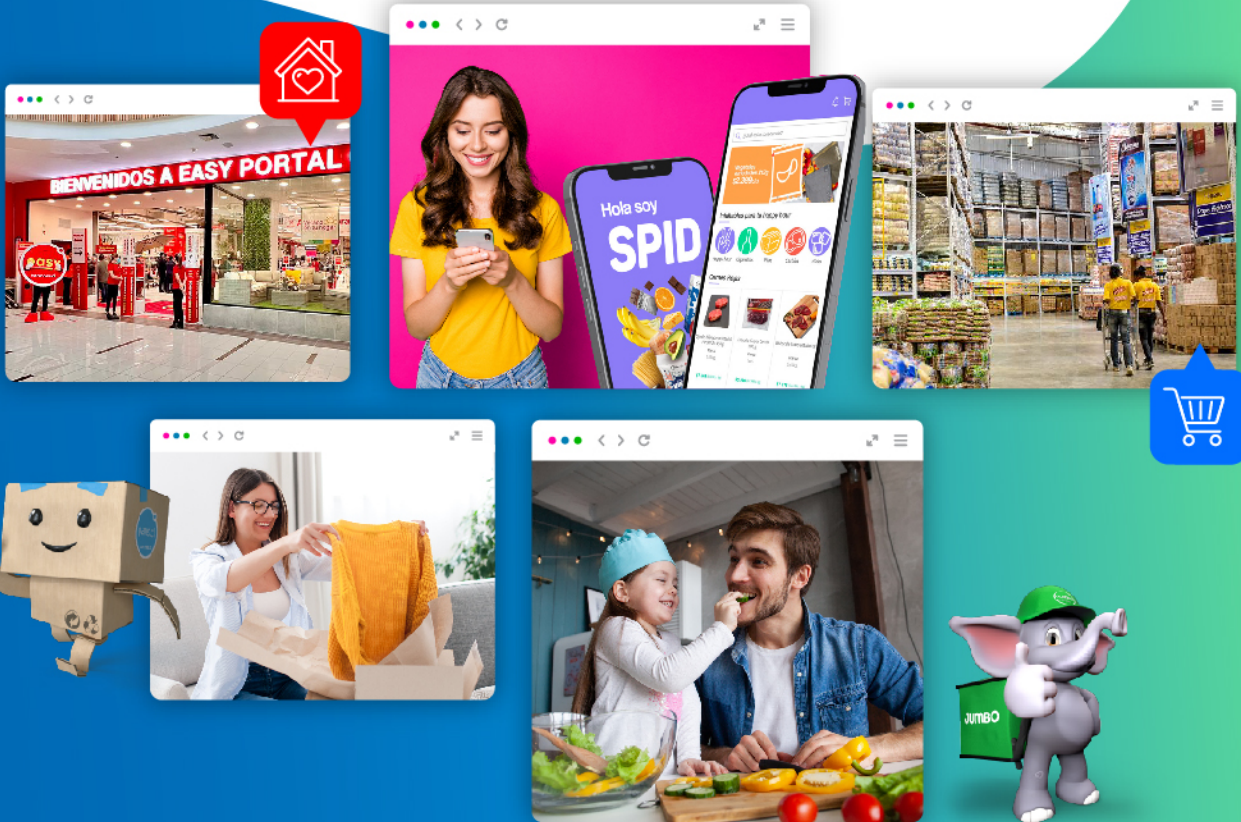


Reporte de Resultados

Cuarto trimestre 2021



Resumen Ejecutivo Resultados 4T21¹

A pesar de la alta base de comparación, Cencosud logra crecimientos de doble dígito a/a tanto en ingresos, como en EBITDA, y la utilidad (excluyendo revaluación de activos) crece 40,3%.

Todo lo anterior explicado por ganancias en participación de mercado, el impulso del negocio online en la región, la recuperación del negocio de Centros Comerciales y los cambios en procesos que han mejorado la eficiencia de las operaciones. Esto se refleja en los positivos resultados de Chile, Argentina, Colombia y Perú.



Ingresos Consolidados
USD 4.121 MM
+16,2%



Penetración Online Regional
10,9%



EBITDA Ajustado
USD 521 MM
+20,1%



Margen EBITDA
12,6%



Utilidad Neta
USD 249 MM

02

Comentarios de la Administración

“Durante 2021, consolidamos nuestro liderazgo incrementando la participación de mercado en varios de los negocios de la región, a través de una propuesta de valor diferenciada, enfocándonos en la calidad de nuestros productos y un servicio amable hacia nuestros clientes, tanto en el canal físico como online. Nuestro desafío es seguir mejorando nuestra propuesta de valor a través de inversiones en tecnología, inteligencia artificial y análisis de datos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, así como incrementar la eficiencia en las operaciones.

Cencosud logró un trimestre y un año destacado en ingresos y EBITDA, impulsados por positivos resultados en 4 de los países donde operamos, a excepción de Brasil cuyo mercado enfrentó un entorno económico más desafiante a partir de la segunda mitad del año. Hemos continuado desarrollando iniciativas de ahorro de gastos y mejoras de procesos, mientras abordamos de manera proactiva las dificultades de la cadena de suministro global, provocada por la pandemia.



Matías Videla
CEO Cencosud

¹ Cifras excluyen el Ajuste por Hiperinflación de Argentina.

Moneda Local	Ingresos Retail		EBITDA Ajustado Retail	
	4T21 / 4T20	4T21 / 4T19	4T21 / 4T20	4T21 / 4T19
Supermercado	+16,7%	+42,8%	+18,1%	+93,6%
Mejoramiento del Hogar	+16,9%	+78,8%	-7,5%	+91,0%
Tiendas por Departamento	+21,1%	+30,6%	+70,6%	+119,2%

Respecto al canal online, este año Cencosud siguió fortaleciendo su propuesta, manteniendo altas tasas de penetración a pesar de la alta base de comparación. Me gustaría destacar los lanzamientos de Apps para Spid y Paris, en Chile, Wong y Metro en Perú, el lanzamiento del canal online de Santa Isabel, la creación de Jumbo Prime, el inicio de operaciones de Cencosud Media, entre otras. Además, desde inicios de 2022, por primera vez una empresa de Tiendas por Departamento en Chile ofrece despachos en el mismo día.

Penetración E-commerce	4T21	4T19
Supermercado	7,6%	1,9%
Mejoramiento del Hogar	8,5%	5,6%
Tiendas por Departamento	32,0%	21,8%

Quisiera destacar que Cencosud en el año 2021 retomó un plan agresivo de inversiones en nuevas tiendas y formatos. Durante el año 2021, abrimos 29 nuevas tiendas y 2 Dark Stores, entre las unidades de negocio de Mejoramiento del Hogar y Supermercados, transformamos 54 tiendas a nuevos formatos tanto de conveniencia como de Cash&Carry, y remodelamos más de 280 tiendas en toda la región.

Para finalizar me gustaría destacar que continuamos fortaleciendo la posición financiera de la Compañía, logrando el menor nivel de leverage de la última década, con una sólida posición de caja que a diciembre de 2021 alcanzó a USD 1,8 billones. Todo esto gracias a la mejora en la rentabilidad de los negocios como expliqué anteriormente, pero también por un manejo del capital de trabajo más eficiente.”

Resumen Financiero Consolidado²

3.1 Estado de Resultados Consolidado 4T21

(millones CLP)

	Reportado			Excl. IAS29			M. Local
	4T21	4T20	Var %	4T21	4T20	Var %	Var %
Ingresos Online	372.038	296.386	25,5%	354.094	312.707	13,2%	14,5%
Ingresos Offline	3.090.445	2.426.559	27,4%	2.941.391	2.560.181	14,9%	18,0%
Otros Ingresos ³	110.893	51.808	114,0%	105.544	54.661	93,1%	92,0%
Ingresos	3.573.375	2.774.754	28,8%	3.401.029	2.927.549	16,2%	19,0%
Ganancia Bruta	1.050.416	770.620	36,3%	1.004.517	833.577	20,5%	24,1%
Margen Bruto	29,4%	27,8%	162 bps	29,5%	28,5%	106 bps	
GAV	-718.581	-552.288	30,1%	-665.458	-590.711	12,7%	16,3%
Margen GAV	-20,1%	-19,9%	-21 bps	-19,6%	-20,2%	61 bps	
R. Operacional	354.550	342.038	3,7%	361.630	356.195	1,5%	3,9%
R. No operacional	-96.530	-56.197	71,8%	-100.385	-67.803	48,1%	49,3%
Impuestos	-83.206	-89.238	-6,8%	-55.440	-73.803	-24,9%	-26,3%
Utilidad	174.814	196.603	-11,1%	205.805	214.589	-4,1%	1,8%
Utilidad Neta Rev. Activos	170.246	117.934	44,4%	200.900	143.239	40,3%	55,5%
EBITDA Ajust.	432.524	335.510	28,9%	430.171	358.085	20,1%	22,5%
Mg EBITDA Ajust.	12,1%	12,1%	1 bps	12,6%	12,2%	42 bps	

3.2 Principales Cifras 4T21

	SSS	GMV ⁴		Penetración Online
	ML	CLP	ML	
> Supermercados	19,2%	12,4%	14,2%	7,6%
> Tiendas por Departamento	36,9%	14,2%	14,2%	32,0%
> Mejoramiento del Hogar	17,1%	13,7%	17,8%	8,5%

² El Estado de Resultados detallado y efecto hiperinflación disponibles en el anexo de este reporte.

³ "Otros ingresos" incluye: Centros Comerciales, Servicios Financieros y Otros Administrativos.

⁴ Venta online 1P (no incluye IVA). No incluye venta 3P que corresponde a un 17,0% del total Paris.cl.

3.3 Estado de Resultados Consolidado 2021

(millones CLP)	Reportado			Excl. IAS29			M. Local
	2021	2020	Var %	2021	2020	Var %	Var%
Ingresos Online	1.447.129	924.351	56,6%	1.397.513	944.733	47,9%	53,3%
Ingresos Offline	10.012.324	8.665.436	15,5%	9.669.040	8.856.511	9,2%	20,6%
Otros Ingresos ⁵	300.618	246.330	22,0%	290.311	251.762	15,3%	7,0%
Ingresos	11.760.071	9.836.117	19,6%	11.356.864	10.053.006	13,0%	23,4%
Ganancia Bruta	3.432.616	2.644.268	29,8%	3.318.102	2.755.716	20,4%	32,5%
Margen Bruto	29,2%	26,9%	231 bps	29,2%	27,4%	180 bps	
GAV	-2.344.665	-2.166.783	8,2%	-2.214.258	-2.203.993	0,5%	11,9%
Margen GAV	-19,9%	-22,0%	209 bps	-19,5%	-21,9%	243 bps	
R. Operacional	1.035.297	593.715	74,4%	1.052.400	650.502	61,8%	70,7%
R. No operacional	-279.468	-391.157	-28,6%	-278.356	-381.504	-27,0%	-25,9%
Impuestos	-260.694	-137.578	89,5%	-111.374	-93.794	18,7%	3,9%
Utilidad	495.136	64.981	662,0%	662.670	175.203	278,2%	301,0%
Utilidad Neta Rev. Activos	552.205	22.085	2400,3%	717.434	143.588	399,6%	453,9%
EBITDA Ajust.	1.416.061	910.632	55,5%	1.402.982	964.349	45,5%	55,6%
Mg EBITDA Ajust.	12,0%	9,3%	278 bps	12,4%	9,6%	276 bps	

3.4 Principales Cifras 2021

	SSS	GMV ⁶		Penetración Online
	ML	CLP	ML	
> Supermercados	16,0%	75,7%	84,7%	9,0%
> Tiendas por Departamento	58,1%	27,4%	27,4%	41,7%
> Mejoramiento del Hogar	34,4%	22,2%	34,0%	9,2%

⁵ “Otros ingresos” incluye: Centros Comerciales, Servicios Financieros y Otros Administrativos.

⁶ Venta online 1P (no incluye IVA). No incluye venta 3P que corresponde a un 11,1% del total Paris.cl.

Eventos Relevantes 2021

4.1 Crecimiento orgánico y rentabilidad de los negocios

- Aperturas y remodelaciones:

Durante el año 2021 Cencosud abrió 31 nuevas tiendas en la región, agregando más de 50.000 m² de sala de venta, de acuerdo con los cambios que ha experimentado el mercado en los últimos años, además transformó 54 tiendas a otros formatos para complementar su oferta de valor. Por último, remodeló 283 tiendas que buscan una mejora en la experiencia de compra física y un aumento de las eficiencias, complementadas por un menor impacto en la huella de Carbono.

	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones
	Tiendas	M ²	Tiendas	M ²	Tiendas
Chile	5	2.427	4	12.450	121
Argentina	7	15.095	-	-	72
Brasil	10	5.454	27	75.405	34
Perú	3	4.541	9	18.108	47
Colombia	6	22.677	14	1.827	9
TOTAL	31	50.194	54	107.790	283

En el 4T21, la Compañía logró la apertura de 16 nuevas tiendas en los formatos de Supermercado, Mejoramiento del Hogar y Tiendas por Departamento, además de los formatos de conveniencia (Spid) y electrónica (Electroshow). Dentro de las aperturas se encuentran las transformaciones de tiendas hacia el formato Cash & Carry y la consolidación del negocio Paris con el traspaso de la última tienda desde la marca Johnson. En total la Compañía incorporó más de 40.000 m².

Adicionalmente, a inicios del 2022 el negocio de Mejoramiento del Hogar abrió 2 tiendas en la región de Santiago que suman 5.366 m².

	N° Tiendas	M ²	Fecha Apertura
Mejoramiento del Hogar	2	5.366	Enero 2022
Tiendas por Departamento	1	3.318	Diciembre 2021
Chile	3	8.684	
Supermercado	3	423	Diciembre 2021
Mejoramiento del Hogar	4	14.672	Nov / Dic 2021
Argentina	7	15.095	
Supermercado	2	4.311	Diciembre 2021
Electroshow	1	163	Diciembre 2021
Brasil	3	4.474	
Supermercado	1	2.851	Diciembre 2021
Perú	1	2.851	
Mejoramiento del Hogar	4	14.644	Nov / Dic 2021
Colombia	4	14.644	
TOTAL	18	45.748	

- **Incremento en participación de mercado en Supermercados Chile, Argentina y Perú:** a diciembre del año 2021, Cencosud ha tenido ganancias en participación de mercado en la región. En Chile, la ganancia de participación de mercado correspondió a 70 bps y en Argentina y Perú 20 bps y 10 bps, respectivamente.
- **Publicación resultados Cencosud Brasil:** Cencosud Brasil fue inscrita como Sociedad Anónima Abierta a través de su inscripción ante la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM), por lo que comenzará a publicar de forma trimestral sus resultados financieros a contar de 4T21.

4.2 Innovación y Nuevas Tendencias

- **Supermercados**
 - ✓ **SPID:** el nuevo formato de conveniencia del negocio de supermercados empezó operando a principio del año 2021 de manera digital en Chile, a la fecha ya cuenta con 20 tiendas físicas y Dark Stores y ofrece cobertura en los 5 países donde opera la Compañía.
 - ✓ **Jumbo Prime:** el modelo de membresía lanzado en noviembre del año 2020 en Chile ha logrado avances relevantes en los índices de satisfacción de los clientes y a diciembre de 2021 ya contaba con más de 50.000 suscriptores.
 - ✓ **E-commerce Santa Isabel:** el negocio de venta online fue lanzado en julio 2021 y ya cuenta con más de 100 tiendas incorporadas a su logística, ya sea para despacho o retiro en tienda. El éxito de este canal en parte explica el aumento en participación de mercado experimentado por Santa Isabel durante el año 2021.
 - ✓ **Gray y Dark Stores:** durante el año se han inaugurado diversos Grey y Dark Store en la región con el objetivo de abastecer los clientes de una forma más eficiente y rápida.
- **Tiendas por Departamento**
 - ✓ **Nueva App:** en julio del año 2021 Paris lanzó su primera app como parte de su estrategia Omnicanal y en sus primeros meses de operación alcanzó a 800.000 descargas.
 - ✓ **Same Day Delivery:** en diciembre 2021, Paris lanzó el servicio de entregas en el mismo día en compras realizadas de forma online, operando inicialmente en 15 comunas de Santiago. Este servicio se suma a la entrega en “24 Horas Express” que complementa la propuesta de valor del negocio.
 - ✓ **Marketplace Paris.cl:** durante 2021 el negocio de Marketplace, incorporado en Paris.cl, ha tenido un crecimiento relevante tanto en el aumento de tráfico como en la incorporación de nuevos clientes. Al cierre de 2021 el negocio ha logrado una penetración del 17,0% del total de ventas de Paris.cl, lo que se compara positivamente con un 2,9% en 2020.
- **Centros Comerciales**
 - ✓ **Nueva App “mi mall”:** Cencosud Shopping lanzó la nueva App “mi mall” con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes. Además, incorpora al negocio de Parking, el sistema digital Autopass que evita el uso de cajeros físicos y de tickets.

- **Nuevos Negocios**
 - ✓ **Cencosud Media:** junto al apoyo estratégico de Accenture, la compañía lanzó Cencosud Media, un negocio que busca generar estrategias publicitarias a través de una plataforma tecnológica con modelos de analítica avanzada e inteligencia artificial. Esta nueva unidad de negocio de la Compañía nace para fortalecer las capacidades digitales, además de apoyar a una serie de iniciativas innovadoras. A través del uso de “Big Data”, que se obtiene de las distintas unidades de negocios de Cencosud, será posible generar estrategias de marketing medibles en los diversos canales del Ecosistema Digital de Cencosud.
 - ✓ **Cencosud Venture:** como parte del proceso de evolución digital, Cencosud crea una unidad de negocios orientada al capital de riesgo a través de la cual se vinculará con emprendedores y startups latinoamericanas de soluciones tecnológicas escalables. El foco de esta nueva unidad será apoyar a startups tecnológicas, acelerando la evolución digital que está impulsando Cencosud en los ámbitos de: *E-Commerce*, Logística y Cadena de Suministro, *Fintech* y *Retail Services*.



4.3 Sostenibilidad / Progreso ASG



4.3.1 Planeta

- **Rescate de Alimentos y Donaciones:** en septiembre 2021 Cencosud anunció su Programa Regional de Rescate de Alimentos. En el 4T21 se **donaron más de 876 toneladas de alimentos** en la región.
- **Reciclaje y recarga de productos en Supermercados:** en Chile, en alianza con Eco Carga, desde noviembre 2021 Santa Isabel incorporó su primer local para recarga de detergentes, con el objetivo de incentivar a nuestros clientes a **utilizar menos plásticos**. También en Wong, Perú, se llevó a cabo el proyecto que fomenta el reciclaje de materiales plásticos, vidrio, cartón, Tetrapak y residuos de aparatos electrónicos, a la fecha se ha logrado **recolectar 17 toneladas para reciclaje**.
- **Certificación Giro Limpio:** el programa “Giro Limpio” Chile promueve la certificación de empresas con un transporte eficiente y sustentable, impulsado por el Ministerio de Energía. En el año 2020 Easy Chile obtuvo esta certificación y en febrero 2022 Supermercados fue **reconocido** como uno de los 5 operadores logísticos del país por **implementar acciones para disminuir el impacto ambiental** de los traslados de cargas en su flota de camiones.



4.3.2 Personas

- **Empleo con Apoyo e Inclusión Laboral:** Cencosud adhirió a programas y compromisos con el objetivo de promover el apoyo al empleo y la inclusión social. El programa “Empleo con Apoyo”, en Chile, que acompaña el proceso de inclusión de personas en situación de discapacidad y ya cuenta con **más de 650 colaboradores** en todas sus unidades de negocio; en Colombia, la empresa fue reconocida por el Programa de Inclusión Laboral de personas con habilidades diversas.
- **Donaciones y Colaboraciones:** En la región se han impulsado los programas de donaciones y colaboraciones a las personas con mayores necesidades.
 - ✓ El programa Troco Solidario, en Brasil, a través de sus clientes donaron el vuelto de sus compras a 3 instituciones, recaudando USD 20 mil; además en sus supermercados se llevaron a cabo una campaña para ayudar a las víctimas de las lluvias que azotaron la región

de Bahía. Se recogieron un total de **1,5 toneladas** de alimentos, ropa, entre otros, entre los clientes y empleados de 19 tiendas.

- ✓ En Chile, Easy junto a su equipo de voluntariado ayudó en la emergencia por el incendio en el sur del país (Chiloé), se aportaron materiales para contribuir a la limpieza de estructuras y el levantamiento de escombros de las 140 casas afectadas; también en Chile, y desde Centros Comerciales se impulsó Mercado Emprende, logrando **apoyar a 23 PYMES y más de 1.000 emprendedores**.
- **Capacitaciones:**
 - ✓ Cencosud cuenta con un **Programa de Atención al Colaborador**, para promover la seguridad de los colaboradores que sufren de violencia intrafamiliar o de género y Easy mantiene una **alianza con SernamEG** para aportar a la recuperación de mujeres sobrevivientes de violencia. En el marco del Día internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, **Sky Costanera se iluminó de color naranja**.
 - ✓ En conjunto con la Red Argentina de Banco de Alimentos (REDBdA) se llevó a cabo la iniciativa “Cocina Saludable en Comedores”, en el marco de su programa Nutriditos con el objetivo de brindar talleres dirigidos a las entidades beneficiarias del Banco de Alimentos. Este año, se realizaron **54 talleres**, brindando **capacitación a 462 referentes de 350 organizaciones sociales**, alcanzando a más de **70.000 beneficiarios indirectos**.
- **Celebraciones con Sentido:**
 - ✓ Durante navidad, los centros comerciales de Chile llevaron a cabo diversas actividades para **apoyar a 8 fundaciones** en sus procesos de recaudación de fondos. Cencosud Chile en Navidad apoyó a través de la compra de sus productos a un emprendimiento social que busca reinsertar a mujeres, que han estado privadas de libertad, a través de la cocina.



4.3.3 Gobierno Corporativo

- **Reconocimiento S&P:** Cencosud como miembro de S&P Yearbook fue reconocido como la empresa del rubro de Supermercados más sostenible de Latinoamérica.
- **Premio Advantage Group Latam:** Cencosud Perú, a través de Wong y Metro, fue reconocido como el Retailer más colaborativo de 2021. El premio es otorgado, después de una encuesta realizada a 30 proveedores, colocando a Cencosud Perú como el ‘Retailer #1’ en el ranking de canal supermercados, reflejando el compromiso de los colaboradores.

Resultados por País^{7 8}

5.1 Cuarto trimestre 2021

Ingresos (millones)	4T21		4T20		Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	%	CLP	%	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	1.918.516	56,4%	1.614.787	55,2%	18,8%	18,8%	53,2%	53,2%
Argentina	614.460	18,1%	465.535	15,9%	32,0%	52,1%	29,0%	100,0%
Brasil	315.738	9,3%	333.067	11,4%	-5,2%	-9,6%	-18,0%	1,8%
Perú	278.170	8,2%	275.096	9,4%	1,1%	3,6%	-4,5%	4,6%
Colombia	274.144	8,1%	239.063	8,2%	14,7%	13,0%	8,2%	13,7%
TOTAL	3.401.029	100,0%	2.927.549	100,0%	16,2%	19,0%	27,9%	45,1%

EBITDA Ajustado (millones)	4T21		4T20		Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	%	CLP	%	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	311.316	16,2%	249.719	15,5%	24,7%	24,7%	117,2%	117,2%
Argentina	43.797	7,1%	40.905	8,8%	7,1%	28,9%	-20,2%	23,8%
Brasil	18.490	5,9%	28.707	8,6%	-35,6%	-38,6%	32,9%	65,1%
Perú	32.825	11,8%	20.734	7,5%	58,3%	61,8%	10,1%	20,4%
Colombia	23.743	8,7%	18.021	7,5%	31,8%	30,1%	53,1%	61,7%
TOTAL	430.171	12,6%	358.085	12,2%	20,1%	22,5%	67,1%	79,9%

5.1.1 Venta Canal E-commerce

	4T21		4T20		Var %	
	Ingresos Online (miles CLP)		CLP	M. Local	CLP	M. Local
Chile	296.210.783	259.591.127	14,1%	14,1%		
Argentina	25.804.351	23.707.877	8,8%	26,5%		
Brasil	5.671.999	2.069.645	174,1%	161,4%		
Perú	12.510.640	10.651.870	17,5%	21,2%		
Colombia	13.896.305	16.686.805	-16,7%	-18,0%		
TOTAL	354.094.078	312.707.323	13,2%	14,5%		

⁷ Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, cifras excluyen efecto de la norma hiperinflacionaria Argentina.

⁸ Las explicaciones de los resultados son dadas en moneda local.

5.2 Acumulado Año 2021

Ingresos (millones)	2021		2020		Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	%	CLP	%	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	6.522.039	57,4%	5.048.275	50,2%	29,2%	29,2%	44,0%	44,0%
Argentina	1.892.058	16,7%	1.760.352	17,5%	7,5%	49,5%	9,1%	100,2%
Brasil	1.151.696	10,1%	1.300.888	12,9%	-11,5%	-2,7%	-16,3%	6,0%
Perú	947.671	8,3%	1.105.502	11,0%	-14,3%	-1,3%	-7,0%	0,3%
Colombia	843.400	7,4%	837.990	8,3%	0,6%	6,2%	1,3%	6,8%
TOTAL	11.356.864	100,0%	10.053.006	100,0%	13,0%	23,4%	19,7%	40,8%

EBITDA Ajustado (millones)	2021		2020		Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	%	CLP	%	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	1.009.199	15,5%	565.998	11,2%	78,3%	78,3%	128,5%	128,5%
Argentina	172.697	9,1%	160.018	9,1%	7,9%	54,4%	5,1%	95,9%
Brasil	70.366	6,1%	96.080	7,4%	-26,8%	-19,0%	37,9%	74,9%
Perú	93.024	9,8%	92.029	8,3%	1,1%	15,0%	-46,4%	-41,9%
Colombia	57.696	6,8%	50.224	6,0%	14,9%	20,1%	49,4%	57,7%
TOTAL	1.402.982	12,4%	964.349	9,6%	45,5%	55,6%	61,4%	82,1%

5.2.1 Venta Canal E-commerce

	2021	2020	Var %	
	Ingresos Online (miles CLP)		CLP	M. Local
> Chile	1.193.706.105	758.816.097	57,3%	57,3%
> Argentina	90.880.203	89.560.081	1,5%	44,4%
> Brasil	18.269.614	3.201.509	470,7%	529,0%
> Perú	49.944.809	29.264.499	70,7%	98,0%
> Colombia	44.711.895	63.891.006	-30,0%	-25,7%
TOTAL	1.397.512.626	944.733.192	47,9%	53,3%

5.3 CHILE

Durante el trimestre los ingresos crecieron 18,8% y 53,2% frente a 2020 y 2019, respectivamente, impulsados por los crecimientos de Supermercado y Tiendas por Departamento, además de la recuperación de Centros Comerciales. Se mantuvo un sólido nivel de demanda, tanto en la venta del canal físico como online, unido a la ganancia en participación de mercado en el caso de la venta de Supermercados. El EBITDA Ajustado se incrementó 24,7% frente a 2020 y 117,2% frente a 2019 por una mayor dilución de gastos sobre ingresos y un cambio en el mix de productos a aquellos con mayor valor agregado como vestuario, calzado y alimentar.

Ingresos (millones)	4T21	4T20	Variación vs 2020	Variación vs 2019
	CLP	CLP	Δ %	Δ %
Supermercado	1.177.065	995.702	18,2%	54,5%
Centros Comerciales	52.318	23.062	126,9%	41,2%
Mejoramiento del Hogar	244.585	233.289	4,8%	66,2%
Tiendas por Departamento	443.730	360.787	23,0%	45,5%
Otros	818	1.948	-58,0%	-48,1%
Chile	1.918.516	1.614.787	18,8%	53,2%

EBITDA Ajustado (millones)	4T21		4T20		Variación 2020	Variación 2019
	CLP	Mg	CLP	Mg	Δ %	Δ %
Supermercado	193.560	16,4%	156.422	15,7%	23,7%	103,2%
Centros Comerciales	41.360	79,1%	12.658	54,9%	226,8%	57,1%
Mejoramiento del Hogar	32.471	13,3%	45.877	19,7%	-29,2%	84,1%
Tiendas Departamento	57.571	13,0%	39.201	10,9%	46,9%	138,9%
Servicios Financieros	2.627	0,0%	8.934	0,0%	-70,6%	32,8%
Otros	-16.272	-1988,7%	-13.373	-686,5%	21,7%	-25,8%
Chile	311.316	16,2%	249.719	15,5%	24,7%	117,2%

5.3.1 Same Store Sales y GMV (Moneda Local)

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio		GMV
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21
Supermercado	18,2%	16,3%	27,0%	-28,7%	-7,0%	63,1%	11,0%
Mejoramiento del Hogar	2,8%	55,3%	-7,7%	18,9%	11,3%	30,5%	30,5%
Tiendas por Departamento	36,9%	7,2%	32,7%	-18,4%	3,2%	31,3%	14,2%

- **Supermercados:** los ingresos crecieron 18,2% a/a debido al crecimiento y a la ganancia en participación de mercado del canal online en las 3 banderas. El crecimiento de las categorías de productos alimentares y vestuario impulsó un SSS de 18,2% frente a 2020. Por su parte el margen EBITDA Ajustado mejoró 73 bps dada la mayor dilución de gastos sobre ingresos y mejores negociaciones con proveedores por mayor volumen de compra, contrarrestado parcialmente por mayores costos logísticos.

- Mejoramiento del Hogar:** se registraron crecimientos en ingresos de 4,8% frente a 2020 y 66,2% frente a 2019. El crecimiento de 2,8% en SSS se explica por el creciente desarrollo del segmento venta empresa que ha aumentado su participación sobre la venta total, logrando compensar parcialmente la disminución en la venta retail. Con respecto al EBITDA Ajustado, este decreció un 29,2% frente a 2020 principalmente por mayores costos logísticos, debido a una mayor diversificación a proveedores locales e incremento en el costo de importados, un nivel de inventario más acotado y la menor dilución de gastos respecto al año anterior.
- Tiendas por Departamento:** los ingresos crecieron tanto frente a 2020 (23,0%) como frente a 2019 (45,5%). En este contexto destaca el buen desempeño de tiendas físicas, a pesar del cierre de algunas tiendas por remodelación durante el trimestre. Lo anterior, sumado a un mayor nivel de consumo, principalmente en vestuario y calzado, contribuyeron a un incremento de SSS de 36,9% a/a. En lo que respecta al EBITDA Ajustado, este creció 46,9% frente a 2020 principalmente debido al incremento en la venta de marcas propias, las cuales tienen mayor margen de comercialización, y un cambio en el mix de productos de mayor valor agregado. A esto se suma una menor actividad promocional que el año anterior y mayores eficiencias en la cadena logística local, contrarrestado parcialmente por el aumento de costos logísticos de importación.
- Centros Comerciales:** los ingresos se incrementaron 126,9% frente a 2020 y 41,2% frente a 2019, debido a menores restricciones a la movilidad, mayores aforos permitidos, y la eliminación de los beneficios al arriendo fijo entregados a los locatarios en 4T20. El margen EBITDA Ajustado incrementó 2.417 bps frente a 2020 dada una mayor dilución de gastos sobre ingresos y un recupero en la provisión del deudor incobrable. Este incremento se da a pesar del aumento en los gastos de administración y ventas, explicado principalmente por mayor nómina de personal temporal por Navidad y mayores gastos de marketing.
- Servicios Financieros:** el trimestre registró mayor colocación de tarjetas, contrarrestado por mayores gastos directos y mayores costos operativos, reestructuración y eficiencias operacionales, además de una mayor provisión de cargo por riesgo asociado a una postura más conservadora, resultando en una disminución del EBITDA Ajustado de 70,6% frente al 4T20.

5.4 ARGENTINA

En el trimestre se registraron crecimientos de ingresos de 52,1% en moneda local y 32,0% en pesos chilenos. Esto se debe al buen desempeño tanto de Supermercados y Mejoramiento del Hogar como al repunte de Centros Comerciales, frente a 2020. El EBITDA Ajustado por su parte incrementó un 28,9% en moneda local y un 7,1% en pesos chilenos por una mayor dilución de gastos sobre ingresos.

Ingresos (millones)	4T21	4T20	Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	CLP	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Supermercado	388.594	287.273	35,3%	55,8%	35,0%	109,3%
Centros Comerciales	17.109	3.346	411,4%	484,6%	43,9%	122,6%
Mejoramiento del Hogar	184.501	156.114	18,2%	36,4%	29,0%	100,2%
Servicios Financieros	23.915	18.807	27,2%	47,3%	-27,7%	12,3%
Otros	341	-4	-7694,4%	-9015,9%	-30,7%	5,2%
Argentina	614.460	465.535	32,0%	52,1%	29,0%	100,0%

5.4.1 Same Store Sales y GMV (Moneda Local)

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio		GMV
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21
Supermercado	59,2%	33,8%	16,1%	-26,7%	36,6%	82,6%	50,8%
Mejoramiento del Hogar	38,3%	35,5%	0,8%	-21,4%	37,1%	71,6%	-4,3%

- Supermercados:** los ingresos crecieron 55,8% en ARS y 35,3% en CLP, frente a 2020. El crecimiento de 59,2% en SSS se debe principalmente al incremento del consumo, por incentivos estatales, y menores restricciones a la movilidad, además de la ganancia en participación de mercado de las tres banderas. Se destaca la mejora en la venta/m² en las ubicaciones donde se incorporaron las nuevas tiendas de Mejoramiento del Hogar. Por su parte, el margen EBITDA Ajustado aumentó 25 bps versus 2020 por una mayor dilución de gastos sobre ingresos y una reducción de los productos de la canasta de precios congelados y/o precios cuidados.
- Mejoramiento del Hogar:** el trimestre registró un incremento de ingresos de 36,4% en ARS y 18,2% en CLP frente al mismo periodo del año anterior. Además, se incorporaron 4 nuevos locales a/a que también impulsaron el crecimiento. El SSS de 38,3% se explica por la alta inflación, contrarrestada por una alta base de comparación. El margen EBITDA Ajustado cayó 192 bps explicado por mayores costos logísticos y de inventario de los productos importados, compensado parcialmente por mayores niveles de venta.
- Centros Comerciales:** los ingresos de Centros Comerciales aumentaron 484,6% en moneda local y 411,4% en pesos chilenos, debido a las menores restricciones a la movilidad, el mayor tráfico y el impulso al consumo experimentado durante el trimestre, frente a 2020. Además, hubo una recuperación de los ingresos por renovación de contratos vencidos. El margen EBITDA Ajustado creció más de 8.000 bps debido al mayor nivel de ingresos, una mayor dilución de gastos y una mejora en gastos de administración y venta debido a una reducción en la cuenta de deudores incobrables.
- Servicios Financieros:** los ingresos crecieron 47,3% en pesos argentinos y 27,2% en CLP principalmente debido al incremento en la cartera por la recaudación de nuevas cuentas. El costo operativo de estas aperturas impactó negativamente al EBITDA Ajustado, registrándose una disminución del margen.

5.5 BRASIL⁹

Durante el trimestre los ingresos cayeron 9,6% en moneda local y 5,2% en CLP a/a. Esto se explica por la alta base de comparación, por la reapertura del comercio en general -como shoppings y restaurantes- impactando el desempeño del negocio. El aumento del desempleo y la reducción de ayudas económicas estatales asociadas a la pandemia, generaron una reducción del consumo en el país. El EBITDA Ajustado decreció 38,6% en reales y 35,6% en CLP, frente al 4T20, afectado por el traspaso parcial del incremento de la inflación a precios.

⁹ Para mayor detalle del negocio pueden revisar el Press Release de Cencosud Brasil en la página <https://ri.cencosud.com.br/>.

Ingresos (millones)	4T21	4T20	Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	CLP	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Supermercado y Otros ¹⁰	315.377	332.284	-5,1%	-9,5%	-17,8%	2,1%
Servicios Financieros	361	783	-53,8%	-55,9%	-74,3%	-68,5%
Brasil	315.738	333.067	-5,2%	-9,6%	-18,0%	1,8%

5.5.1 Same Store Sales y GMV (Moneda Local)

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio		GMV
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21
Supermercado	-9,5%	10,9%	-10,5%	-16,9%	1,1%	33,4%	161,4%
Otros ¹⁰	-4,0%	2,9%	-4,1%	-16,8%	0,2%	23,7%	N.A.

- **Supermercados y Otros¹⁰:** los ingresos cayeron 9,5% en reales y 5,1% en CLP a/a. La caída en SSS de 9,5% se debe en parte por la pérdida de participación de mercado (generado por el impacto de los aniversarios promocionales de la competencia durante el trimestre), disminución de la ayuda económica estatal a la población, además de una alta base de comparación en no-alimentar versus 2020. El margen EBITDA Ajustado cayó 251 bps frente a 2020 por la dificultad en el traspaso de la inflación al precio final y por mayor gasto en reestructuración y eficiencias operacionales debido a transformaciones de tiendas Bretas a formato Cash & Carry.
- **Servicios Financieros:** los ingresos y el EBITDA Ajustado decrecieron tanto en moneda local como en CLP, debido a la disminución de ingresos por descuentos a clientes en el uso de la tarjeta, además de mayores provisiones de cuentas por cobrar.

5.6 PERÚ

Durante el trimestre los ingresos incrementaron 3,6% en PEN y 1,1% en CLP frente al mismo periodo de 2020 debido a crecimientos en la venta de Supermercados, por aumento en participación de mercado, y la recuperación de ingresos en Centros Comerciales. La buena performance se ve contrarrestada parcialmente por la mayor base de comparación -debido a la liquidación de productos de Tiendas por Departamento- que impactó el crecimiento durante el trimestre. Por otra parte, el 4T21 representó el mejor margen EBITDA Ajustado de los últimos 11 años, registrando un incremento de 426 bps a/a. El crecimiento vs 2020 se debe en parte por la reducción de gastos de administración y venta, y por el cierre de Tiendas por Departamento.

¹⁰ Otros: corresponde a los negocios de Farmacias, Electroshows, Estaciones de Servicio y Delicatessen.

Ingresos (millones)	4T21	4T20	Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	CLP	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Supermercado	272.758	265.562	2,7%	5,2%	9,4%	19,8%
Centros Comerciales	5.162	3.590	43,8%	47,5%	-22,0%	-14,6%
Tiendas por Departamento	1	5.661	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%
Otros	250	283	-11,8%	-8,9%	-45,3%	-39,9%
Perú	278.170	275.096	1,1%	3,6%	-4,5%	4,6%

5.6.1 Same Store Sales y GMV (Moneda Local)

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio		GMV
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21
Supermercado	5,9%	11,2%	-3,6%	-25,1%	9,8%	48,4%	21,2%

- **Supermercados:** los ingresos aumentaron 5,2% en PEN y 2,7% en CLP. El crecimiento de 5,9% en SSS se debe a mayores ventas en Navidad, por menores restricciones, y buen desempeño en el formato Cash & Carry, además del crecimiento sostenido de la penetración online y el crecimiento en participación de mercado. El incremento en ingresos fue contrarrestado parcialmente por una mayor base de comparación de venta de productos remanente por el cierre de tiendas Paris. Durante el trimestre se experimentó un incremento del margen EBITDA Ajustado de 87 bps a/a principalmente por una mayor dilución de gastos, además de un mayor mix alimentar versus no-alimentar.
- **Centros Comerciales:** los ingresos crecieron 47,5% en PEN y 43,8% en CLP a/a, debido a menores restricciones asociadas a la pandemia y el termino de beneficios a los locatarios por COVID-19 al arriendo fijo. El margen EBITDA Ajustado incrementó 3.899 bps por una reducción de gastos de administración y venta y mayor dilución sobre ingresos.
- **Servicios Financieros:** el desempeño del negocio se ha ido recuperando de a poco con mayor recaudación de clientes y nuevas tarjetas, además de un menor cargo por riesgo. Este recupero se vio contrarrestado por mayor provisión de incobrables dada una estimación más conservadora vs el año anterior.

5.7 COLOMBIA

Durante el trimestre los ingresos aumentaron 13,0% en pesos colombianos y 14,7% en pesos chilenos a/a. Esto se explica por un contexto macroeconómico más recuperado y con menores restricciones asociadas a la pandemia, además de los 3 días sin IVA ocurridos durante los últimos meses del año. El margen EBITDA Ajustado incrementó 112 bps, principalmente por la dilución de gastos sobre ingresos, impulsado por las mejoras en Supermercados y Centros Comerciales. Esto fue contrarrestado por mayores costos logísticos y mayores gastos asociados a la apertura de 4 nuevas tiendas de Mejoramiento del Hogar.

Ingresos (millones)	4T21	4T20	Variación vs 2020		Variación vs 2019	
	CLP	CLP	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Supermercado y Otros ¹¹	246.061	215.684	14,1%	12,5%	7,6%	13,2%
Centros Comerciales	2.435	1.654	47,3%	44,8%	6,2%	10,9%
Mejoramiento del Hogar	23.166	21.553	7,5%	5,9%	13,7%	19,5%
Servicios Financieros	3.527	1.222	188,6%	183,0%	25,3%	29,7%
Otros	-1.046	-1.050	-0,4%	-1,6%	32,8%	40,5%
Colombia	274.144	239.063	14,7%	13,0%	8,2%	13,7%

5.7.1 Same Store Sales y GMV (Moneda Local)

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio		GMV
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21
Supermercado	13,2%	-6,5%	16,6%	-31,0%	-2,9%	35,4%	-18,0%
Mejoramiento del Hogar	-10,6%	10,7%	-16,5%	-6,3%	7,2%	18,0%	-17,8%
Otros ¹¹	41,6%	-24,9%	31,6%	-17,5%	7,6%	-9,0%	N.A.

- **Supermercados y Otros¹¹:** los ingresos aumentaron 12,5% en COP y 14,1% en CLP. El crecimiento de 13,2% en SSS se debe al aumento generalizado del consumo y el efecto de los 3 días sin IVA realizados en el trimestre. Además, los supermercados, donde se incorporó una tienda de Mejoramiento del Hogar, lograron incrementos en sus ventas por m². El margen EBITDA Ajustado incrementó 104 bps a/a, por menores gastos asociados al canal online y mayor dilución de gastos.
- **Mejoramiento del Hogar:** el trimestre registró incrementos de ingresos más moderados tanto en moneda local (5,9%) como en pesos chilenos (7,5%) frente a 2020. La caída de 10,6% en SSS se debe a la alta base de comparación del año anterior y retrasos en el abastecimiento en algunos productos, compensado parcialmente por los 3 días sin IVA realizados durante el trimestre. Por su parte, el margen EBITDA Ajustado se contrajo 473 bps a/a por mayores costos logísticos y de inventarios -por inconvenientes en la cadena de abastecimiento- y menores niveles de stock, así como mayores gastos asociados a la puesta en marcha de los nuevos locales.
- **Centros Comerciales:** los ingresos aumentaron 44,8% en pesos colombianos y 47,3% en pesos chilenos frente a 2020, a pesar del cierre de locales en Altos del Prado por remodelación e incorporación de GLA adicional. El crecimiento se explica por las menores restricciones asociadas al COVID-19 y menores beneficios a locatarios. El margen EBITDA Ajustado incrementó 557 bps a/a por mayor dilución de gastos sobre ingresos, contrarrestado parcialmente por mayores gastos asociados a la provisión de incobrables.
- **Servicios Financieros:** los ingresos aumentaron 183,0% en COP y 188,6% en CLP, mientras que el margen EBITDA Ajustado se incrementó 2.050 bps a/a debido a una mayor colocación de tarjetas, mayor consumo por parte de los clientes y mejor provisión de cartera.

¹¹ Otros: Corresponde al negocio de Farmacias.

Balance Consolidado^{12 13}

6.1 Balance por País

(millones de CLP)	TOTAL ACTIVOS			TOTAL PASIVOS			PATRIMONIO TOTAL		
	dic-21	dic-20	%	dic-21	dic-20	%	dic-21	dic-20	%
Chile	6.551.687	6.160.832	6,3%	5.250.497	4.714.655	11,4%	1.301.190	1.446.177	-10,0%
Argentina	1.643.998	1.102.947	49,1%	756.802	459.698	64,6%	887.196	643.249	37,9%
Brasil	991.373	906.614	9,3%	526.603	447.590	17,7%	464.770	459.024	1,3%
Perú	1.338.904	1.229.128	8,9%	406.646	359.210	13,2%	932.258	869.918	7,2%
Colombia	1.425.546	1.343.312	6,1%	276.701	243.178	13,8%	1.148.844	1.100.133	4,4%
Reportado	11.951.507	10.742.832	11,3%	7.217.250	6.224.331	16,0%	4.734.258	4.518.501	4,8%
(IAS29)	839.581	556.731	50,8%	289.076	139.123	107,8%	550.505	417.608	31,8%
Excl. IAS29	11.111.926	10.186.102	9,1%	6.928.174	6.085.209	13,9%	4.183.752	4.100.893	2,0%

6.2 Detalle Balance Consolidado

	Reportado			IAS 29		Excl IAS20		
	dic-21	dic-20	%	dic-21	dic-20	dic-21	dic-20	%
	MM CLP			MM CLP		MM CLP		
Activos Corrientes	3.360.397	2.750.855	22,2%	17.070	6.846	3.343.327	2.744.009	21,8%
Activos mantenidos para la venta	-	15	-100,0%	-0	3	0	12	-100,0%
Activos Corrientes, Total	3.360.397	2.750.870	22,2%	17.070	6.849	3.343.327	2.744.022	21,8%
Activos No Corrientes, Total	8.591.111	7.991.962	7,5%	822.511	549.882	7.768.599	7.442.080	4,4%
TOTAL ACTIVOS	11.951.507	10.742.832	11,3%	839.581	556.731	11.111.926	10.186.102	9,1%
Pasivos Corrientes	3.161.775	2.523.503	25,3%	2.080	1.661	3.159.695	2.521.842	25,3%
Pasivos Corrientes, Total	3.161.775	2.523.503	25,3%	2.080	1.661	3.159.695	2.521.842	25,3%
Pasivos No Corrientes, Total	4.055.475	3.700.829	9,6%	286.996	137.462	3.768.479	3.563.367	5,8%
TOTAL PASIVOS	7.217.250	6.224.331	16,0%	289.076	139.123	6.928.174	6.085.209	13,9%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	4.176.462	3.957.335	5,5%	550.505	417.608	3.625.957	3.539.727	2,4%
Participaciones no controladoras	557.795	561.166	-0,6%	-	-	557.795	561.166	-0,6%
PATRIMONIO TOTAL	4.734.258	4.518.501	4,8%	550.505	417.608	4.183.752	4.100.893	2,0%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS	11.951.507	10.742.832	11,3%	839.581	556.731	11.111.926	10.186.102	9,1%

El **total de activos** al 31 de diciembre de 2021 creció CLP 925.825 millones (excluyendo el ajuste por hiperinflación) comparado con diciembre 2020, debido al aumento de **activos corrientes**, CLP 599.305 millones y de **activos no corrientes** por CLP 326.519 millones.

El aumento de **activos corrientes** se explica por:

¹² Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, cifras excluyen efecto de la norma hiperinflacionaria Argentina y las explicaciones son dadas en moneda local.

¹³ El detalle del Balance Consolidado se encuentra en los anexos de este reporte.

- El crecimiento en *Inventarios corrientes* por CLP 336.508 millones explicado por el incremento de mercadería vs la disminución de stock experimentada durante el año anterior;
- El incremento de *Cuentas comerciales y otras cuentas por cobrar* por CLP 176.000 explicado por el aumento de deudores de tarjetas de crédito y otras cuentas por cobrar corrientes, debido a la normalización en la operación de los negocios de retail y centros comerciales; y
- El aumento en *Efectivo y equivalentes de efectivo* en CLP 124.778 millones debido a la acumulación de caja generada por la operación de los negocios;
- Contrarrestado parcialmente por la disminución en *Otros activos financieros* por CLP 53.922 millones explicado por una baja en la tasa de interés de los fondos mutuos y la negociación de derivados con vencimientos menores a un año, durante el trimestre.

El aumento de **activos no corrientes** se explica principalmente por:

- El incremento de CLP 192.586 millones en *Otros activos financieros* debido a una mayor proporción de derivados;
- El aumento de CLP 84.630 millones en *Propiedades, planta y equipo*, explicado por el efecto de las monedas respecto al peso chileno; y
- El incremento de CLP 37.073 millones en *Plusvalía* debido al tipo de cambio entre el real y el sol vs el CLP.

El **total de pasivos** al 31 de diciembre de 2021 creció CLP 842.966 millones comparado con diciembre 2020, debido al incremento de **pasivos corrientes**, CLP 637.853 millones y de **pasivos no corrientes**, CLP 205.113 millones.

El aumento de **pasivos corrientes** se explica por:

- El incremento de *Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar* por CLP 605.341 millones debido al crecimiento en compras vs el año anterior; y
- El incremento de CLP 42.242 millones en *Pasivos por impuestos corrientes* explicado por una mayor ganancia del ejercicio.

El aumento de **pasivos no corrientes** se explica por:

- Un aumento de CLP 271.429 millones en *Otros pasivos financieros* explicado por mayores obligaciones con entidades no financieras; y
- Un incremento de CLP 34.820 millones en *Pasivos por Arrendamientos* debido a extensiones de plazo de contratos ya vigentes;
- Contrarrestado parcialmente por la disminución de CLP 105.892 millones en *Pasivos por impuestos diferidos* causado por la disminución en el impuesto relativo a intangibles y a activos por derecho de uso.

El incremento del **Patrimonio** por CLP 82.859 millones se debe a la mejora en *Otras reservas* por CLP 365.600 millones, reflejo de la reserva de diferencias de cambio en conversiones y en menor medida la reserva de coberturas de flujo de efectivo. Contrarrestado parcialmente por las menores *Ganancias acumuladas* durante el año vs el año 2020 por CLP 210.282 millones.

Endeudamiento

Al 31 de diciembre de 2021, la deuda financiera neta fue de CLP 1.151.618 millones, comparado con CLP 1.135.690 millones al 31 de diciembre de 2020. Al incluir los pasivos por arrendamientos, el total de deuda financiera neta alcanza a CLP 2.031.084 millones. El leverage bruto se reduce a 2,5x, alcanzando niveles históricos.

7.1 Ratios Financieros¹⁴

<i>(en veces)</i>	dic-21	dic-20
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado	1,39	2,03
Deuda Financiera Bruta / EBITDA Ajustado	2,47	3,39
Cobertura de Gastos Financieros	10,06	3,71
Deuda Financiera / Patrimonio	0,24	0,25
Total Pasivos / Patrimonio	1,52	1,41
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	1,06	1,09

7.2 Reconciliación Deuda Financiera Neta¹⁵

<i>(millones de CLP)</i>	dic-21	dic-20
Total Pasivos Financieros	2.734.731	2.455.361
(-) efectivo y equivalentes al efectivo	806.710	681.932
(-) otros activos financieros, corrientes y no corrientes	776.402	637.738
Deuda Financiera Neta	1.151.618	1.135.690
Total pasivos por arrendamientos	879.466	834.364
Deuda Financiera Neta reportada	2.031.084	1.970.054

7.2.1 Riesgo por Tasa de Interés

Al 31 de diciembre de 2021, considerando coberturas mediante Cross Currency Swaps, el 99,5% de la deuda financiera de la Compañía se encontraba a tasa fija y estaba compuesta principalmente por deuda de corto plazo y bonos. El porcentaje restante de la deuda se encontraba a tasa de interés variable. De la deuda a tipo variable, 84,09% estaba indexada a tasas de interés locales (ya sea por sus condiciones originales, o en virtud de acuerdos de derivados). La política de cobertura de la compañía prevé la revisión periódica de la exposición a los riesgos de tipo de cambio y tasas de interés.

¹⁴ Los ratios financieros se muestran únicamente con fines informativos y no representan covenants financieros asociados a los contratos de deuda y bonos. Las relaciones que se muestran arriba no incluyen los activos y pasivos de las actividades bancarias de Cencosud. Dichos ratios consideran hiperinflación de Argentina por norma contable IAS29.

¹⁵ Las cifras consolidadas incluyen los activos y pasivos clasificados como mantenidos para la venta según corresponda. Ver nota 34 de los Estados Financieros.

7.2.2 Cobertura de Monedas

En los países en los que opera Cencosud, la mayoría de los costos e ingresos están denominados en moneda local. La mayor parte de la deuda de la Compañía está denominada o convertida mediante Cross Currency Swaps a CLP. Al 31 de diciembre de 2021, un 58,05% de la deuda financiera total estaba en dólares estadounidenses. De dicha deuda, originalmente en dólares, un 89,63% estaba cubierta mediante Cross Currency Swaps u otras coberturas de tipo de cambio como caja en USD. La política de la Compañía consiste en cubrir el riesgo causado por las variaciones en el tipo de cambio sobre la posición de los pasivos netos por pagar en moneda extranjera a través de instrumentos de mercado diseñados para tales fines. Tomando en cuenta el efecto de las coberturas de tipo de cambio (Cross Currency Swaps), la exposición de la Compañía al dólar fue de 10,37% de la deuda bruta total al 31 de diciembre de 2021.

08

Ratios de Capital de Trabajo¹⁶

	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	4T21	4T20	Δ	4T21	4T20	Δ	4T21	4T20	Δ
Supermercados	45,5	37,8	7,7	13,2	11,0	2,2	47,0	46,0	1,0
Mejoramiento del Hogar	99,7	69,4	30,2	15,2	14,1	1,1	47,0	45,0	2,0
Tiendas por Departamento	80,3	74,7	5,6	4,6	6,8	-2,2	44,0	45,0	-1,0
Centros Comerciales	-	-	-	62,1	95,8	-33,7	32,0	31,0	1,0
Servicios Financieros	-	-	-	-	-	-	33,0	36,0	-3,0

Días de Inventario: el negocio de Supermercados incrementó sus días de inventario en 7,7 días, en CLP, en casi todos los países, explicado por aumento de productos en tránsito vs el mismo periodo del año anterior y efectos de tipo de cambio. De igual forma, Mejoramiento del Hogar aumentó sus días de inventario en 30,2 días, en CLP, subiendo sus días principalmente en Argentina y Colombia debido a la apertura de tiendas realizadas durante el trimestre. Finalmente, Tiendas por Departamento aumentó sus días de inventario en 5,6 días, en CLP, explicado por el aumento de mercadería en tránsito.

Periodo promedio de cobro: Supermercados aumentó sus días por cobrar promedio en 2,2 días explicado por mayores días principalmente en Colombia (3,6 días en COP) y Argentina (2,5 días en ARS). En Mejoramiento del Hogar los días por cobrar promedio aumentaron 1,1 día explicado principalmente por incrementos en Argentina y Colombia por las aperturas de tienda realizadas durante el trimestre. Tiendas por Departamento registró una disminución en sus días de cobro en 2,2 días y Centros Comerciales disminuyó sus días de cobro en 33,7 días, debido a una mayor reapertura y menores restricciones asociada a mayores facilidades de cobro.

¹⁶ Las cifras de estado de resultados son trasladadas a CLP a tipo de cambio promedio mensual y las cifras de balance a tipo de cambio de cierre. Por lo tanto, las fluctuaciones de los ratios incorporan efectos de fluctuaciones de tipo de cambio vs CLP. Las explicaciones de los ratios del capital de trabajo no incorporan el efecto contable de hiperinflación de Argentina.

Periodo Promedio de Pago: en Supermercados los días por pagar promedio aumentaron 1 día durante el trimestre comparado con el mismo periodo del año anterior. Mejoramiento del Hogar aumentó sus días por pagar promedio en 2 días registrando un aumento en Chile. En Tiendas por Departamento el periodo promedio de pago disminuyó 1 día y Centros Comerciales aumentó sus días por pagar en 1 día principalmente en Chile. Finalmente, el negocio de Servicios Financieros disminuyó sus días promedio en 3 días.

09

Flujo de Efectivo¹⁷

2021 (millones de CLP)	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	Consolidado
Supermercados	1.010.906	-21.398	-953.098	36.409
Centros Comerciales	123.176	-41.456	-47.317	34.404
Mejoramiento del Hogar	224.385	-26.407	-155.275	42.702
Tiendas por Departamento	170.558	-36.433	-136.394	-2.268
Servicios Financieros	1.835	-81	-4.026	-2.272
Otros	-342.202	3.628	275.549	-63.024
Excl. IAS29	1.188.659	-122.147	-1.020.561	45.951
Ajuste IAS29				
Ajuste Inflación	27.051	-3.243	-7.693	16.115
Ajuste Conversión	3.971	-2.322	-1.067	582
Reportado	1.219.681	-127.712	-1.029.320	62.648

2020 (millones de CLP)	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	Consolidado
Supermercados	839.656	-86.064	-781.196	-27.604
Centros Comerciales	36.716	42.873	-64.432	15.157
Mejoramiento del Hogar	320.608	-17.253	-301.964	1.390
Tiendas por Departamento	70.827	-6.201	-70.094	-5.468
Servicios Financieros	59.466	-16	-68.876	-9.425
Otros	-163.247	-285.453	121.857	-326.843
Excl. IAS29	1.164.025	-352.113	-1.164.705	-352.792
Ajuste IAS29				
Ajuste Inflación	20.187	-3.023	-4.142	13.022
Ajuste Conversión	-36.936	3.656	7.677	-25.602
Reportado	1.147.276	-351.479	-1.161.169	-365.372

¹⁷ Las explicaciones del flujo de efectivo no consideran el efecto contable de hiperinflación en Argentina.

Tomando en cuenta el flujo de efectivo por actividades de operación, inversión y financiamiento, Cencosud reportó un flujo de caja neto de CLP 62.648 millones al 31 de diciembre de 2021 en comparación con un flujo de CLP -365.372 millones al mismo período del año anterior.

9.1 Actividades de Operación

Cencosud obtuvo un mayor flujo de actividades de operación alcanzando CLP 1.188.659 millones en el periodo al 31 de diciembre de 2021 en comparación a CLP 1.164.025 millones en el mismo periodo del año anterior, explicado por mayores ingresos del año respecto a 2020, contrarrestado parcialmente por mayores pagos a proveedores.

9.2 Actividades de Inversión

El flujo neto de actividades de inversión fue de CLP -122.147 millones al 31 de diciembre de 2021 en comparación a un flujo de CLP -352.113 millones para el mismo período del año anterior. Durante 2020 Cencosud realizó inversiones de corto plazo con el efectivo recaudado con el IPO de Cencosud Shopping S.A. El Capex fue CLP 207.443 millones contra CLP 60.289 millones en el mismo periodo del año anterior.

9.3 Actividades de Financiamiento

El flujo neto utilizado en actividades de financiamiento fue de CLP -1.020.561 millones durante el 2021 respecto al flujo de CLP -1.164.705 millones en el mismo período del 2020. Lo anterior como resultado del pago de los bonos de 2021 y 2023 realizado durante febrero de 2020.

10

Riesgos de Mercado

Los riesgos expuestos a continuación son algunos de los potenciales que enfrenta Cencosud, un detalle de estos pueden encontrarlos en la Memoria Anual Integrada disponible en la página web de la Compañía:

- Enfermedades infecciosas de rápida propagación son tomadas por Cencosud como prioridad dada la gravedad. La autoridad por motivos de salud puede decretar la restricción horaria de tiendas y centros comerciales por un periodo de tiempo limitado, lo que podría tener un efecto adverso en los ingresos de la Compañía. En el caso de los Centros Comerciales aproximadamente el 50% del GLA es arrendado a supermercados, bancos, locales de salud y mejoramiento del hogar, tiendas que mantienen su funcionamiento en tiempos críticos. La Compañía en este tipo de eventos forma un comité de crisis, con toda la gerencia de primera línea de los distintos negocios, para dar respuesta rápida y coordinar las medidas de mitigación ordenadas por las autoridades y medidas adicionales en resguardo de la salud de los colaboradores, clientes y proveedores.
- La retención de talentos es clave para asegurar la competitividad de la Compañía en el largo plazo. Como mitigaciones del riesgo de fuga de talentos, se ha establecido: un proceso de atracción del talento; un ejercicio anual de sucesión de cargos críticos; una evaluación anual

de compensaciones y beneficios; mecanismos de retención asociados a los bonos por resultados; y una gestión del conocimiento más robusta en áreas clave que permita una menor dependencia de cargos críticos, entre otros.

- La Compañía enfrenta una intensa competencia en cada uno de sus mercados, particularmente desde el canal digital. Cencosud destina una porción de su plan de inversiones anual a sistemas, logística y necesidades para desarrollar de manera competitiva y a la vez ser eficiente en sus capacidades en el ámbito de la Omnicanalidad, las cuales desarrolla mediante alianzas con terceros, pero dejando el conocimiento clave con desarrollo interno.
- Los ingresos son sensibles a condiciones que afectan el costo de los productos vendidos en las tiendas. En el caso de la unidad de negocios de Supermercados la gran mayoría de los productos que se venden son producidos localmente y con una base de proveedores diversificada. En el caso de Tiendas por Departamento y Mejoramiento del Hogar también hay una extensa base de proveedores que pueden cambiar, pudiendo reenfocarse en otros mercados o productos con un mayor valor agregado.
- Las operaciones de tarjetas de crédito y bancarias están expuestas a mayores riesgos crediticios y financieros. Como Compañía se ha decidido que la unidad de negocio de Servicios Financieros no es estratégica y por lo tanto se establecieron alianzas con bancos para tener una gestión de riesgo más especializada, un fondeo competitivo y en caso de ser necesario un manejo conservador de aprobación y crecimiento de clientes.
- Malestar económico y social en los países en los opera la Compañía pueden afectar negativamente a la economía de la región. Cencosud es una Compañía diversificada regionalmente y mantiene un equipo gerencial local para un mejor entendimiento de la forma de enfrentar los desafíos. Tiene seguros en caso de pérdida de inventarios, daños a los inmuebles y cobertura de lucro cesante como una forma de compensación.



ANEXO RESULTADOS

Índices Macroeconómicos¹⁸

1.1 Tipo de Cambio

	Cierre			Promedio			LTM		
	4T21	4T20	% cambio	4T21	4T20	% cambio	dic 21	dic 20	% cambio
CLP/USD	844,69	710,95	18,8%	825,23	761,96	8,3%	759,07	792,17	-4,2%
CLP/ARS	8,22	8,45	-2,7%	8,22	9,55	-14,0%	7,99	11,37	-29,7%
CLP/COP	0,21	0,21	0,0%	0,21	0,21	1,6%	0,20	0,22	-5,8%
CLP/PEN	211,88	196,36	7,9%	205,07	211,61	-3,1%	195,74	227,07	-13,8%
CLP/BRL	151,68	137,33	10,4%	147,80	141,00	4,8%	140,83	155,23	-9,3%

1.2 Inflación

	Total		Alimentos y Bebidas No Alcohólicas	
	4T21	4T20	4T21	4T20
Chile	7,2%	3,0%	5,5%	7,6%
Argentina	50,9%	36,1%	50,3%	42,1%
Brasil	10,2%	5,4%	7,7%	15,5%
Perú	7,0%	2,2%	8,0%	2,2%
Colombia	5,6%	1,6%	17,2%	4,8%

¹⁸ Chile: <https://www.ine.cl>

Argentina: <https://www.indec.gob.ar/>

Brasil: <https://www.ibge.gov.br>

Perú: <https://www.inei.gob.pe>

Colombia: <https://www.dane.gov.co/>

Detalle Estado de Resultados

2.1 Cuarto Trimestre

(millones de CLP)	Reportado			IAS 29 (dic-21)		Excl. IAS29		
	(A)	(B)	Var a/a	(C)	(D)	(A)-(C)-(D)	(B)-(E)-(F)	Var a/a
	4T21	4T20	Δ %	Efecto Inflación	Efecto Conversión	4T21	4T20	Δ %
Ingresos	3.573.375	2.774.754	28,8%	173.940	-1.593	3.401.029	2.927.549	16,2%
Costo de Ventas	-2.522.959	-2.004.134	25,9%	-127.926	1.480	-2.396.512	-2.093.971	14,4%
Ganancia Bruta	1.050.416	770.620	36,3%	46.013	-114	1.004.517	833.577	20,5%
Margen Bruto	29,4%	27,8%	162 bps	26,5%	7,1%	29,5%	28,5%	106 bps
Gasto de Administración y Ventas	-718.581	-552.288	30,1%	-53.685	563	-665.458	-590.711	12,7%
Otros ingresos, por función	17.813	115.056	-84,5%	106	-495	18.202	105.507	-82,7%
Otras ganancias (pérdidas)	4.901	8.650	-43,3%	542	-10	4.369	7.821	-44,1%
Resultado Operacional	354.550	342.038	3,7%	-7.024	-56	361.630	356.195	1,5%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	2.662	9.012	-70,5%	0	0	2.662	9.012	-70,5%
Costo Financiero Neto	-40.473	-26.648	51,9%	15.360	-234	-55.598	-39.372	41,2%
Variaciones tipo de cambio	-14.548	-18.182	-20,0%	-8	0	-14.540	-23.807	-38,9%
Resultado por Unidades de Reajuste	-44.171	-20.379	116,8%	-11.777	514	-32.909	-13.636	141,3%
Resultado No Operacional	-96.530	-56.197	71,8%	3.575	280	-100.385	-67.803	48,1%
Resultado antes de impuestos	258.020	285.840	-9,7%	-3.449	224	261.245	288.392	-9,4%
Impuesto a la renta	-83.206	-89.238	-6,8%	-28.173	408	-55.440	-73.803	-24,9%
Utilidad (pérdida)	174.814	196.603	-11,1%	-31.623	632	205.805	214.589	-4,1%
Utilidad (pérdida) de la controladora	164.089	165.563	-0,9%	-31.612	632	195.070	183.542	6,3%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	-10.725	-31.040	-65,4%	10	0	-10.735	-31.047	-65,4%
EBITDA Ajustado	432.524	335.510	28,9%	1.956	396	430.171	358.085	20,1%
Margen EBITDA Ajustado (%)	12,1%	12,1%	1 bps	1,1%	-24,9%	12,6%	12,2%	42 bps

(millones de CLP)	Reportado			IAS 29 (dic-21)		Excl. IAS29		
	(A)	(B)	Var a/a	(C)	(D)	(A)-(C)-(D)	(B)-(E)-(F)	Var a/a
	4T21	4T20	Δ %	Efecto Inflación	Efecto Conversión	4T21	4T20	Δ %
Revaluación de Activos	6.492	109.247	-94,1%	0	-478	6.971	99.084	-93,0%
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-1.924	-30.579	-93,7%	0	142	-2.066	-27.734	-92,6%
Efecto neto Revaluación Activos	4.568	78.668	-94,2%	0	-337	4.905	71.350	-93,1%

2.2 Acumulado 2021

(millones de CLP)	Reportado			IAS 29 (dic-21)		Excl. IAS29		
	(A)	(B)	Var a/a	(C)	(D)	(A)+(C)+(D)	(B)+(E)+(F)	Var a/a
	12M21	12M20	Δ %	Efecto Inflación	Efecto Conversión	12M21	12M20	Δ %
Ingresos	11.760.071	9.836.117	19,6%	346.593	56.615	11.356.864	10.053.006	13,0%
Costo de Ventas	-8.327.456	-7.191.849	15,8%	-252.107	-36.588	-8.038.761	-7.297.290	10,2%
Ganancia Bruta	3.432.616	2.644.268	29,8%	94.486	20.027	3.318.102	2.755.716	20,4%
Margen Bruto	29,2%	26,9%	231 bps	27,3%	35,4%	29,2%	27,4%	180 bps
Gasto de Administración y Ventas	-2.344.665	-2.166.783	8,2%	-114.364	-16.043	-2.214.258	-2.203.993	0,5%
Otros ingresos, por función	-54.789	77.881	N.A	203	-3.380	-51.612	62.856	N.A
Otras ganancias (pérdidas)	2.136	38.350	-94,4%	1.890	77	168	35.923	-99,5%
Resultado Operacional	1.035.297	593.715	74,4%	-17.784	681	1.052.400	650.502	61,8%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	17.671	3.923	350,5%	0	0	17.671	3.923	350,5%
Costo Financiero Neto	-140.757	-245.044	-42,6%	50.475	778	-192.010	-268.142	-28,4%
Variaciones tipo de cambio	-32.549	-76.880	-57,7%	304	-3	-32.850	-88.460	-62,9%
Resultado por Unidades de Reajuste	-123.833	-73.156	69,3%	-51.449	-1.217	-71.167	-28.825	146,9%
Resultado No Operacional	-279.468	-391.157	-28,6%	-670	-442	-278.356	-381.504	-27,0%
Resultado antes de impuestos	755.829	202.558	273,1%	-18.454	239	774.044	268.998	187,8%
Impuesto a la renta	-260.694	-137.578	89,5%	-147.057	-2.262	-111.374	-93.794	18,7%
Utilidad (pérdida)	495.136	64.981	662,0%	-165.511	-2.023	662.670	175.203	278,2%
Utilidad (pérdida) de la controladora	471.910	22.931	1958,0%	-165.446	-2.023	639.379	133.165	380,1%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	-23.226	-42.050	-44,8%	65	0	-23.290	-42.038	-44,6%
EBITDA Ajustado	1.416.061	910.632	55,5%	8.050	5.029	1.402.982	964.349	45,5%
Margen EBITDA Ajustado (%)	12,0%	9,3%	278 bps	2,3%	8,9%	12,4%	9,6%	276 bps

	Reportado			IAS 29 (dic-21)		Excl. IAS29		
	12M21	12M20	Δ %	Efecto Inflación	Efecto Conversión	12M21	12M20	Δ %
Revaluación de Activos	-84.252	60.608	N.A	0	-3.402	-80.850	44.670	N.A
Impuesto diferido Revaluación de Activos	27.183	-17.713	N.A	0	1.098	26.086	-13.055	N.A
Efecto neto Revaluación Activos	-57.069	42.895	N.A	0	-2.305	-54.764	31.615	N.A

03

Calculo EBITDA Ajustado

3.1 Cuarto Trimestre y Acumulado 2021

<i>(millones de CLP)</i>	4T21	4T20	%	2021	2020	%
Ganancia (pérdida)	205.805	214.589	-4,1%	662.670	175.203	278,2%
Costo financiero neto	55.598	39.372	41,2%	192.010	268.142	-28,4%
Resultado unidades de indexación	32.909	13.636	141,3%	71.167	28.825	146,9%
Resultado de variación de TC	14.540	23.807	-38,9%	32.850	88.460	-62,9%
Impuesto a la renta	55.440	73.803	-24,9%	111.374	93.794	18,7%
Depreciación y Amortización	72.850	91.962	-20,8%	252.061	354.595	-28,9%
Revaluación de activos	-6.971	-99.084	-93,0%	80.850	-44.670	-281,0%
EBITDA ajustado	430.171	358.085	20,1%	1.402.982	964.349	45,5%

3.2 Cálculo EBITDA Ajustado por negocio – Cuarto Trimestre

4T21 <i>(millones de CLP)</i>	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	Consol
Resultado neto	231.935	53.229	63.810	41.923	13.419	-198.510	205.805
Gastos financieros (neto)	-	-	-	-	-	55.598	55.598
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	55.440	55.440
EBIT	231.935	53.229	63.810	41.923	13.419	-87.472	316.843
Depreciación y Amortización	47.115	1.230	6.159	15.519	27	2.798	72.850
EBITDA	279.050	54.459	69.969	57.442	13.447	-84.673	389.693
Diferencias de cambio	-	-	-	-	-	14.540	14.540
Revaluación de activos	-	6.759	-	-	-	-13.729	-6.971
Ganancia unidades de reajuste	-	-	-	-	-	32.909	32.909
EBITDA Ajustado	279.050	61.218	69.969	57.442	13.447	-50.954	430.171

<i>4T20 (millones de CLP)</i>	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	Consol
Resultado neto	177.973	95.976	76.300	14.377	19.608	-169.644	214.589
Gastos financieros (neto)	-	-	-	-	-	39.372	39.372
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	73.803	73.803
EBIT	177.973	95.976	76.300	14.377	19.608	-56.469	327.764
Depreciación y Amortización	60.621	2.286	5.465	19.296	24	4.270	91.962
EBITDA	238.593	98.262	81.765	33.673	19.632	-52.199	419.726
Diferencias de cambio	-	-	-	-	-	23.807	23.807
Revaluación de activos	-	-83.077	-	-	-	-16.007	-99.084
Ganancia unidades de reajuste	-	-	-	-	-	13.636	13.636
EBITDA Ajustado	238.593	15.185	81.765	33.673	19.632	-30.763	358.085

3.3 Cálculo EBITDA Ajustado por negocio Acumulado a diciembre

<i>2021 (millones de CLP)</i>	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	Consol
Resultado neto	765.607	36.910	255.057	99.107	65.323	-559.335	662.670
Gastos financieros (neto)	-	-	-	-	-	192.010	192.010
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	111.374	111.374
EBIT	765.607	36.910	255.057	99.107	65.323	-255.951	966.054
Depreciación y Amortización	166.680	3.604	22.207	46.692	92	12.787	252.061
EBITDA	932.288	40.514	277.264	145.798	65.415	-243.164	1.218.115
Diferencias de cambio	-	-	-	-	-	32.850	32.850
Revaluación de activos	-	94.272	-	-	-	-13.421	80.850
Ganancia unidades de reajuste	-	-	-	-	-	71.167	71.167
EBITDA Ajustado	932.288	134.785	277.264	145.798	65.415	-152.568	1.402.982

<i>2020 (millones de CLP)</i>	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	Consol
Resultado neto	538.944	77.681	175.882	-109.003	65.991	-574.292	175.203
Gastos financieros (neto)	-	-	-	-	-	268.142	268.142
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	93.794	93.794
EBIT	538.944	77.681	175.882	-109.003	65.991	-212.356	537.139
Depreciación y Amortización	205.137	4.636	22.462	106.089	114	16.157	354.595
EBITDA	744.081	82.317	198.344	-2.914	66.105	-196.199	891.735
Diferencias de cambio	-	-	-	-	-	88.460	88.460
Revaluación de activos	-	-32.645	-	-	-	-12.026	-44.670
Ganancia unidades de reajuste	-	-	-	-	-	28.825	28.825
EBITDA Ajustado	744.081	49.672	198.344	-2.914	66.105	-90.940	964.349

Detalle Venta E-commerce

4.1 Cuarto Trimestre

Por negocio (miles de CLP)	4T21	4T20	Var %		4T21	4T20
	Ingresos Online		CLP	M. Local	Penetración Online %	
Supermercados	179.561.039	159.681.577	12,4%	14,2%	7,6%	11,0%
TxD	136.095.310	119.221.337	14,2%	14,2%	32,0%	35,5%
MdH	38.437.729	33.804.408	13,7%	17,8%	8,5%	8,2%
TOTAL	354.094.078	312.707.323	13,2%	14,5%	10,9%	14,2%

Por país (miles de CLP)	4T21	4T20	Var %	
	Ingresos Online		CLP	M. Local
Chile	296.210.783	259.591.127	14,1%	14,1%
Argentina	25.804.351	23.707.877	8,8%	26,5%
Brasil	5.671.999	2.069.645	174,1%	161,4%
Perú	12.510.640	10.651.870	17,5%	21,2%
Colombia	13.896.305	16.686.805	-16,7%	-18,0%
TOTAL	354.094.078	312.707.323	13,2%	14,5%

4.2 Acumulado 2021

Por negocio (miles de CLP)	2021	2020	Var %		2021	2020
	Ingresos Online		CLP	M. Local	Penetración Online %	
Supermercados	727.947.758	414.211.975	75,7%	84,7%	9,0%	7,8%
TxD	525.016.952	412.237.753	27,4%	27,4%	41,7%	49,1%
MdH	144.547.916	118.283.463	22,2%	34,0%	9,2%	8,9%
TOTAL	1.397.512.626	944.733.192	47,9%	53,3%	12,8%	12,9%

Por país (miles de CLP)	2021	2020	Var %	
	Ingresos Online		CLP	M. Local
Chile	1.193.706.105	758.816.097	57,3%	57,3%
Argentina	90.880.203	89.560.081	1,5%	44,4%
Brasil	18.269.614	3.201.509	470,7%	529,0%
Perú	49.944.809	29.264.499	70,7%	98,0%
Colombia	44.711.895	63.891.006	-30,0%	-25,7%
TOTAL	1.397.512.626	944.733.192	47,9%	53,3%

Detalle Balance

5.1 Activo

(millones de CLP)	Reportado		IAS 29		Excl. IAS29	
	dic-21	dic-20	dic-21	dic-20	dic-21	dic-20
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Efectivo y equivalentes al efectivo	806.710	681.932	0	0	806.710	681.932
Otros activos financieros, corrientes	503.673	557.596	0	0	503.673	557.596
Otros activos no financieros, corrientes	11.402	8.349	296	108	11.106	8.241
Cuentas comerciales y otras cuentas por cobrar, corriente	707.056	531.056	0	0	707.056	531.056
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	18.267	9.292	0	0	18.267	9.292
Inventarios corrientes	1.249.713	903.169	16.774	6.738	1.232.939	896.431
Activos por impuestos corrientes, corriente	63.576	59.461	0	0	63.576	59.461
Total activos corrientes distintos de los activos no corrientes mantenidos para la venta	3.360.397	2.750.855	17.070	6.846	3.343.327	2.744.009
Activos no corrientes para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	0	15	0	3	0	12
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3.360.397	2.750.870	17.070	6.849	3.343.327	2.744.022
Otros activos financieros, no corriente	272.729	80.143	0	0	272.729	80.143
Otros activos no financieros, no corriente	22.898	18.861	1.314	915	21.584	17.946
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	2.013	1.909	0	0	2.013	1.909
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	315.113	303.731	0	0	315.113	303.731
Activos intangibles distintos de la plusvalía	322.819	310.557	5.919	4.129	316.899	306.427
Plusvalía	1.102.164	1.061.771	10.097	6.777	1.092.067	1.054.994
Propiedades, Planta y Equipo	3.104.364	2.867.751	469.523	317.540	2.634.841	2.550.211
Propiedades de inversión	3.012.514	2.935.737	335.659	222.791	2.676.855	2.712.946
Activos por impuestos corrientes, no corriente	95.415	85.337	0	0	95.415	85.337
Activos por impuestos diferidos	341.082	326.166	0	-2.270	341.082	328.436
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	8.591.111	7.991.962	822.511	549.882	7.768.599	7.442.080
TOTAL ACTIVOS	11.951.507	10.742.832	839.581	556.731	11.111.926	10.186.102

5.2 Pasivo y Patrimonio

(millones de CLP)	Reportado		IAS 29		Excl. IAS29	
	sep-21	dic-21	sep-21	dic-21	sep-21	dic-21
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Otros pasivos financieros, corriente	102.557	94.616	0	0	102.557	94.616
Pasivos por arrendamiento, corriente	110.580	100.298	0	0	110.580	100.298
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	2.684.573	2.078.813	2.080	1.661	2.682.493	2.077.153
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corriente	12.222	12.295	0	0	12.222	12.295
Otras provisiones, corriente	18.097	33.922	0	0	18.097	33.922
Pasivos por impuestos corrientes, corriente	95.798	53.556	0	0	95.798	53.556
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	110.825	97.021	0	0	110.825	97.021
Otros pasivos no financieros corrientes	27.122	52.983	0	0	27.122	52.983
Total pasivos Corrientes distintos de los pasivos incluidos en grupos c	3.161.775	2.523.503	2.080	1.661	3.159.695	2.521.842
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	3.161.775	2.523.503	2.080	1.661	3.159.695	2.521.842
Otros pasivos financieros, no corriente	2.632.174	2.360.745	0	0	2.632.174	2.360.745
Pasivos por arrendamiento, no corriente	768.886	734.066	0	0	768.886	734.066
Cuentas comerciales por pagas y otras cuentas por pagar, no corriente	1.884	1.101	0	0	1.884	1.101
Otras provisiones, no-corriente	33.523	25.380	0	0	33.523	25.380
Pasivos por impuestos diferidos	561.800	518.158	286.996	137.462	274.804	380.696
Pasivos por impuestos corrientes, no corrientes	2.019	2.765	0	0	2.019	2.765
Otros pasivos no financieros, no corrientes	55.188	58.613	0	0	55.188	58.613
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	4.055.475	3.700.829	286.996	137.462	3.768.479	3.563.367
TOTAL PASIVOS	7.217.250	6.224.331	289.076	139.123	6.928.174	6.085.209

Capital Pagado	2.422.050	2.422.050	282.385	187.556	2.139.665	2.234.495
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.338.695	2.548.976	0	0	2.338.695	2.548.976
Prima de emisión	459.890	460.482	0	0	459.890	460.482
Otras reservas	-49.485	-9.806	-131.855	-65.843	82.369	56.037
Otras reservas	-994.688	-1.464.368	399.975	295.895	-1.394.663	-1.760.263
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	4.176.462	3.957.335	550.505	417.608	3.625.957	3.539.727
Participaciones no controladoras	557.795	561.166	0	0	557.795	561.166
PATRIMONIO TOTAL	4.734.258	4.518.501	550.505	417.608	4.183.752	4.100.893
TOTAL DE PATRIMONIO Y PASIVOS	11.951.507	10.742.832	839.581	556.731	11.111.926	10.186.102

06

Desempeño de los Negocios

6.1 Apertura y Cierre de tiendas 2021

	N° Tiendas		M ²	
	Aperturas		Cierres	
Supermercado	5	2.427	2	2.627
Chile	5	2.427	2	2.627
Supermercado	3	423	2	1.951
Mejoramiento del Hogar	4	14.672	-	-
Argentina	7	15.095	2	1.951
Supermercado	3	4.411	2	2.775
Otros	7	1.043	2	453
Brasil	10	5.454	4	3.228
Supermercado	1	2.851	2	1.431
Otros	2	1.690	-	-
Perú	3	4.541	2	1.431
Supermercado	-	-	3	4.131
Mejoramiento del Hogar	6	22.677	-	-
Colombia	6	22.677	3	4.131
TOTAL	31	50.194	13	13.368

6.2 Supermercado y Otros 

(millones de CLP)	4T21		4T20		Var. vs 2020		Var. vs 2019		12M21		12M20		Var. vs 2020		Var. vs 2019	
	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	1.177.065	995.702	18,2%	18,2%	54,5%	54,5%	4.155.862	3.325.853	25,0%	25,0%	47,4%	47,4%	25,0%	25,0%	47,4%	47,4%
Argentina	388.594	287.273	35,3%	55,8%	35,0%	109,3%	1.205.540	1.147.767	5,0%	46,3%	15,9%	112,9%	5,0%	46,3%	15,9%	112,9%
Brasil	315.377	332.284	-5,1%	-9,5%	-17,8%	2,1%	1.148.568	1.298.970	-11,6%	-2,8%	-16,3%	6,0%	-11,6%	-2,8%	-16,3%	6,0%
Perú	272.758	265.562	2,7%	5,2%	9,4%	19,8%	929.663	1.058.878	-12,2%	1,1%	6,5%	14,8%	-12,2%	1,1%	6,5%	14,8%
Colombia	246.061	215.684	14,1%	12,5%	7,6%	13,2%	755.002	753.198	0,2%	5,8%	1,3%	6,9%	0,2%	5,8%	1,3%	6,9%
Ingresos	2.399.855	2.096.504	14,5%	16,7%	25,6%	42,8%	8.194.635	7.584.667	8,0%	18,2%	19,6%	40,5%	8,0%	18,2%	19,6%	40,5%
Chile	335.100	280.423	19,5%	19,5%	71,4%	71,4%	1.186.013	892.210	32,9%	32,9%	67,1%	67,1%	32,9%	32,9%	67,1%	67,1%
Argentina	98.609	79.434	24,1%	44,7%	24,4%	92,9%	337.388	332.747	1,4%	42,5%	7,9%	99,2%	1,4%	42,5%	7,9%	99,2%
Brasil	68.538	78.922	-13,2%	-17,2%	-9,9%	11,7%	247.283	302.599	-18,3%	-10,2%	-14,8%	7,8%	-18,3%	-10,2%	-14,8%	7,8%
Perú	67.722	61.846	9,5%	12,0%	13,3%	24,2%	223.654	247.132	-9,5%	4,0%	10,5%	19,2%	-9,5%	4,0%	10,5%	19,2%
Colombia	51.338	45.434	13,0%	11,5%	19,8%	26,5%	161.056	157.084	2,5%	8,3%	8,9%	15,0%	2,5%	8,3%	8,9%	15,0%
Resultado Bruto	621.307	546.059	13,8%	16,3%	37,0%	54,7%	2.155.394	1.931.771	11,6%	22,1%	29,6%	52,3%	11,6%	22,1%	29,6%	52,3%
GAV	-396.657	-371.639	6,7%	9,8%	12,1%	31,7%	-1.403.835	-1.406.464	-0,2%	12,2%	0,2%	23,8%	-0,2%	12,2%	0,2%	23,8%
Res. Operacional	231.901	177.945	30,3%	31,9%	126,1%	137,8%	765.361	538.672	42,1%	47,8%	181,3%	199,7%	42,1%	47,8%	181,3%	199,7%
EBITDA Ajustado	279.050	238.593	17,0%	18,1%	82,4%	93,6%	932.288	744.081	25,3%	31,1%	100,0%	114,8%	25,3%	31,1%	100,0%	114,8%
Mg EBITDA Ajustado	11,6%	11,4%			25 bps	362 bps	11,4%	9,8%			157 bps	457 bps	11,4%	9,8%	157 bps	457 bps

Datos Operacionales

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas (m ²)	
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20
Chile	249	246	67,2%	62,2%	613.099	599.710
Argentina	283	282	54,9%	55,7%	431.062	447.312
Brasil	202	201	92,1%	92,1%	528.585	527.370
Perú	91	93	50,4%	48,4%	270.175	276.839
Colombia	90	93	28,9%	35,1%	362.010	381.263
Supermercados	915	915	63,5%	61,6%	2.204.931	2.232.494

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas (m ²)	
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20
Brasil	144	139	95,1%	95,0%	17.631	17.077
Colombia	37	37	8,1%	8,1%	18.107	18.636
Otros¹⁹	181	176	77,3%	76,7%	35.738	35.713

Same Store Sales

	SSS Nominal 2021					SSS Nominal 2020				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21	2020	4T20	3T20	2T20	1T20
Chile	17,0%	18,2%	21,0%	21,3%	7,5%	13,4%	16,3%	21,1%	2,5%	12,8%
Argentina	49,0%	59,2%	60,3%	42,5%	32,4%	42,1%	33,8%	35,5%	46,0%	57,1%
Brasil	-4,0%	-9,5%	-5,5%	-3,0%	2,7%	9,0%	10,9%	14,2%	9,7%	2,0%
Perú	-1,3%	5,9%	-3,9%	-7,7%	-0,1%	12,2%	11,2%	21,1%	13,3%	4,1%
Colombia	7,1%	13,2%	17,2%	5,1%	-7,0%	-2,6%	-6,5%	-4,9%	-5,6%	8,8%

¹⁹ Otros incluye: Farmacias, Estaciones de Servicio, Electroshow y Delicatessen.

GMV

	GMV 2021				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21
Chile	105,8%	11,0%	39,1%	260,0%	1220,5%
Argentina	60,2%	50,8%	37,9%	64,1%	98,1%
Brasil	529,0%	161,4%	359,3%	N.A.	N.A.
Perú	98,0%	21,2%	38,2%	184,8%	329,5%
Colombia	-24,8%	-18,0%	-56,7%	-36,7%	108,6%

6.3 Mejoramiento del Hogar 

(millones de CLP)	4T21		4T20		Var. vs 2020		Var. vs 2019		12M21		12M20		Var. vs 2020		Var. vs 2019	
	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	244.585	233.289	4,8%	4,8%	66,2%	66,2%	928.817	725.683	28,0%	28,0%	67,7%	67,7%				
Argentina	184.501	156.114	18,2%	36,4%	29,0%	100,2%	563.269	496.291	13,5%	57,7%	11,7%	105,1%				
Colombia	23.166	21.553	7,5%	5,9%	13,7%	19,5%	75.313	72.167	4,4%	10,4%	5,6%	11,3%				
Ingresos	452.253	410.956	10,0%	16,9%	45,6%	78,8%	1.567.399	1.294.141	21,1%	38,4%	38,8%	80,8%				
Chile	74.603	82.949	-10,1%	-10,1%	68,1%	68,1%	295.955	220.142	34,4%	34,4%	95,3%	95,3%				
Argentina	75.915	66.509	14,1%	32,0%	21,3%	88,4%	241.067	215.938	11,6%	56,0%	17,5%	116,7%				
Colombia	5.699	5.740	-0,7%	-2,3%	17,4%	23,0%	17.850	16.474	8,4%	14,3%	8,8%	14,6%				
Resultado Bruto	156.217	155.198	0,7%	8,3%	39,7%	77,5%	554.872	452.554	22,6%	44,0%	48,7%	103,5%				
GAV	-94.699	-79.182	19,6%	27,5%	33,7%	65,8%	-302.673	-277.401	9,1%	28,4%	13,4%	55,7%				
Res. Operacional	63.810	76.300	-16,4%	-9,1%	54,5%	101,6%	255.057	175.882	45,0%	69,6%	138,5%	224,3%				
EBITDA Ajustado	69.969	81.765	-14,4%	-7,5%	48,8%	91,0%	277.264	198.344	39,8%	62,1%	113,2%	185,2%				
Mg EBITDA Ajustado	15,5%	19,9%	-443 bps	33 bps	17,7%	15,3%	236 bps	618 bps								

Datos Operacionales

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas (m ²)	
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20
Chile	37	37	15,6%	13,5%	334.136	332.007
Argentina	55	51	23,5%	21,6%	392.591	397.975
Colombia	16	10	31,3%	30,0%	89.498	82.190
Mejor. Hogar	108	98	21,9%	19,1%	816.225	812.242

Same Store Sales

	SSS Nominal 2021					SSS Nominal 2020				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21	2020	4T20	3T20	2T20	1T20
Chile	26,1%	2,8%	22,3%	61,5%	34,3%	25,8%	55,3%	47,7%	-0,5%	2,2%
Argentina	42,6%	38,3%	56,7%	49,2%	42,9%	37,2%	35,5%	26,2%	29,1%	55,2%
Colombia	2,2%	-10,6%	3,6%	17,5%	6,5%	4,8%	10,7%	5,8%	-5,4%	9,7%

GMV

	GMV 2021				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21
Chile	45,7%	30,5%	-6,8%	84,8%	153,3%
Argentina	22,7%	-4,3%	-16,9%	59,0%	120,3%
Colombia	-33,2%	-17,8%	-53,8%	-55,3%	48,6%

6.4 Tiendas por Departamento

(millones de CLP)	4T21		4T20		Var. vs 2020		Var. vs 2019		12M21		12M20		Var. vs 2020		Var. vs 2019	
	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	443.730	360.787	23,0%	23,0%	45,5%	45,5%	1.304.812	923.303	41,3%	41,3%	31,2%	31,2%	41,3%	41,3%	31,2%	31,2%
Perú	1	5.661	-100,0%	-100,0%	-100,0%	-100,0%	851	31.214	-97,3%	-96,8%	-99,2%	-99,2%	-97,3%	-96,8%	-99,2%	-99,2%
Ingresos	443.730	366.448	21,1%	21,1%	30,6%	30,6%	1.305.663	954.517	36,8%	36,8%	18,6%	18,6%	36,8%	36,8%	18,6%	18,6%
Chile	142.453	100.314	42,0%	42,0%	65,4%	65,4%	380.021	222.092	71,1%	71,1%	41,2%	41,2%	71,1%	71,1%	41,2%	41,2%
Perú	29	-3.864	-100,7%	-100,7%	-99,7%	-99,6%	329	-3.232	-110,2%	-113,4%	-98,7%	-98,5%	-110,2%	-113,4%	-98,7%	-98,5%
Resultado Bruto	142.482	96.450	47,7%	47,7%	50,1%	50,1%	380.350	218.860	73,8%	73,8%	29,4%	29,4%	73,8%	73,8%	29,4%	29,4%
GAV	-108.015	-84.222	28,3%	28,3%	27,6%	27,6%	-293.362	-331.150	-11,4%	-11,3%	-4,0%	-3,9%	-11,4%	-11,3%	-4,0%	-3,9%
Res. Operacional	41.923	14.377	191,6%	191,5%	279,6%	279,5%	99.107	-109.003	-190,9%	-190,8%	-1119,1%	-1118,7%	-190,9%	-190,8%	-1119,1%	-1118,7%
EBITDA Ajustado	57.442	33.673	70,6%	70,6%	119,2%	119,2%	145.798	-2.914	-5104,1%	-5105,2%	202,9%	203,0%	-5104,1%	-5105,2%	202,9%	203,0%
Mg EBITDA Ajustado	12,9%	9,2%	376 bps	523 bps	11,2%	-0,3%	11,2%	-0,3%	1147 bps	679 bps			1147 bps	679 bps		

Datos Operacionales

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas (m ²)	
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20
Chile	49	51	67,3%	63,0%	286.031	294.324
T. Departamento	49	51	67,3%	63,0%	286.031	294.324

Same Store Sales

	SSS Nominal 2021					SSS Nominal 2020				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21	2020	4T20	3T20	2T20	1T20
Chile	41,8%	36,9%	71,0%	130,2%	22,6%	1,6%	7,2%	0,4%	-37,6%	0,0%

GMV

	GMV 2021				
	2021	4T21	3T21	2T21	1T21
Chile	27,4%	14,2%	-32,1%	75,5%	180,2%

6.5 Centros Comerciales²⁰

(millones de CLP)	4T21		4T20		Var. vs 2020		Var. vs 2019		12M21		12M20		Var. vs 2020		Var. vs 2019	
	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Chile	52.318	23.062	126,9%	126,9%	41,2%	41,2%	127.616	71.269	79,1%	79,1%	-16,9%	-16,9%	79,1%	79,1%	-16,9%	-16,9%
Argentina	17.109	3.346	411,4%	484,6%	43,9%	122,6%	39.316	15.834	148,3%	230,2%	-14,4%	51,3%	148,3%	230,2%	-14,4%	51,3%
Perú	5.162	3.590	43,8%	47,5%	-22,0%	-14,6%	16.138	13.823	16,8%	33,8%	-30,9%	-25,4%	16,8%	33,8%	-30,9%	-25,4%
Colombia	2.435	1.654	47,3%	44,8%	6,2%	10,9%	7.825	6.606	18,4%	25,0%	-8,7%	-3,9%	18,4%	25,0%	-8,7%	-3,9%
Ingresos	77.024	31.651	143,4%	151,4%	33,2%	50,4%	190.895	107.533	77,5%	92,2%	-17,5%	-3,7%	77,5%	92,2%	-17,5%	-3,7%
Chile	47.743	17.707	169,6%	169,6%	39,7%	39,7%	114.277	58.101	96,7%	96,7%	-22,1%	-22,1%	96,7%	96,7%	-22,1%	-22,1%
Argentina	13.985	571	2348,4%	2690,0%	58,4%	144,9%	27.681	4.004	591,3%	795,2%	-20,8%	36,8%	591,3%	795,2%	-20,8%	36,8%
Perú	3.856	1.534	151,4%	158,4%	-37,4%	-31,5%	10.301	8.428	22,2%	38,9%	-51,4%	-47,6%	22,2%	38,9%	-51,4%	-47,6%
Colombia	2.398	1.604	49,5%	47,0%	7,5%	12,2%	7.644	6.439	18,7%	25,2%	-3,0%	2,0%	18,7%	25,2%	-3,0%	2,0%
Resultado Bruto	67.981	21.416	217,4%	226,9%	32,3%	48,0%	159.904	76.972	107,7%	120,7%	-24,1%	-14,0%	107,7%	120,7%	-24,1%	-14,0%
GAV	-8.204	-8.260	-0,7%	-0,8%	-32,1%	-29,3%	-28.932	-31.870	-9,2%	-3,2%	-17,0%	-7,5%	-9,2%	-3,2%	-17,0%	-7,5%
Res. Operacional	53.229	95.976	-44,5%	-41,3%	525,1%	704,8%	36.910	77.681	-52,5%	-73,8%	-89,1%	-96,4%	-52,5%	-73,8%	-89,1%	-96,4%
EBITDA Ajustado	61.218	15.185	303,1%	317,1%	49,4%	69,1%	134.785	49.672	171,3%	190,1%	-25,8%	-15,2%	171,3%	190,1%	-25,8%	-15,2%
Mg EBITDA Ajustado	79,5%	48,0%	3150 bps	865 bps	70,6%	46,2%	70,6%	46,2%	2441 bps	-786 bps			2441 bps	-786 bps		

²⁰ Para mayor detalle del negocio de Centros Comerciales pueden revisar el Press Release de Cencosud Shopping S.A. en <https://www.cencosudshoppingcenters.com/>.

Datos Operacionales

	N° de Centros Comerciales		Superficie de Ventas (m ²) a terceros		Tasas de Ocupación	
	4T21	4T20	4T21	4T20	4T21	4T20
Cencosud Shopping Torres ²¹	33	33	350.788	350.788	97,1%	98,5%
Ubicaciones No IPO	n.a.	n.a.	65.000	65.000	62,7%	56,4%
Chile	35	35	421.407	421.407	91,6%	92,0%
Cencosud Shopping	3	3	19.797	20.279	81,8%	94,7%
Ubicaciones No IPO	3	3	54.116	54.116	96,1%	97,5%
Perú	6	6	73.913	74.395	92,3%	96,7%
Cencosud Shopping	4	4	10.292	11.367	95,3%	93,9%
Ubicaciones No IPO	n.a.	n.a.	46.176	46.176	n.a.	n.a.
Colombia	4	4	56.468	57.543	95,3%	93,9%
Argentina	22	22	277.203	277.203	81,2%	84,4%
Centros Comerciales	67	67	828.991	830.548	88,4%	90,0%

CHILE

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Portal Talcahuano	1.921	1.921	0,0%	7.675	7.675	0,0%	9.596	9.596	0,0%	n.a	n.a	n.a
Portal Valdivia	3.698	3.698	0,0%	7.806	7.806	0,0%	11.504	11.504	0,0%	n.a	n.a	n.a
Trascaja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	0	0	n.a	n.a	n.a	n.a
Ubicaciones IPO	415.788	415.788	0,0%	807.040	807.040	0,0%	1.222.828	1.222.828	0,0%	29.101	20.224	43,9%
TOTAL CHILE	421.407	421.407	0,0%	822.521	822.521	0,0%	1.243.928	1.243.928	0,0%	29.101	20.224	43,9%

	Ventas 3 ^{ros} (CLP 'MM)			Ventas EERR (CLP 'MM)			Ventas (CLP 'MM)			Ingresos 3 ^{ros} (CLP 'MM)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Portal Talcahuano	4.529	585	674,4%	1.060	2.895	-63,4%	5.589	3.480	60,6%	172	79	119,1%
Portal Valdivia	2.509	1.624	54,5%	10.841	9.080	19,4%	13.350	10.704	24,7%	346	0	0,0%
Trascaja	0	n.a	n.a	0	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	4.651	2.725	70,7%
Ubicaciones IPO	415.432	271.575	53,0%	774.468	672.197	15,2%	1.189.900	943.772	26,1%	47.149	20.258	132,7%
TOTAL CHILE	422.471	273.784	54,3%	786.369	684.171	14,9%	1.208.839	957.956	26,2%	52.318	23.062	126,9%

²¹ Las Torres son parte del IPO y están incluidas dentro de las 33 ubicaciones como el Complejo Costanera Center.

ARGENTINA

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Unicenter	74.782	74.782	0,0%	23.741	23.741	0,0%	98.524	98.524	0,0%	3.239	1.767	83,3%
Portal Plaza Oeste	19.906	19.906	0,0%	22.612	22.612	0,0%	42.518	42.518	0,0%	1.061	497	113,5%
Portal Palmas del	37.416	37.416	0,0%	37.005	37.005	0,0%	74.421	74.421	0,0%	1.468	918	59,8%
Portal Rosario	40.182	40.182	0,0%	29.298	29.298	0,0%	69.480	69.480	0,0%	741	478	55,0%
Portal Patagonia	9.789	9.789	0,0%	28.134	28.134	0,0%	37.922	37.922	0,0%	1.061	580	83,0%
Portal Lomas	8.201	8.201	0,0%	27.353	27.353	0,0%	35.554	35.554	0,0%	1.070	627	70,8%
Portal Tucuman	10.371	10.371	0,0%	21.439	21.439	0,0%	31.810	31.810	0,0%	885	659	34,3%
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%	n.a	n.a	n.a
Portal Santiago Del	5.461	5.461	0,0%	11.737	11.737	0,0%	17.198	17.198	0,0%	n.a	n.a	n.a
Factory/Vecinal/ Power Center/Otros	50.447	50.447	0,0%	176.164	176.164	0,0%	226.611	226.611	0,0%	1.364	837	63,0%
TOTAL ARGENTINA	277.203	277.203	0,0%	470.691	470.691	0,0%	747.894	747.894	0,0%	10.889	6.363	71,1%

	Ventas 3 ^{ros} (ARS 'MM)			Ventas EERR (ARS 'MM)			Ventas (ARS 'MM)			Ingresos 3 ^{ros} (ARS 'MM)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Unicenter	11.295	3.875	191,5%	1.544	988	56,3%	12.839	4.863	164,0%	933	140	568,5%
Portal Plaza Oeste	1.946	535	263,9%	784	471	66,7%	2.731	1.005	171,6%	166	29	467,5%
Portal Palmas del	3.100	975	217,9%	2.461	1.643	49,8%	5.561	2.618	112,4%	231	35	568,9%
Portal Rosario	1.452	665	118,4%	988	751	31,6%	2.440	1.416	72,4%	77	14	450,2%
Portal Patagonia	1.324	524	152,5%	1.743	979	77,9%	3.066	1.504	103,9%	73	15	388,8%
Portal Lomas	760	267	185,0%	1.286	796	61,6%	2.046	1.062	92,6%	51	9	473,8%
Portal Tucuman	1.277	676	88,9%	1.136	805	41,1%	2.412	1.481	62,9%	85	25	243,0%
Portal Escobar	382	265	44,1%	1.330	890	49,4%	1.712	1.155	48,2%	23	7	244,3%
Portal los Andes	574	349	64,7%	1.438	1.024	40,4%	2.012	1.373	46,5%	31	7	370,0%
Portal Trelew	559	303	84,6%	532	391	36,1%	1.092	694	57,3%	36	9	286,9%
Portal Salta	602	320	88,0%	1.081	813	33,0%	1.683	1.133	48,6%	36	7	377,1%
Portal Santiago Del	300	113	165,2%	680	490	38,8%	980	603	62,5%	18	4	385,2%
Factory/Vecinal/ Power Center/Otros	3.479	1.524	128,3%	7.152	4.600	55,5%	10.631	6.124	73,6%	314	67	368,8%
TOTAL ARGENTINA	27.050	10.391	160,3%	22.155	14.641	51,3%	49.205	25.032	96,6%	2.075	367	465,5%

PERÚ

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Plaza Lima Sur	43.634	43.634	0,0%	32.263	32.263	0,0%	75.897	75.897	0,0%
Balta	1.031	1.031	0,0%	6.050	6.050	0,0%	7.081	7.081	0,0%
Plaza Camacho	9.451	9.451	0,0%	436	436	0,0%	9.887	9.887	0,0%
Trascaja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Ubicaciones IPO	20.279	20.279	0,0%	30.276	29.794	1,6%	50.555	50.073	1,0%
TOTAL PERÚ	74.395	74.395	0,0%	69.025	68.543	0,7%	143.420	142.938	0,3%

	Visitas (Miles)			Ventas (PEN 'MM)			Ingresos 3 ^{ros} (PEN 'MM)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Plaza Lima Sur	2.969	2.192	35,5%	122,8	81,5	50,7%	8,5	4,6	82,2%
Balta	n.a	n.a	n.a	28,0	24,3	15,4%	0,7	0,5	37,0%
Plaza Camacho	n.a	n.a	n.a	4,4	2,2	105,0%	0,4	0,4	-0,8%
Trascaja	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	12,4	9,7	28,3%
Ubicaciones IPO	701	759	-7,6%	102,1	96,0	6,4%	3,2	1,8	76,3%
TOTAL PERÚ	3.670	2.951	24,4%	257,5	203,9	26,2%	25,1	17,0	47,6%

COLOMBIA

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Otros	46.176	46.176	0,0%	855	855	0,0%	47.030	47.030	0,0%
Ubicaciones IPO	10.292	11.367	-9,5%	54.493	54.493	0,0%	64.785	65.860	-1,6%
TOTAL COLOMBIA	56.468	57.543	-1,9%	55.348	55.348	0,0%	111.815	112.890	-1,0%

	Visitas (Miles)			Ventas (COP 'MM)			Ingresos 3 ^{ros} (COP 'MM)		
	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%	4T21	4T20	Var%
Otros	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a	10.053	7.133	40,9%
Ubicaciones IPO	n.a	n.a	n.a	104.212	92.831	12,3%	1.350	742	82,0%
TOTAL COLOMBIA	n.a	n.a	n.a	104.212	92.831	12,3%	11.403	7.874	44,8%

6.6 Servicios Financieros²² 

(millones de CLP)	4T21	4T20	Var. vs 2020		Var. vs 2019		12M21	12M20	Var. vs 2020		Var. vs 2019	
	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %	CLP MM		Δ %	ML Δ %	Δ %	ML Δ %
Argentina	23.915	18.807	27,2%	47,3%	-27,7%	12,3%	81.598	98.313	-17,0%	16,4%	-42,2%	6,7%
Brasil	361	783	-53,8%	-55,9%	-74,3%	-68,5%	3.128	1.917	63,1%	94,2%	-17,6%	6,5%
Colombia	3.527	1.222	188,6%	183,0%	25,3%	29,7%	8.324	8.719	-4,5%	-0,1%	-20,6%	-16,6%
Ingresos	27.803	20.812	33,6%	51,4%	-25,5%	10,5%	93.050	108.950	-14,6%	16,4%	-45,2%	-3,8%
Chile	-8	-6	28,4%	28,4%	N.A.	N.A.	-15	-19	-22,8%	-22,8%	11053,8%	11053,8%
Argentina	12.634	11.889	6,3%	23,4%	-42,9%	-11,4%	53.193	64.131	-17,1%	18,3%	-38,5%	14,9%
Brasil	361	783	-53,8%	-55,9%	-74,3%	-68,5%	3.128	1.917	63,1%	94,2%	-17,6%	6,5%
Colombia	3.527	1.222	188,6%	183,0%	25,3%	29,7%	8.324	8.719	-4,5%	-0,1%	-20,6%	-16,6%
Resultado Bruto	16.515	13.889	18,9%	33,0%	-37,3%	-10,1%	64.630	74.749	-13,5%	18,1%	-39,7%	4,7%
GAV	-5.725	-3.265	75,3%	99,2%	14,1%	72,3%	-16.730	-12.409	34,8%	81,6%	-33,7%	15,9%
Res. Operacional	10.790	10.624	1,6%	12,7%	-49,4%	-29,5%	47.899	62.340	-23,2%	5,5%	-41,6%	1,2%
Particip. Asociadas	2.629	8.984	-70,7%	N.A.	-46,2%	N.A.	17.424	3.651	377,3%	N.A.	256,8%	N.A.
Dep & Amortizaciones	27	24	14,3%	N.A.	-82,1%	N.A.	92	114	-19,2%	N.A.	-39,9%	N.A.
EBITDA Ajustado	13.447	19.632	-31,5%	-25,5%	-49,0%	-32,8%	65.415	66.105	-1,0%	24,1%	-32,6%	3,5%
Mg EBITDA Ajustado	48,4%	94,3%			-4597 bps	-2226 bps	70,3%	60,7%			963 bps	1313 bps

Indicadores Financieros

CHILE	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20
Saldo Deuda Neta (MM CLP)	1.231.346	1.096.140	1.053.118	1.055.740	1.066.347	1.055.859	1.149.893	1.253.433
Provisión sobre Cartera Vencida	4,3	4,6	3,4	4,1	4,1	2,5	1,8	2,6
Saldo Deuda >90 (%)	1,5%	1,5%	2,1%	1,8%	1,6%	3,3%	5,6%	3,4%
Castigos Brutos (MM CLP) ²³	66.531	52.107	33.467	14.157	152.199	124.584	78.558	35.984
Recuperos (MM CLP) ²³	21.806	16.811	11.216	5.844	23.179	16.048	7.789	3.944
Castigos Netos (MM CLP) ²³	44.725	35.296	22.251	8.313	129.021	108.536	70.769	32.041
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	4,1%	4,4%	4,3%	3,2%	11,2%	12,3%	11,5%	10,1%
Cartera Renegociada (%)	11,1%	13,4%	15,5%	20,7%	21,5%	21,1%	18,0%	12,8%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	5,7%	5,5%	5,5%	5,8%	6,3%	5,8%	7,2%	8,1%
Tiendas por Departamento	25,9%	27,1%	34,8%	30,9%	28,8%	34,8%	39,3%	29,4%
Mejoramiento del Hogar	9,8%	7,9%	8,3%	8,5%	10,4%	8,5%	12,0%	13,1%

²² El saldo de deuda mayor a 90 días incluye toda la deuda a partir de 91 días, no se excluye deuda mayor a 180 días.

²³ Castigos brutos, netos y recuperos son acumulativos.

Reporte de Resultados – Cuarto Trimestre 2021

ARGENTINA	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20
Saldo Deuda Neta (M ARS)	24.165.081	18.163.876	17.045.919	16.033.531	14.202.011	11.393.872	10.494.804	12.555.572
Provisión sobre Cartera Vencida	4,3	3,5	3,5	4,0	3,3	1,2	1,3	1,2
Saldo Deuda >90 (%)	1,6%	2,1%	1,8%	1,5%	1,8%	5,9%	7,1%	5,9%
Castigos Brutos (M ARS)23	784.470	549.793	315.311	138.977	1.855.491	1.558.056	1.052.488	511.554
Recuperos (M ARS)23	896.244	764.394	450.408	245.129	983.468	683.387	390.131	181.026
Castigos Netos (M ARS)23	-111.773	-214.601	-135.097	-106.152	872.023	874.669	662.357	330.528
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	-0,6%	-1,7%	-1,7%	-2,8%	7,2%	9,8%	11,0%	10,2%
Cartera Renegociada (%)	1,9%	2,4%	2,3%	0,3%	3,9%	5,4%	5,8%	3,7%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	10,2%	9,2%	9,4%	8,3%	8,7%	7,2%	5,4%	7,8%
Mejoramiento del Hogar	22,9%	22,3%	21,1%	19,3%	18,6%	17,2%	15,7%	22,2%
PERÚ								
	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20
Saldo Deuda Neta (M PEN)	436.025	401.611	460.542	615.750	775.879	836.421	865.987	918.872
Provisión sobre Cartera Vencida	3,9	2,8	2,5	1,4	3,3	4,1	7,3	4,0
Saldo Deuda >90 (%)	2,6%	4,6%	6,3%	19,2%	6,7%	4,4%	2,6%	3,1%
Castigos Brutos (M PEN)23	272.653	251.460	221.512	91.470	110.867	44.608	32.844	30.094
Recuperos (M PEN)23	26.977	19.620	11.159	4.730	19.729	13.140	7.991	4.553
Castigos Netos (M PEN)23	245.676	231.841	210.353	86.739	91.138	31.467	24.852	25.541
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	47,1%	55,8%	68,6%	49,7%	10,6%	4,7%	5,5%	11,2%
Cartera Renegociada (%)	9,2%	12,4%	13,5%	8,7%	5,6%	5,7%	5,6%	4,3%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	12,6%	11,7%	12,0%	11,6%	12,0%	11,0%	7,2%	11,1%
Tiendas por Departamento	N.A.	N.A.	N.A.	33,9%	37,2%	42,1%	25,2%	37,0%
BRASIL²⁴								
	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20
Saldo Deuda Neta (M BRL)	719.347	657.012	628.009	607.676	639.029	611.895	600.172	639.298
Provisión sobre Cartera Vencida	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	0,8	0,9
Saldo Deuda >90 (%)	13,4%	12,3%	11,0%	10,5%	12,8%	15,5%	16,7%	14,3%
Castigos Brutos (M BRL) ²³	72.981	59.245	47.152	29.273	96.308	74.091	50.252	26.210
Recuperos (M BRL) ²³	10.235	7.619	4.615	2.685	11.552	9.143	4.963	2.278
Castigos Netos (M BRL) ²³	62.746	51.626	42.537	26.587	84.756	64.947	45.289	23.932
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	9,0%	10,6%	13,8%	17,2%	13,5%	14,2%	14,5%	14,7%
Cartera Renegociada (%)	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,4%	0,4%	0,6%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	24,0%	23,9%	24,3%	22,3%	22,3%	22,6%	21,5%	26,7%
COLOMBIA								
	4T21	3T21	2T21	1T21	4T20	3T20	2T20	1T20
Saldo Deuda Neta (MM COP)	798.330	735.638	699.959	750.489	835.265	832.047	831.689	877.392
Provisión sobre Cartera Vencida	3,1	3,3	2,3	1,7	2,8	16,5	9,6	3,1
Saldo Deuda >90 (%)	2,0%	2,2%	3,6%	8,2%	5,7%	0,7%	0,8%	2,6%
Castigos Brutos (MM COP) ²³	144.502	129.629	106.292	46.514	56.332	51.073	44.563	22.036
Recuperos (MM COP) ²³	11.862	8.985	5.118	2.000	8.136	5.668	3.252	1.649
Castigos Netos (MM COP) ²³	132.639	120.644	101.173	44.514	48.196	45.404	41.312	20.387
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	17,6%	21,6%	26,9%	22,5%	5,7%	7,1%	9,6%	9,2%
Cartera Renegociada (%)	0,5%	0,6%	0,9%	1,5%	1,9%	1,8%	1,8%	2,2%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	17,2%	15,5%	13,7%	14,1%	12,9%	15,6%	13,5%	17,6%
Mejoramiento del Hogar	11,3%	10,5%	9,9%	8,8%	8,0%	8,9%	8,1%	11,2%

²⁴ Incluye solo GBarbosa.

7. Glosario

- ✓ **GMV** - Gross Merchandise Value, no incluye IVA.
- ✓ **Penetración online** - incluye el canal online completo, propio más last millers.
- ✓ **Same Store Sales (SSS)** - Venta de tiendas físicas 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.
- ✓ **Ticket Promedio** - Valor promedio de compra realizado por una visita en tienda.

Información de Contacto:

Cencosud S.A.

Marisol Fernández (mariasoledad.fernandez@cencosud.cl)
Gerente Relación con Inversionistas y Sostenibilidad

Mafalda Torres (mafalda.torres@cencosud.cl)
Subgerente Relación con Inversionistas

Andrés Guarda (andres.guardamadriaza@cencosud.cl)
Analista Relación con Inversionistas

Cencosud Brasil

Sara Lizi (sara.lizi@cencosud.com.br)
Gerente Relación con Inversionistas