento del Hogar	12,9%	13,1%	13,7%	13,0%	14,5%

### 3. Indicadores Macroeconómicos

#### Tipo de cambio

	Cierre			Promedio			LTM		
	4T24	4T23	%	4T24	4T23	% change	Dic 24	Dic 23	% change
CLP/USD	996,46	877,12	<b>13,6%</b>	962,57	895,88	<b>7,4%</b>	943,74	839,80	<b>12,4%</b>
CLP/ARS	0,97	1,09	<b>-11,0%</b>	0,96	2,29	<b>-58,1%</b>	1,04	3,19	<b>-67,5%</b>
CLP/BRL	161,32	180,80	<b>-10,8%</b>	165,22	180,86	<b>-8,7%</b>	175,93	168,30	<b>4,5%</b>
CLP/PEN	264,54	236,97	<b>11,6%</b>	256,44	237,00	<b>8,2%</b>	251,52	224,42	<b>12,1%</b>
CLP/COP	0,23	0,23	<b>0,0%</b>	0,22	0,22	<b>1,5%</b>	0,23	0,20	<b>18,6%</b>
CLP/URU	22,78	22,60	<b>0,8%</b>	22,64	22,75	<b>-0,5%</b>	23,58	21,69	<b>N.A.</b>

#### Inflación total y de alimentos

País	Total		Alimentos y Bebidas No Alcohólicas	
	4T24	4T23	4T24	4T23
Chile	4,5%	3,9%	3,5%	5,2%
Argentina	117,8%	211,4%	94,7%	251,3%
EE.UU.	2,9%	3,4%	2,5%	2,7%
Brasil	4,8%	3,7%	7,6%	0,3%
Perú	1,9%	3,4%	1,3%	4,8%
Colombia	5,2%	9,3%	3,3%	5,0%

## 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

