



miles de productos con

despacho

24h



Press Release

Cuarto Trimestre 2023

Información de Conferencia de Resultados



Fecha

06 marzo 2024



Hora

Chile 12:00 PM

EST 10:00 AM

GMT 03:00 PM

Enlace: <https://events.teams.microsoft.com/event/f9e7f622-edfb-482b-bcf4-1704f113340b@a50762c4-c5ad-413a-a05e-9ffe15752882>

1. Resumen Ejecutivo ⁽¹⁾

En el último trimestre de 2023, Cencosud enfrentó de forma resiliente los retos derivados de un entorno económico desafiante, donde los mercados en Latinoamérica y Estados Unidos continuaron en un contexto de elevadas tasas de interés, sin perjuicio de una inflación con tendencia a la baja. En paralelo, los resultados de la Compañía en 4T23 registraron los efectos de la fuerte devaluación del peso argentino.

En este contexto Cencosud demostró una gestión efectiva en un entorno volátil. Excluyendo los ajustes por Hiperinflación de Argentina (NIC 29), en 4T23 la Compañía reportó **un incremento en ingresos de 2,8%**, explicado por la **fortaleza del formato Supermercados**, que aumentó sus ingresos en casi todos los países donde opera, **a pesar de la desaceleración de la inflación de alimentos ocurrida con mayor énfasis en la segunda mitad de 2023**. Compensando el crecimiento en ingresos, los negocios discrecionales en Chile continúan registrando caídas en venta con respecto al 4T22, sin embargo, han evidenciado mejoras secuenciales con el transcurso del año. En este contexto destaca Argentina, que pese a su compleja situación económica logra un crecimiento de ventas por sobre la inflación promedio del trimestre en Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales, lo que se traduce en un aumento de ingresos de doble dígito medidos en CLP. Por su parte, los ingresos consolidados del canal digital crecen un 3,6% frente al 4T22, impulsados tanto por desarrollos recientes como por nuevas alianzas estratégicas con operadores de última milla.

Cencosud continuó fortaleciendo su propuesta en el canal físico con la apertura de 44 tiendas durante el año, inaugurando 12 tiendas en el 4T23, de las cuales 8 son del formato Supermercado. Con esto, las aperturas del trimestre representan **un aumento de casi 16.000 m² de sala de ventas**.

En relación con la estrategia regional de Marcas Propias, esta sigue robusteciéndose a través de las diversas iniciativas y desarrollos en la región. En este contexto, la marca regional **Cuisine & Co** destaca nuevamente con un crecimiento en ventas de doble dígito en comparación a 4T22, contribuyendo a lograr **por primera vez un total de ventas de categorías Food de Marcas Propias por sobre US\$1 bn en Latinoamérica en 2023**. En tanto, como parte de la estrategia de ampliar la oferta de productos diferenciadores, durante el trimestre se concretó el lanzamiento en Chile y Perú de la marca **La Hacienda**, con productos de menaje y parrilla premium. Estas iniciativas permitieron alcanzar un nivel de **penetración de Marcas Propias de 15,8%** sobre el total de ingresos en el 4T23.

4 países

Margen EBITDA
Ajustado

sobre 11%
en 4T23

El **EBITDA Ajustado** del trimestre **creció 8,7%**, alcanzando un **margen EBITDA Ajustado de 11,8%** (+64 bps a/a), explicado por el aumento en contribución y rentabilidad de Argentina, Estados Unidos y Perú. En este contexto Argentina anotó un margen EBITDA Ajustado histórico (17,9%), Estados Unidos, a su vez, logró

un margen EBITDA de 11,5% en 4T23 y Perú aumentó su rentabilidad en 206 bps a/a al llegar a 12,6% de margen EBITDA Ajustado.

La Utilidad se expandió 49,2% a/a en el 4T23, alcanzando US\$ 418 millones, explicado por el alza en el EBITDA Ajustado y por la mejora en el Resultado No Operacional. Este último se vio favorecido por la reducción de 18,6% del Costo Financiero Neto, además del menor impacto de la inflación asociada a la deuda denominada en UF y reducción en los impuestos diferidos como resultado de la diferencia entre activos fijos tributarios y financieros generada por la inflación en Argentina.

¹ Cifras no incluyen ajustes por Hiperinflación (NIC 29).



2. Indicadores Clave del 4° Trimestre 2023 ⁽²⁾



US\$ 4.939

millones
+2,8% a/a

Ingresos Totales



US\$ 584

millones
+8,7% a/a

EBITDA Ajustado



11,8%

Margen EBITDA
Ajustado
+64 bps a/a



US\$ 418

millones
+49,2% a/a
Utilidad Neta
Excl. NIC 29



15,8%

(-108 bps a/a)
US\$ 737 millones
Penetración
Marcas Propias



US\$ 121

-36,4%
Utilidad Neta
Reportada



9,9%

+9 bps a/a
Penetración
Online

² Cifras no incluyen ajustes por Hiperinflación (NIC 29).

3. Mensaje del Gerente General

El 2023 fue un año marcado por una situación macroeconómica desafiante que implicó altas tasas de interés, lo cual tuvo como consecuencia una reducción en los niveles de consumo y bajos niveles de crecimiento. Paralelamente, los países andinos sufrieron los efectos del evento climático “El Niño” y ya a fines del año, Argentina experimentó una histórica devaluación de su moneda.

Todo esto incidió en que Cencosud reportó un crecimiento en ingresos en 2023 del 0,2% y una caída del EBITDA Ajustado en 6,7% versus el año anterior. Sin embargo, al excluir los ajustes contables de economía hiperinflacionaria de Argentina (NIC 29), la Compañía registró un **crecimiento en ingresos** de 6,6% en el año y un **aumento del EBITDA Ajustado** de 3,0% a/a.

670 MM
Tickets en 2023

+8,9%
vs 2022

La cantidad de *tickets* de venta crece 8,9% durante el año, y supera los 670 millones de *tickets*, como resultado de la continua preferencia de nuestros clientes por nuestros formatos de tiendas físicas y canales digitales. En 2023, Supermercados demostró resiliencia al lograr un crecimiento de ingresos de 10,6% a/a a nivel consolidado (excluyendo el impacto de economía hiperinflacionaria de Argentina), a pesar de la desaceleración secuencial de la inflación

de alimentos en todos los países donde Cencosud opera, con excepción de Argentina. La Compañía siguió desarrollando la propuesta de valor a través del **canal físico, con la apertura de 44 tiendas**, y la remodelación de otras 184 tiendas de *retail*, junto con la **inauguración del nuevo centro comercial** en el distrito de La Molina, Perú. Durante el año se continuó fortaleciendo el canal *online*, para lograr el objetivo de ser los líderes de e-grocery en Latinoamérica, cerrando nuevas alianzas con *last milers* líderes, como DoorDash y Uber Eats en Estados Unidos y iFood en Brasil. Como resultado, las ventas *online* en Estados Unidos crecieron un 106,4% a/a en pesos chileros y un 18,1% a/a en Brasil. Asimismo, durante 2023 el **programa de suscripción Prime completó su presencia en los 5 países de Latinoamérica en los cuales operamos**, logrando un crecimiento en **suscriptores del 59% a/a**. El año 2023 fue un año de consolidación del ecosistema digital con el lanzamiento de CencoPay, la billetera electrónica que permite gestionar medios de pago de forma digital y segura. De la misma manera, Cencosud Media continuó su expansión regional y su propuesta de *retail media* para proveedores, ya está disponible en los 5 países de Latinoamérica donde operamos.

E-grocery 2023
Líderes
Chile y Perú

Respecto a los niveles de rentabilidad, cerramos el 2023 con un margen EBITDA reportado de 9,7%. Excluyendo ajustes por hiperinflación de Argentina, el margen EBITDA alcanzó un 10,7%, una contracción de 38 bps vs 2022. Esta reducción se explica por mayores niveles de promoción en la industria, costos laborales crecientes, menores niveles de consumo e incluso los efectos asociados al fenómeno de “El Niño”. A pesar de esto, **2023 es el 3er año consecutivo con margen EBITDA de doble dígito** para Cencosud, y es resultado de una estrategia centrada en el crecimiento rentable y la innovación digital. Un ejemplo de esto es la app “Mi Local”, herramienta que simplifica, centraliza y agiliza la gestión operativa de las tiendas con múltiples funcionalidades asociadas a *found rate*, alertas de quiebre de *stock*, manejo de pre-mermas y ajustes de precios automatizados, entre otras. Esta iniciativa que potencia las ventas y la rentabilidad de tiendas *retail* y centros comerciales, ya ha sido implementada en cerca de 900 tiendas del grupo, lo que implica un 100% de avance en las metas propuestas para 2023 en Chile, Brasil, Colombia y Perú.

El **fortalecimiento de nuestro modelo regional de Marcas Propias** ha mejorado nuestra propuesta de valor para los clientes y ha tenido un impacto positivo en la rentabilidad de Cencosud. En 2023, este avance se reflejó en un récord de ventas anuales de productos Marcas Propias, **alcanzando US\$2,5 billones, con una penetración sobre ventas del 15,5%**. A través de iniciativas como estas es que estamos confiados en sostener márgenes de rentabilidad por sobre los promedios históricos de Cencosud en los años venideros.



Con esta mirada puesta en el futuro, en 2024 tenemos un robusto **Plan de Inversión que alcanza a US\$ 641 millones**, el cual impulsará nuestra propuesta física al ampliar en torno a 50.000 m² la superficie de ventas, un incremento de cerca de un 80% respecto de 2023. Este plan se enfoca en acelerar nuestro crecimiento orgánico, la innovación, el fortalecimiento del ecosistema físico-digital y alcanzar mayores eficiencias y rentabilidades operacionales.

Junto a todo el equipo de Cencosud, continuaremos impulsando con convicción nuestros 5 Pilares Estratégicos: Fortaleza Financiera, Crecimiento, Innovación & Nuevas Tendencias, Talento y Sostenibilidad.

Con el honor de haber sido recientemente nombrado Gerente General Corporativo de Cencosud, estoy comprometido a seguir liderando nuestro equipo hacia nuevos logros y consolidando nuestro posicionamiento en los distintos mercados, con especial foco en la satisfacción de nuestros clientes y en la agilidad en innovación, para estar a la vanguardia de la industria a nivel global y proyectar el crecimiento sustentable de la Compañía.

Rodrigo Larraín
CEO
Cencosud S.A.





4. Eventos Relevantes

Julio Moura asume como nuevo Presidente del Directorio, siendo el Director con la mayor trayectoria en Cencosud

El día 6 de diciembre, Heike Paulmann, presentó su renuncia al cargo de Presidente del Directorio, culminando un periodo de casi 3 años desde su nombramiento. La Sra. Paulmann continuará ejerciendo su liderazgo desde su rol como Directora de Cencosud. En su reemplazo se nombró Presidente del Directorio a Julio Moura, quien cuenta con una amplia trayectoria como Director de renombradas empresas a nivel internacional, además de ser miembro del Directorio de Cencosud desde septiembre de 2011.

Cencosud nombra a Rodrigo Larrain como nuevo CEO de la Compañía

El Directorio de Cencosud con el apoyo de una empresa de consultoría internacional designó a Rodrigo Larrain como nuevo Gerente General Corporativo, quien asumió sus funciones el 1 de marzo 2024. El Sr. Larrain tiene más de 25 años de trayectoria profesional, de los cuales 10 han estado vinculados a Cencosud, primero como Gerente de la División de Centros Comerciales, luego Gerente Corporativo de Administración y Finanzas y recientemente Gerente General de Cencosud Shopping S.A.

Manual de Manejo de Información

El día 24 de noviembre, se aprobó en sesión de Directorio la actualización del Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado. Esta modificación incorpora cambios legales y regula la divulgación de información relevante con el objetivo de proporcionar y asegurar a los inversionistas y el mercado en general, condiciones de equidad y transparencia en la entrega de información.

Cencosud lanza Prezunic Prime en Brasil

El programa de suscripción Prime fue lanzado en Brasil con una membresía que incluye ofertas personalizadas, *delivery* sin cargo, canal exclusivo de atención y doble acumulación de puntos tanto en tiendas físicas como en compras *online*. Con este lanzamiento, los programas de fidelización Prime ya están presentes en los 5 países de Latinoamérica donde opera Cencosud.

La plataforma Cheaf comienza a operar en 32 supermercados en Chile

Esta asociación, que comenzó en Supermercados Chile operando en 9 tiendas y que a la fecha cuenta con 32 tiendas, tiene como objetivo principal la reducción del desperdicio alimentario al ofrecer productos a precios reducidos. Esta iniciativa, en línea con la Estrategia de Sustentabilidad de Cencosud, promueve la responsabilidad ecológica y brinda opciones económicas a los clientes que buscan contribuir a la causa.

5. Avances en Sostenibilidad ⁽³⁾



Política Integrada de Gestión Ambiental y Eficiencia Energética

Esta Política, lanzada durante el trimestre, se ajusta a la Estrategia de Sostenibilidad de la Compañía y establece el marco general para revisar, medir y gestionar los aspectos e impactos ambientales y energéticos, para prevenir la contaminación en locales, tiendas y centros de distribución.



Cierre 7ª Edición Programa “Mujeres Transformadoras”

En noviembre, finalizó la 7ª edición del programa para emprendedoras que impulsa la cadena Disco desde el 2017. Capacitó gratuitamente a emprendedoras para sacar adelante sus proyectos, brindando las herramientas para fortalecer el emprendimiento femenino, aumentando su impacto y liderazgo a corto, mediano y largo plazo.



Cierre de proyecto de capacitación de Activación Laboral

Cencosud junto a Fundación Emplea finalizaron el programa de capacitación online para potenciar las habilidades y entregar herramientas para aportar a su crecimiento y nuevas oportunidades a mujeres a lo largo del país, aportando a su empoderamiento, empleabilidad y desarrollo. Este programa tiene especial foco en: técnicas de planificación y administración de negocios, habilidades de liderazgo, comunicación efectiva, trabajo en equipo y resolución de conflictos, educación financiera.



6. Reconocimientos

Cencosud obtuvo el 1º lugar en la Categoría Holding Empresarial en Ranking de Reputación Empresarial Merco 2023

Cencosud obtiene el primer lugar en la categoría de holding empresarial dentro del ranking de las 100 compañías con mejor reputación en Chile. A su vez se posicionó como la tercera empresa que más subió en este ranking de reputación (+21 a/a).

Jumbo obtuvo el 1º lugar en el Premio Lealtad del Consumidor NPS 2023

Jumbo fue galardonado con el 1º lugar del Premio Lealtad del Consumidor NPS, el cual reconoce a las empresas con mayor índice de lealtad. La Compañía fue destacada por su servicio y calidad superior reflejando el compromiso que tiene con todos los clientes.

Paris, Easy y Supermercados Chile son reconocidos en los Effie Awards Chile 2023

En los Effie Awards Chile 2023, las marcas de Cencosud fueron reconocidas por su participación en la categoría “cambio positivo y bien social”, donde Paris e Easy lograron el Premio Effie de Oro por su campaña “Ropa x Hogar”, mientras que Supermercados Chile fue reconocido con el Premio Effie de Bronce por su campaña “Como Cambio”, programa de alimentación y cultura saludable. Estos reconocimientos reflejan el compromiso de la Compañía por impactar positivamente en las comunidades donde está presente.

³ Para mayor detalle sobre las iniciativas de Sostenibilidad del trimestre, visitar <https://www.cencosud.com/sostenibilidad>.

Jumbo e Easy destacan en la valoración de sus clientes por True Brands y GFK

Jumbo e Easy fueron reconocidos en el estudio de reputación corporativa empresas humanas, desarrollado por True Brands y GFK, el cual destaca a las empresas con mejor índice de reputación corporativa según la opinión ciudadana, considerando las dimensiones claves que impactan hoy el ámbito social de las organizaciones.

Cencosud obtiene el 1^{er} lugar como mejor empresa para atraer y retener talento universitario en el sector holding empresarial

En la quinta edición del Ranking Merco Talento universitario, Cencosud destacó con el primer lugar en la categoría holding empresarial de las empresas que tienen mejor capacidad de atraer y retener talento en distintos ámbitos como calidad laboral, oportunidades de desarrollo, reputación interna entre otros.

Cencosud Perú es nombrado mejor retailer del país por el Advantage Report™

Por tercer año consecutivo, Cencosud Perú, a través de sus supermercados Wong y Metro, ha sido reconocido en el Advantage Report™ Supermercados 2023 como el Retailer número uno del país, tras recoger la percepción de los proveedores más representativos de los rubros de bebidas, alimentos, cuidado personal, entre otros.

Wong es nuevamente reconocido como el supermercado con la mejor experiencia de cliente en el Perú

Por segundo año consecutivo, Wong es considerado como el supermercado con la mejor experiencia de cliente del país, según el ranking Best Customer Experience (BCX) de IZO en 2023. En este listado, conocido como el principal estudio de comparación en Iberoamérica, Wong destacó entre más de 400 compañías evaluadas en 24 sectores de 12 países por sus altos estándares de atención.





7. Datos Financieros Destacados del Trimestre

7.1 Estado de Resultados Consolidado 4T23 ⁽⁴⁾

CLP millones	Reportado			Excl. NIC 29		
	4T23	4T22	Var %	4T23	4T22	Var %
Ingresos Online	313.341	369.709	-15,2%	420.260	405.758	3,6%
Ingresos Offline	2.858.524	3.410.077	-16,2%	3.833.919	3.740.372	2,5%
Otros Ingresos	127.164	142.515	-10,8%	170.556	156.328	9,1%
Total Ingresos	3.299.029	3.922.301	-15,9%	4.424.735	4.302.458	2,8%
Ganancia Bruta	943.287	1.120.714	-15,8%	1.402.347	1.271.061	10,3%
Margen Bruto	28,6%	28,6%	2 bps	31,7%	29,5%	215 bps
GAV	-701.901	-804.477	-12,8%	-992.320	-896.589	10,7%
Margen GAV	-21,3%	-20,5%	-77 bps	-22,4%	-20,8%	-159 bps
R. Operacional	279.729	358.759	-22,0%	438.389	407.229	7,7%
R. No operacional	-151.185	-135.843	11,3%	-92.806	-132.915	-30,2%
Impuestos	-20.185	-52.589	-61,6%	28.826	-23.287	N.A.
Utilidad	108.359	170.326	-36,4%	374.409	251.028	49,2%
EBITDA Ajustado	357.439	429.458	-16,8%	523.628	481.673	8,7%
Margen EBITDA Ajustado	10,8%	10,9%	-11 bps	11,8%	11,2%	64 bps



⁴ El Estado de Resultados detallado y efecto por hiperinflación de Argentina están disponibles en el Anexo de este reporte.

7.2 Venta online 4T23 ⁽⁵⁾



Penetración online
9,9%



Tickets online Total
7,4 MM



Venta online
US\$ 469 MM

CLP Millones	Venta Online		% vs 2022		Penetración %	4T23	4T22	Δ bps
	4T23	4T22	Δ CLP	Δ ML				
Chile	299.912	301.117	-0,4%	-0,4%	Supermercados	7,8%	7,5%	27
Argentina	48.165	43.867	9,8%	178,4%	Mej. del Hogar	10,4%	10,4%	-4
EEUU	30.487	24.563	24,1%	26,5%	Tiendas por Dpto.	28,8%	29,0%	-20
Brasil	13.627	8.399	62,2%	56,0%	TOTAL	9,9%	9,8%	9
Perú	15.524	15.117	2,7%	1,7%				
Colombia	12.545	12.695	-1,2%	-15,2%				
TOTAL	420.260	405.758	3,6%	N.A				

7.3 Marcas Propias

Durante el cuarto trimestre del año los productos de Marcas Propias alcanzaron una penetración del 15,8% sobre el total de ventas, reflejando una disminución de 108 bps respecto al mismo periodo de 2022. Esta reducción se explica por el impacto de la contracción del consumo en las ventas *Non-Food* en la región. No obstante, la venta de productos *Food* de Marcas Propias tuvo un crecimiento en el trimestre por sobre inflación y por sobre la venta de terceros, en las categorías de consumo masivo y perecibles.

Al observar el año 2023 completo, la Compañía logró relevantes hitos tanto en categorías *Food* como *Non-Food*. En 2023 las categorías **Food** por primera vez lograron **ventas anuales sobre US\$ 1 bn** en Latinoamérica, promediando una penetración de doble dígito sobre ventas totales *Food*, en el mismo período donde la marca Cuisine & Co tuvo un incremento anual en ventas de un 26,9%, superando los US\$ 600 MM. Por otra parte, las categorías **Non-Food**, a pesar de experimentar un año desafiante por una caída generalizada del consumo discrecional, **incrementaron su margen bruto** (cerrando el año con 23% menos de inventario), y lanzaron la primera línea Premium de menaje y parrilla: **La Hacienda**.

En Marcas Propias, la estrategia dirigida hacia categorías de mayor valor, junto con la priorización de marcas con alto potencial de crecimiento y la ampliación del *mix* de oferta, resultó en un incremento del **5,8% a/a en las ventas del 4T23 versus 4T22**.



⁵ Cifras de venta *online* (excluyendo NIC 29) reflejan información 1P, incluyendo venta con operadores de última milla.



	Food		Non-Food		Total	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	11,4%	10,6%	28,6%	29,3%	17,2%	17,4%
Argentina	10,3%	9,8%	13,2%	15,7%	11,5%	12,2%
Estados Unidos	30,7%	32,3%	1,1%	4,1%	29,4%	30,9%
Brasil	3,1%	3,3%	4,7%	4,7%	3,3%	3,5%
Perú	16,0%	16,0%	36,6%	35,2%	19,1%	19,2%
Colombia	7,5%	6,9%	11,3%	13,1%	8,8%	9,1%
Total	13,6%	13,9%	21,7%	24,7%	15,8%	16,9%

7.4 Capex ⁽⁶⁾

Durante el cuarto trimestre, Cencosud continuó desplegando su plan de crecimiento orgánico inaugurando 12 nuevas tiendas en 4 países. En Chile iniciaron operación 3 locales Spid, 1 tienda Easy en la ciudad de La Unión, 1 Santa Isabel en Melipilla y dos tiendas Paris ubicadas en las ciudades de Valdivia y Talca. En Brasil se inauguraron 2 locales Prezunic y 1 SPID, mientras que en Argentina y Colombia hubo apertura de 1 Blaisten y 1 Jumbo respectivamente.

4T23	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones		Cierres	
	#	M ²	#	M ²	#	#	M ²	
Chile	7	11.220	0	0	14	1	4.102	
Argentina	1	450	0	0	0	0	0	
EEUU	0	0	0	0	0	0	0	
Brasil	2	1.938	0	0	3	2	1.878	
Perú	0	0	0	0	2	0	0	
Colombia	1	1.974	0	0	3	0	0	
Total	12	15.743	0	0	22	3	5.980	

⁶ No se realizaron transformaciones durante el periodo.

8. Desempeño por País ⁽⁷⁾

8.1 Resultados 4T23

INGRESOS	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP Mn	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
Chile	1.914.877	43,3%	1.948.355	45,3%	-1,7%	-1,7%
Argentina	930.451	21,0%	792.539	18,4%	17,4%	198,2%
EE.UU.	500.859	11,3%	523.141	12,2%	-4,3%	-2,4%
Brasil	484.932	11,0%	461.678	10,7%	5,0%	1,0%
Perú	323.717	7,3%	328.040	7,6%	-1,3%	-2,3%
Colombia	269.900	6,1%	248.705	5,8%	8,5%	-6,8%
Total	4.424.735	100,0%	4.302.458	100,0%	2,8%	N.A.

EBITDA Ajustado	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	Mg (%)	CLP Mn	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
Chile	228.644	11,9%	252.556	13,0%	-9,5%	-9,5%
Argentina	166.387	17,9%	104.218	13,1%	59,7%	317,2%
EE.UU.	57.753	11,5%	42.128	8,1%	37,1%	42,2%
Brasil	26.028	5,4%	31.294	6,8%	-16,8%	-20,3%
Perú	40.844	12,6%	34.618	10,6%	18,0%	16,9%
Colombia	3.972	1,5%	16.860	6,8%	-76,4%	-80,0%
Total	523.628	11,8%	481.673	11,2%	8,7%	N.A.

8.2 Venta Same Store Sales

Variación en Moneda local	Same Store Sales	
	4T23	4T22
Supermercados		
Chile	-0,5%	6,6%
Argentina	201,7%	91,8%
EE.UU.	1,2%	1,7%
Brasil	-2,6%	6,0%
Perú	-2,5%	3,6%
Colombia	-7,9%	2,4%
Mejoramiento del Hogar		
Chile	-14,1%	-12,0%
Argentina	200,1%	67,7%
Colombia	-13,6%	-3,1%
Tiendas por Departamento		
Chile	-1,7%	-12,2%

⁷ Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, las cifras excluyen los efectos de economía hiperinflacionaria (NIC 29).

8.3 Chile

Destacados del trimestre:

- El número de suscriptores del programa Jumbo Prime **tuvo un incremento del 20,7%** con respecto al cierre del 4T22
- Mejora en margen bruto de Tiendas por Departamento por cambio en estrategia de compra impulsan **expansión de 84 bps en su margen EBITDA Ajustado**

INGRESOS	4T23		4T22		Δ %
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	
Supermercado	1.289.889	29,2%	1.289.767	30,0%	0,0%
Centros Comerciales	59.414	1,3%	56.828	1,3%	4,6%
Mejoramiento del Hogar	197.839	4,5%	225.338	5,2%	-12,2%
Tiendas por Departamento	364.820	8,2%	376.069	8,7%	-3,0%
Otros	2.915	0,1%	354	0,0%	722,7%
Ingresos	1.914.877	43,3%	1.948.355	45,3%	-1,7%

EBITDA Ajustado	4T23		4T22		Δ %
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	
Supermercado	170.882	13,2%	177.450	13,8%	-3,7%
Centros Comerciales	46.820	78,8%	45.777	80,6%	2,3%
Mejoramiento del Hogar	17.823	9,0%	26.557	11,8%	-32,9%
Tiendas por Departamento	20.507	5,6%	17.983	4,8%	14,0%
Servicios Financieros	3.239	0,0%	-6.454	0,0%	N.A.
Otros ⁽⁸⁾	-30.629	N.A.	-8.681	N.A.	287,2%
EBITDA Ajustado	228.664	11,9%	252.632	13,0%	-9,5%

Supermercados

En el 4T23, los **ingresos** se mantuvieron estables versus 4T22. Durante el trimestre se abrieron 4 nuevas tiendas, a su vez que la venta *online* creció 2,2% a/a impulsada en parte por el aumento de 20,7% de suscriptores de Jumbo Prime frente a diciembre de 2022, al capturar suscriptores de otras plataformas digitales y consolidar su liderazgo en *e-grocery* en el país. Lo anterior fue compensado por un SSS de -0,5% a/a, producto de un consumo contraído y mayores niveles de promocionalidad.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó 3,7% frente al 4T22, sin embargo, se obtuvo un margen EBITDA Ajustado de 13,2%, pese al incremento en gastos asociados a inflación y la mayor actividad promocional. Estos efectos negativos fueron compensados por una mejora en el margen bruto producto de mejores negociaciones con proveedores.

Venta online SM



+2,2%

⁸ Incluye gastos asociados a la operación del Hub tecnológico en Uruguay.

Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** disminuyeron un 12,2% frente al 4T22, reflejo de un consumo aún desafiado y bajas en la actividad de la construcción. Producto de lo anterior, Mejoramiento del Hogar se enfocó en mejorar la experiencia y optimizar sus canales digitales, resultando en venta *online* estable a/a a pesar de la contracción del mercado. Dentro de estas iniciativas se encuentra la capacidad de despachar en menos de 2 horas y la incorporación de nuevos SKU al Marketplace de Paris.cl.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó 32,9% a/a y el margen EBITDA Ajustado alcanzó a 9,0%, a pesar de una expansión del margen bruto de 175 bps a/a, atribuible a una menor actividad promocional, niveles de inventarios más sanos y mejora en los indicadores de mermas y diferencias de inventario. A su vez, el negocio continuó automatizando procesos para hacerlos más eficientes y controlar así el aumento de los gastos asociados a inflación.

Tiendas por Departamento

Los **ingresos** decrecieron un 3,0% a/a. Lo anterior se explica en parte por un día menos de venta navideña por feriado asociado al plebiscito constitucional y el menor nivel de consumo. Sin embargo, durante el trimestre se evidenció una mejora secuencial, finalizando diciembre con un leve crecimiento en ventas comparativamente versus diciembre de 2022. Por su parte, el Marketplace evidenció un incremento en ventas de 17,6% a/a con una penetración total de 19,7% sobre la venta *online* de Paris.cl.

El **EBITDA Ajustado** subió un 14,0% a/a, reflejando una mejora del margen EBITDA Ajustado de 84 bps a/a. Lo anterior es atribuible a una expansión de 229 bps del margen bruto, producto de una mejora en la estrategia de compra.

**Margen EBITDA
Ajustado TxD**



5,6% +84 bps

Centros Comerciales

Los **ingresos** aumentaron 4,6% en comparación al 4T22, producto principalmente de una mayor tasa de ocupación, contratos indexados a inflación y mejora en las condiciones comerciales de nuevos contratos. Lo anterior se complementa con un incremento en ingresos tanto de estacionamientos como del mirador Sky Costanera, los cuales evidencian una recuperación del turismo y un mayor tráfico en los centros comerciales. Compensa parcialmente el cierre temporal de tiendas por remodelaciones y ampliaciones y un consumo más desafiado.

En tanto, el **EBITDA Ajustado** aumentó un 2,3% a/a, logrando un margen EBITDA Ajustado de 78,8%, como resultado de mayores gastos asociados a aperturas de nuevas áreas en los centros comerciales y *marketing*.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** fue de CLP 3.239 millones (vs – CLP 6.454 millones en 4T22), resultado de un crecimiento en el volumen de cartera y mayores tasas de interés. Lo anterior, parcialmente contrarrestado por un crecimiento en gastos asociados a esfuerzos comerciales y de cobranza.

8.4 Argentina ⁽⁹⁾

Destacados del trimestre:

- Supermercados, Mejoramiento del Hogar y Centros Comerciales **crecieron en ingresos por sobre la inflación** promedio del trimestre ⁽¹⁰⁾, sobrepasando el 200% de incremento a/a
- Cencosud Argentina completó 2 años consecutivos de margen EBITDA de doble dígito, **registrando un 17,9% en 4T23**, el más alto de la operación a la fecha

	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	599.401	13,5%	509.457	11,8%	17,7%	200,7%
Centros Comerciales	27.178	0,6%	21.881	0,5%	24,2%	217,8%
Mejoramiento del Hogar	269.546	6,1%	225.253	5,2%	19,7%	200,1%
Servicios Financieros	37.181	0,8%	36.859	0,9%	0,9%	152,5%
Otros	-2.855	-0,1%	-911	0,0%	213,5%	732,5%
Ingresos	930.451	21,0%	792.539	18,4%	17,4%	198,2%
EBITDA Ajustado						
EBITDA Aj.	166.387	17,9%	104.218	13,1%	59,7%	317,2%

Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 200,7% en ARS y 17,7% en CLP en comparación con el 4T22. El crecimiento observado en moneda local refleja la capacidad de traspaso de inflación a precio final. La venta de tiendas físicas se mostró resiliente, resultando en un SSS de 201,7%.

El **EBITDA Ajustado** creció 368,1% en moneda local y un 72,4% en CLP respecto al mismo periodo del año anterior, a su vez que el margen EBITDA Ajustado se expandió 342 bps. Este resultado se atribuye principalmente a una expansión de 571 bps en el margen bruto, impulsado por el término a las restricciones de precio durante diciembre, sumado a la revalorización del inventario.

Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** tuvieron un incremento de 200,1% en ARS y 19,7% en CLP, impulsado por la mayor demanda producto del contexto político-económico en el país. En particular el canal mayorista obtuvo crecimientos de venta por sobre inflación, sumado a un aumento de la demanda durante el mes de diciembre.

El **EBITDA Ajustado** creció 387,7% en ARS y aumentó 81,9% en CLP versus el mismo periodo del año anterior. Este crecimiento se explica por el aumento de ingresos y una expansión del margen bruto por revalorización del inventario. Lo anterior, sumado a una mayor dilución de gastos sobre ingresos, contribuyeron a una mejora del margen EBITDA Ajustado de 1.269 bps.



**Same Store
Sales SM**

+201,7%

⁹ Inflación LTM de Argentina a diciembre 2023 correspondiente a 211,4%.

¹⁰ Considera un promedio no ponderado de las inflaciones interanuales de octubre, noviembre y diciembre de 171,7%.

Centros Comerciales

Los **ingresos** crecieron un 217,8% en ARS y un 24,2% en CLP. El negocio mostró en el trimestre un aumento de la ocupación de 595 bps frente al 4T22, junto con un aumento de 8,3% en el flujo de visitantes, adicionalmente a la apertura de nuevas tiendas.

El **EBITDA Ajustado** creció un 271,1% en ARS y un 40,0% en CLP comparado con el 4T22. El incremento en pesos argentinos refleja una mejora del 221,6% en margen bruto a/a, sumado a un mayor control de gastos que crecen por debajo de inflación, y métricas de cobranza y de contratos vencidos normalizados a/a.

Servicios Financieros

Durante el 4T23, se observó un incremento en los **ingresos** del 152,5% a/a en ARS y un aumento del 0,9% en CLP. En el trimestre se observó un menor consumo como consecuencia de un alto nivel de tasas, compensado por un mejor desempeño en diciembre, producto de la devaluación del peso argentino y su impacto en las compras internacionales de los clientes.

El **EBITDA Ajustado** aumentó un 270,9% en ARS y un 45,3% en CLP. Este crecimiento se explica por un incremento en los ingresos y un manejo controlado del cargo por riesgo.

8.5 Estados Unidos

Destacados del trimestre:

- Las ventas del **canal online** crecieron un **26,5%** en moneda local, lo que permitió alcanzar una penetración del 6,1% en el trimestre
- Supermercados tuvo **SSS de 1,2%** pese a un consumo débil, mayor nivel promocional en la industria y una desaceleración de la inflación de alimentos

	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	500.859	11,3%	523.141	12,2%	-4,3%	-2,4%
Ingresos	500.859	11,3%	523.141	12,2%	-4,3%	-2,4%
EBITDA Ajustado						
EBITDA Aj.	57.753	11,5%	42.128	8,1%	37,1%	42,2%

Supermercados

Los **ingresos** tuvieron una disminución de un 2,4% en US\$ y de 4,3% en CLP, explicado por una menor cantidad de días de venta en 4T23 (vs 4T22). Sin embargo, las ventas *Same Store Sales* fue positiva (1,2%) a pesar de una mayor promocionalidad y desaceleración de la inflación de alimentos. Las ventas del canal *online* experimentaron un alza del 26,5% a/a, fortalecida por nuevas alianzas con Uber Eats y DoorDash, las cuales permitieron alcanzar una penetración *online* de 6,1%.

El **EBITDA Ajustado** cayó 6,2% en US\$ y 8,0% en CLP debido a un menor margen bruto por mayor actividad promocional y al aumento en ciertas categorías de gastos.



Same Store Sales

+1,2%

Venta online



+26,5%
(% en ML)

8.6 Brasil ⁽¹⁾

Destacados del trimestre:

- **Incremento de las ventas del canal *online* del 56,0% a/a** en R\$, atribuido a la focalización en iniciativas digitales y la consolidación de **nuevos canales de venta** como **alianza con iFood**, venta **WhatsApp en Prezunic** y lanzamiento de **Prezunic Prime**.
- El formato **Cash&Carry reportó un SSS del 3,5%**, formato que ya representa el 36,0% del total de ventas del país.
- **Apertura de 2 tiendas Prezunic en Rio de Janeiro**, continuando el *pipeline* de aperturas de la bandera.

	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	484.623	11,0%	462.354	10,7%	4,8%	0,8%
Servicios Financieros	309	0,0%	-676	0,0%	N.A.	N.A.
Ingresos	484.932	11,0%	461.678	10,7%	5,0%	1,0%
EBITDA Ajustado						
EBITDA Aj.	26.028	5,4%	31.294	6,8%	-16,8%	-20,3%

Supermercados

Durante el 4T23, los **ingresos** experimentaron un crecimiento del 0,8% en R\$ y del 4,8% en CLP frente al mismo período de 2022. Este resultado se atribuye parcialmente al desempeño del formato *Cash&Carry* con un SSS de 3,5% y al desempeño del canal *online* que logró un crecimiento del 56,0% en moneda local al cierre del trimestre. Destaca, además, la expansión de la marca Prezunic con dos nuevas aperturas durante el trimestre, totalizando en el año 5 nuevas tiendas.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 19,5% en moneda local y 16,2% en CLP vs el mismo periodo del año anterior, explicado parcialmente por una compresión del margen bruto en 72 bps, a su vez que los gastos aumentaron 9,5% en moneda local.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** reflejó una mejora con respecto al 4T22, impulsada en parte por mejores niveles de morosidad de la cartera.



**Venta
Same Store
C&C**

+3,5%
(% en ML)



Venta online

+56,0%
(% en ML)

¹ Para mayor detalle de Cencosud Brasil ver *Press Release* en la siguiente página: <https://ri.cencosud.com.br/>.

8.7 Perú

Destacados del trimestre:

- El margen EBITDA Ajustado **alcanzó el 12,6% (+206 bps a/a)**, completando el **10° trimestre consecutivo** con rentabilidad de doble dígito
- Cencosud Perú fue reconocido por **3^{er} año consecutivo como el mejor retailer del país** por parte de los proveedores en los Premios *Advantage* 2023

	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	316.706	7,2%	321.494	7,5%	-1,5%	-2,5%
Centros Comerciales	6.759	0,2%	6.406	0,1%	5,5%	4,5%
Otros	252	0,0%	140	0,0%	79,6%	78,1%
Ingresos	323.717	7,3%	328.040	7,6%	-1,3%	-2,3%
EBITDA Ajustado						
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Aj.	40.844	12,6%	34.618	10,6%	18,0%	16,9%

Supermercados

Los **ingresos** disminuyeron 2,5% en moneda local y de 1,5% en CLP comparado con el 4T22. Destaca el formato Cash & Carry que crece 3,4% en SSS alcanzando una participación de doble dígito en ingresos. Las ventas del canal *online* aumentaron 1,7% en moneda local, impulsadas por el servicio de suscripción Wong Prime, cuyo **número de suscriptores creció 19,7% comparado al 3T23 y 521,7% frente a 4T22**.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó un 7,1% en moneda local y un 6,2% en CLP frente al mismo trimestre de 2022. A pesar de ello, se sostiene un margen EBITDA de doble dígito por eficiencias en gastos logísticos y automatización de procesos, parcialmente contrarrestados por un incremento en los gastos de mantenimiento.

Centros Comerciales

En el 4T23, se observó un incremento en los **ingresos** del 4,5% en moneda local y del 5,5% en CLP respecto al año anterior, atribuido al aumento en la tasa de ocupación de los Centros Comerciales e impulsado por el Centro Comercial de Arequipa. En diciembre 2023, se inauguró el nuevo Centro Comercial La Molina, con una inversión que alcanzó los US\$100 millones.

El **EBITDA Ajustado** aumentó un 3,3% en moneda local y 4,4% en CLP, en línea con la mejora en ingresos, y el margen EBITDA alcanzó 84,5% sobre ventas.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** del 4T23 experimentó una mejora frente al año anterior explicado principalmente por la reducción de castigos de la cartera de clientes.



Venta Same Store C&C
+3,4%



Venta online
+1,7%
(% en ML)

8.8 Colombia

Destacados del trimestre:

- **Venta de categorías Food de Marcas Propias** creció **2,2%** a/a, expandiendo su penetración **60 bps a/a**
- Los **suscriptores a Jumbo Prime** aumentaron un **57,2%** desde diciembre de 2022

INGRESOS	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	Δ %	ML Δ %
Supermercado	247.175	5,6%	225.009	5,2%	9,9%	-5,7%
Centros Comerciales	2.582	0,1%	2.140	0,0%	20,6%	4,2%
Mejoramiento del Hogar	21.632	0,5%	21.468	0,5%	0,8%	-12,9%
Servicios Financieros	-698	0,0%	761	0,0%	N.A.	N.A.
Otros	-791	0,0%	-674	0,0%	17,4%	0,7%
Ingresos	269.900	6,1%	248.705	5,8%	8,5%	-6,8%

EBITDA Ajustado	4T23		4T22		% vs 2022	
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Aj.	3.972	1,5%	16.860	6,8%	-76,4%	-80,0%

Supermercados

Los **ingresos** disminuyeron un -5,7% en COP y se incrementaron en 9,9% en CLP. Lo anterior, atribuido principalmente a la reducción en las ventas a/a de las categorías *Non-Food*.

El **EBITDA Ajustado** registró una disminución del 45,3% en COP y del 35,5% en CLP a/a, como resultado de la caída de los ingresos, una mayor actividad promocional y el incremento en los gastos asociados a inflación.

Mejoramiento del Hogar

Durante el trimestre, se registró una disminución de los **ingresos** del -12,9% en COP y un incremento de 0,8% en CLP a/a, producto de una contracción general de la economía. No obstante, se observó un incremento de las ventas del canal *online* producto del relanzamiento de la página web y de la nueva app.

El **EBITDA Ajustado** decreció en COP y en CLP, atribuible a la disminución de ingresos, una mayor actividad promocional, así como al incremento de gastos vinculados a la inflación.

Centros Comerciales

El negocio registró un crecimiento del 4,2% en **ingresos** en moneda local y del 20,6% en CLP comparado con el mismo periodo del año anterior. Este desempeño es resultado de la indexación de los cobros fijos a la inflación, contrarrestada por un menor cobro variable por la contracción de las ventas de los locatarios.

El **EBITDA Ajustado** tuvo una disminución de 8,2% en COP y un incremento de 6,2% en CLP, traduciéndose en una compresión del margen EBITDA, debido a un aumento en los costos de servicios básicos y gastos asociados a inflación.

Servicios Financieros

La desmejora de los resultados frente a 4T22 refleja una alta tasa de fondeo y mayores provisiones de cartera, a su vez que se registró una desaceleración de la demanda por créditos.

9. Balance Consolidado ⁽¹²⁾ ⁽¹³⁾

9.1 Balance Total y Por País

	Reportado			Excl. NIC 29		
	DIC 23	DIC 22	%	DIC 23	DIC 22	%
	CLP MM			CLP MM		
Activos Corrientes	2.976.277	3.108.157	-4,2%	2.948.619	3.074.180	-4,1%
Activos No Corrientes	10.596.845	10.232.042	3,6%	9.956.448	9.272.002	7,4%
TOTAL ACTIVOS	13.573.123	13.340.200	1,7%	12.905.068	12.346.182	4,5%
Pasivos Corrientes	3.798.928	3.753.382	1,2%	3.797.412	3.750.594	1,2%
Pasivos No Corrientes	5.496.566	5.340.601	2,9%	5.266.900	5.000.268	5,3%
TOTAL PASIVOS	9.295.495	9.093.982	2,2%	9.064.312	8.750.862	3,6%
Patrimonio de la controladora	3.670.612	3.670.812	0,0%	3.233.739	3.019.915	7,1%
Participaciones no controladoras	607.016	575.405	5,5%	607.016	575.405	5,5%
PATRIMONIO TOTAL	4.277.628	4.246.217	0,7%	3.840.755	3.595.320	6,8%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS	13.573.123	13.340.200	1,7%	12.905.068	12.346.182	4,5%

Activos

Al 31 de diciembre de 2023, el total de **Activos** experimentó un incremento de CLP 558.886 millones (excluyendo ajuste por hiperinflación de Argentina, NIC 29) en comparación con diciembre de 2022, derivado principalmente de un crecimiento en los **Activos No Corrientes** por CLP 684.446 millones, compensado parcialmente por un decrecimiento de los **Activos Corrientes** por CLP 125.560 millones.

El aumento en los **Activos No Corrientes** se atribuye al incremento de Propiedades, planta y equipo por CLP 197.194 millones frente a diciembre de 2022, mientras que Propiedades de inversión aumentaron CLP 185.945 millones, reflejando un aumento de 6,3% y 6,7% a/a. Sin embargo, este crecimiento fue parcialmente contrarrestado por una reducción de **Activos Corrientes**, específicamente en las Cuentas Comerciales por Cobrar de CLP 94.739 millones como consecuencia de un menor saldo proveniente de pago con tarjetas de crédito, junto con menores Inventarios Corrientes por CLP 93.012 millones dado el cambio de estrategia de compras regionales y la normalización de los niveles de inventario.

Pasivos

Al 31 de diciembre de 2023, el total de **Pasivos** registró un incremento de CLP 313.450 millones (excluyendo NIC 29) en comparación con diciembre de 2022, atribuido a un aumento en los **Pasivos Corrientes** por CLP 46.818 millones, así como en los **Pasivos No Corrientes** por CLP 266.632 millones.

El crecimiento en los **Pasivos Corrientes** se debe a un incremento en Otros Pasivos Financieros de CLP 102.538 millones por un aumento en las obligaciones con bancos, parcialmente compensado por una reducción de CLP 83.570 millones en Cuentas por

¹² El detalle del Balance Consolidado se encuentra en los anexos de este reporte.

¹³ Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, cifras y explicaciones excluyen efecto de la norma hiperinflacionaria Argentina.

Pagar Comerciales y Otras Cuentas por Pagar como consecuencia de una reducción de 3,1% en el saldo de cuentas por pagar.

Por otro lado, el aumento en los **Pasivos No Corrientes** se atribuye principalmente a un incremento de Pasivos por Arrendamientos por CLP 116.065 millones por la renovación de contratos de arrendamiento a largo plazo particularmente en Estados Unidos y Brasil. Además, Otros Pasivos Financieros aumentaron CLP 87.811 millones frente a diciembre de 2022.

Patrimonio

El **Patrimonio** se incrementó en CLP 245.436 millones, debido a un impacto menos negativo por menor nivel de Otras Reservas por CLP 283.723 millones.

9.2 Ratios de Capital de Trabajo ⁽¹⁴⁾

Variación en CLP	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	4T23	4T22	Δ	4T23	4T22	Δ	4T23	4T22	Δ
Supermercados	38,9	41,0	-2,1	10,5	11,1	-0,6	43,0	48,0	-5,0
Mejoramiento del Hogar	82,5	95,5	-13,0	16,8	15,3	1,6	51,0	53,0	-2,0
Tiendas por Departamento	90,5	93,5	-3,0	12,8	6,6	6,2	48,0	48,0	0,0
Centros Comerciales	-	-	-	29,4	46,2	-16,7	30,0	30,0	0,0
Retail Financiero	-	-	-	-	-	-	30,0	37,0	-7,0

Días de Inventario

Supermercados logró reducir su inventario en 2,1 días, a raíz de una disminución en Argentina y Chile. En Mejoramiento del Hogar, se registró una reducción de -13,0 días, impulsada por el menor inventario contable en Argentina al cierre de diciembre de 2023, lo cual fue impactado por la devaluación de la moneda argentina. Tiendas por Departamento mostró una disminución de 3,0 días, resultado de la implementación de una política de compras más conservadora, orientada a la gestión eficiente del inventario.

Días Promedio de Cobro

A diciembre de 2023, los días promedio de cobro de Supermercados se mantuvieron estables, llegando a los 10,5 días promedio. Mejoramiento del Hogar aumentó sus días en 1,6 respecto a diciembre de 2022, explicado por el incremento de días promedio de cobro en Colombia. Lo anterior se debe a menores ingresos percibidos, a su vez que aumentaron las cuentas por cobrar. Tiendas por Departamento tuvo un incremento de 6,2 días. Centros Comerciales disminuyó sus días de cobro en 16,7 días, reflejando la recuperación financiera post-pandemia de los locatarios.

Días Promedio de Pago

A diciembre de 2023, los días promedio de pago en el segmento de Supermercados se redujeron en 5,0 días, siendo esta reducción impulsada principalmente por Brasil y Perú. En tanto, Mejoramiento del Hogar registró una disminución de 2 días promedio, mientras Tiendas por Departamento se mantuvo sin variación frente a 2022. Servicios Financieros logró reducir sus días promedio de pago en 7,0 días durante el mismo período.

¹⁴ Las cifras del estado de resultados son trasladadas a CLP a tipo de cambio promedio mensual y las cifras del balance a tipo de cambio de cierre. Por lo tanto, las fluctuaciones de los ratios incorporan efectos de fluctuaciones de tipo de cambio vs CLP. Las explicaciones de los ratios del capital de trabajo no incorporan el efecto contable de hiperinflación de Argentina.

9.3 Endeudamiento Financiero

Reconciliación Deuda Financiera Neta

CLP millones	dic-23	dic-22
Total Pasivos Financieros	4.210.293	4.019.944
(-) efectivo y equivalentes al efectivo	429.052	373.700
(-) otros activos financieros, corrientes y no corrientes	495.740	444.443
Deuda Financiera Neta	3.285.501	3.201.801
(+) Total pasivos por arrendamientos	1.279.410	1.160.047
Deuda Financiera Neta reportada	4.564.911	4.361.848

Riesgo por Tasa de Interés

Al cierre de 2023, y tomando en cuenta las coberturas implementadas a través de *Cross Currency Swaps*, el 74,4% 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 83,6% 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 2023, el 64,7% de la deuda financiera total estaba en dólares estadounidenses. De esta deuda, un 93,1% estaba cubierta mediante *Cross Currency Swaps* u otras coberturas cambiarias, como la cobertura de inversión neta y la tenencia en US\$. 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 se redujo al 4,5% de la deuda bruta total al 31 de diciembre de 2023.

9.4 Ratios Financieros ⁽¹⁵⁾

Leverage Neto y Bruto

	dic-23	dic-22
Deuda Financiera Neta reportada (CLP millones)	4.564.911	4.361.848
Leverage Neto	3,3x	2,7x
Leverage Bruto	3,9x	3,2x
Sin NIC 29		
Leverage Neto	2,8x	2,6x
Leverage Bruto	3,4x	3,1x
Sin NIC 29 & Sin PUT OPTION de TFM		
Leverage Neto	2,6x	2,4x
Leverage Bruto	3,2x	2,9x

Ratios Endeudamiento

(en veces)	dic-23	dic-22
Cobertura de Gastos Financieros	4,8	6,5
Deuda Financiera / Patrimonio	0,8	0,8
Total Pasivos / Patrimonio	2,2	2,1
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	0,8	0,8



¹⁵ Los índices financieros se presentan exclusivamente para propósitos informativos y no constituyen *covenants* financieros vinculados a los contratos de deuda y bonos. Las relaciones detalladas anteriormente excluyen los activos y pasivos derivados de las operaciones bancarias de Cencosud. Tales índices toman en cuenta la hiperinflación de Argentina conforme a la normativa contable NIC 29, a menos que se indique lo contrario.

10. Flujo de Efectivo ⁽¹⁶⁾

10.1 Acumulado a diciembre 2023 y 2022

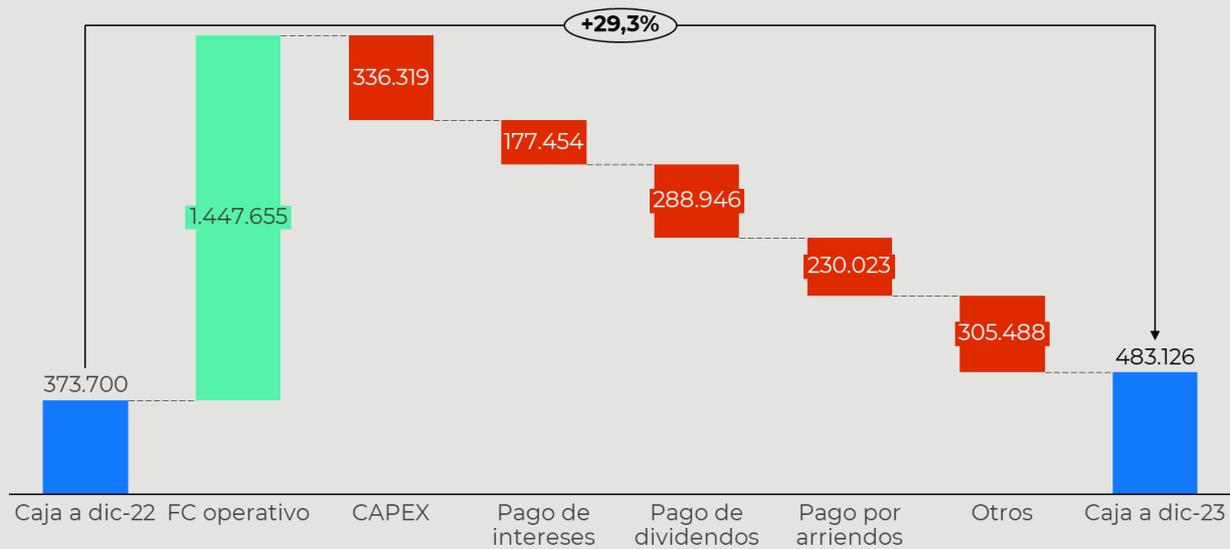
Año 2023 CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	TOTAL
Supermercados	1.440.801	-205.022	-1.172.108	63.671
Centros Comerciales	242.342	-69.489	-182.231	-9.378
Mejoramiento del Hogar	325.723	-142.300	-147.136	36.288
Tiendas por Departamento	31.640	-30.035	-1.456	150
Servicios Financieros	43.147	-30	-43.117	0
Otros	-484.137	3.599	521.153	40.615
Excl. NIC 29	1.599.517	-443.276	-1.024.895	131.345
Ajuste NIC 29				
Ajuste Inflación	173.051	-31.806	-49.373	91.872
Ajuste Conversión	-324.912	107.567	79.336	-138.010
Reportado	1.447.655	-367.516	-994.932	85.208

Año 2022 CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento	Consolidado
Supermercados	1.215.393	-174.529	-1.001.581	39.283
Centros Comerciales	248.828	-37.125	-215.709	-4.006
Mejoramiento del Hogar	221.801	-98.754	-139.728	-16.680
Tiendas por Departamento	-33.046	-26.681	59.740	14
Servicios Financieros	20.868	-97	-20.691	80
Otros	-480.340	-374.207	440.239	-414.308
Excl. NIC 29	1.193.505	-711.393	-877.730	-395.617
Ajuste NIC 29				
Ajuste Inflación	92.635	-43.545	-28.566	20.524
Ajuste Conversión	-135.563	54.368	34.886	-46.309
Reportado	1.150.577	-700.570	-871.410	-421.403

¹⁶ Las explicaciones del flujo de efectivo no consideran el efecto contable de hiperinflación en Argentina.



Desempeño Flujo de Efectivo a diciembre 2023 (CLP MM)



Actividades de Operación

A diciembre de 2023, se registró un mayor flujo procedente de actividades de operación en relación con el mismo periodo del 2022, alcanzando CLP 1.599.517 millones (excluyendo NIC 29), comparado con los CLP 1.193.505 millones en 2022. Este incremento se explica principalmente por un menores Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios asociado a una estrategia de compra más acotada y a los esfuerzos por normalizar los niveles de inventario.

Actividades de Inversión

Las actividades de inversión fueron menores en 2023 al registrar un flujo de caja de CLP -443.276 millones a diciembre de 2023 (excluyendo NIC 29), comparado con los CLP -711.393 millones en 2022. Lo anterior se explica por un mayor flujo de inversión en 2022 asociado a las adquisiciones de The Fresh Market y GIGA Atacado. En 2023 el *Capex* fue de CLP 336.319 millones.

Actividades de Financiamiento

El flujo neto destinado a las actividades de financiamiento ascendió a CLP -1.024.895 millones a diciembre de 2023 (excluyendo NIC 29), mientras que en 2022 se registró un flujo neto de CLP -877.730 millones. Este resultado se debe a la reducción de los Importes procedentes de préstamos de largo plazo, producto de la deuda adquirida a raíz de las adquisiciones de TFM y GIGA Atacado.



11. 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 2022.



Anexo de Resultados

Cuarto Trimestre 2023





Índice

(Índice Navegable)

Información Financiera	29
Detalle Estado de Resultados Consolidado	29
Detalle Cálculo EBITDA Ajustado	30
Detalle Balance Consolidado.....	32
Detalle Flujo de Efectivo Consolidado	33
Desempeño por Negocio.....	35
Supermercado y Otros.....	35
Mejoramiento del Hogar	38
Tiendas por Departamento	39
Centros Comerciales	40
Servicios Financieros.....	42
Indicadores Macroeconómicos.....	44
Tipo de Cambio	44
Inflación Total y de Alimentos.....	44
Glosario.....	45

Detalle Estado de Resultados Consolidado

Cuarto Trimestre 2023

millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-23)		NIC 29 (dic-22)		Excl. NIC 29		
	4T23	4T22	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T23	4T22	Δ %
Ingresos	3.299.029	3.922.301	-15,9%	955.163	-2.080.870	354.152	-734.309	4.424.735	4.302.458	2,8%
Costo de Ventas	-2.355.742	-2.801.588	-15,9%	-670.681	1.337.327	-249.842	479.652	-3.022.389	-3.031.398	-0,3%
Ganancia Bruta	943.287	1.120.714	-15,8%	284.483	-743.543	104.310	-254.657	1.402.347	1.271.061	10,3%
Margen Bruto	28,6%	28,6%	2 bps	29,8%	35,7%	29,5%	34,7%	31,7%	29,5%	215 bps
Gasto de Administración y Ventas	-701.901	-804.477	-12,8%	-270.592	561.012	-106.007	198.119	-992.320	-896.589	10,7%
Otros ingresos, por función	36.465	42.189	-13,6%	242	2.005	59	7.067	34.218	35.063	-2,4%
Otras ganancias (pérdidas)	1.879	333	463,9%	4.467	3.267	1.348	1.291	-5.855	-2.306	153,9%
Resultado Operacional	279.729	358.759	-22,0%	18.600	-177.260	-290	-48.181	438.389	407.229	7,7%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	3.258	-8.920	N.A.	-	-	-	-	3.258	-8.920	N.A.
Costo Financiero Neto	-71.556	-82.050	-12,8%	46.765	-34.609	31.314	-10.513	-83.712	-102.851	-18,6%
Variaciones tipo de cambio	10.759	11.578	-7,1%	-3.867	4.710	-330	1.787	9.917	10.121	-2,0%
Resultado por Unidades de Reajuste	-93.646	-56.450	65,9%	-116.153	44.776	-37.042	11.857	-22.269	-31.265	-28,8%
Resultado No Operacional	-151.185	-135.843	11,3%	-73.255	14.876	-6.059	3.130	-92.806	-132.915	-30,2%
Resultado antes de impuestos	128.544	222.915	-42,3%	-54.655	-162.384	-6.349	-45.050	345.583	274.315	26,0%
Impuesto a la renta	-20.185	-52.589	-61,6%	-114.405	65.395	-54.226	24.924	28.826	-23.287	N.A.
Utilidad (pérdida)	108.359	170.326	-36,4%	-169.061	-96.989	-60.575	-20.126	374.409	251.028	49,2%
Utilidad (pérdida) de la controladora	83.277	143.575	-42,0%	-169.075	-96.989	-60.558	-20.126	349.341	224.259	55,8%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	25.082	26.751	-6,2%	14	-	-17	-	25.068	26.768	-6,4%
EBITDA Ajustado	357.439	429.458	-16,8%	44.266	-210.455	14.729	-66.944	523.628	481.673	8,7%
Margen EBITDA Ajustado (%)	10,8%	10,9%	-11 bps	4,6%	10,1%	4,2%	9,1%	11,8%	11,2%	64 bps

millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-23)		NIC 29 (dic-22)		Excl. NIC 29		
	4T23	4T22	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T23	4T22	Δ %
Revaluación de Activos	26.825	31.339	-14,4%	-	2.760	-	7.300	24.065	24.039	0,1%
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-7.907	-6.925	14,2%	-	-966	-	-2.555	-6.941	-4.370	58,8%
Efecto neto Revaluación Activos	18.918	24.414	-22,5%	-	1.794	-	4.745	17.124	19.669	-12,9%



Acumulado 2023

millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-23)		NIC 29 (dic-22)		Excl. NIC 29		
	12M23	12M22	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M23	12M22	Δ %
Ingresos	14.230.642	14.202.098	0,2%	1.622.067	-2.621.806	844.832	-926.233	15.230.381	14.283.499	6,6%
Costo de Ventas	-10.069.297	-10.129.993	-0,6%	-1.210.549	1.691.716	-649.598	603.194	-10.550.464	-10.083.589	4,6%
Ganancia Bruta	4.161.345	4.072.105	2,2%	411.518	-930.091	195.234	-323.039	4.679.917	4.199.910	11,4%
Margen Bruto	29,2%	28,7%	57 bps	25,4%	35,5%	23,1%	34,9%	30,7%	29,4%	132 bps
Gasto de Administración y Ventas	-3.226.792	-2.996.339	7,7%	-469.080	702.693	-259.847	249.707	-3.460.406	-2.986.198	15,9%
Otros ingresos, por función	67.482	47.534	42,0%	483	12.115	347	9.138	54.885	38.049	44,3%
Otras ganancias (pérdidas)	-3.009	-381	690,3%	11.499	2.879	1.963	1.306	-17.388	-3.649	376,5%
Resultado Operacional	999.026	1.122.919	-11,0%	-45.579	-212.403	-62.303	-62.889	1.257.009	1.248.111	0,7%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	-8.279	8.640	-195,8%	-	-	-	-	-8.279	8.640	N.A.
Costo Financiero Neto	-288.681	-227.008	27,2%	81.845	-33.463	92.146	-10.131	-337.064	-309.023	9,1%
Variaciones tipo de cambio	-49.638	-61.065	-18,7%	-5.132	4.994	-2.078	2.278	-49.500	-61.266	-19,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	-139.044	-201.552	-31,0%	-113.372	38.235	-63.927	15.324	-63.907	-152.949	-58,2%
Resultado No Operacional	-485.642	-480.985	1,0%	-36.658	9.767	26.141	7.471	-458.750	-514.598	-10,9%
Resultado antes de impuestos	513.385	641.933	-20,0%	-82.238	-202.637	-36.161	-55.419	798.259	733.513	8,8%
Impuesto a la renta	-221.172	-237.185	-6,8%	-327.538	81.450	-217.019	28.446	24.916	-48.612	N.A.
Utilidad (pérdida)	292.213	404.748	-27,8%	-409.776	-121.187	-253.180	-26.973	823.175	684.901	20,2%
Utilidad (pérdida) de la controladora	220.280	338.929	-35,0%	-409.812	-121.187	-253.098	-26.973	751.279	619.000	21,4%
Utilidad (pérdida) de minoritarias	71.933	65.819	9,3%	37	-	-83	-	71.896	65.901	9,1%
EBITDA Ajustado	1.382.242	1.481.592	-6,7%	12.403	-264.209	-18.412	-86.857	1.634.048	1.586.861	3,0%
Margen EBITDA Ajustado (%)	9,7%	10,4%	-72 bps	0,8%	10,1%	-2,2%	9,4%	10,7%	11,1%	-38 bps

millones de CLP	Reportado			NIC 29 (dic-23)		NIC 29 (dic-22)		Excl. NIC 29		
	12M23	12M22	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M23	12M22	Δ %
Revaluación de Activos	36.515	13.604	168,4%	-	13.099	-	9.491	23.416	4.113	469,3%
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-9.439	-467	1919,8%	-	-4.585	-	-3.322	-4.854	2.855	-270,1%
Efecto neto Revaluación Activos	27.076	13.137	106,1%	-	8.514	-	6.169	18.562	6.967	166,4%

Detalle Cálculo EBITDA Ajustado

Millones de CLP	4T23	4T22	%	12M23	12M22	%
Ganancia (pérdida)	374.409	251.028	49,2%	823.175	684.901	20,2%
Costo financiero neto	83.712	102.851	-18,6%	337.064	309.023	9,1%
Resultado unidades de indexación	22.269	31.265	-28,8%	63.907	152.949	-58,2%
Variaciones tipo de cambio	-9.917	-10.121	-2,0%	49.500	61.266	-19,2%
Impuesto a la renta	-28.826	23.287	N.A.	-24.916	48.612	N.A.
Depreciación y Amortización	106.046	107.403	-1,3%	408.734	334.223	22,3%
Revaluación de activos	-24.065	-24.039	0,1%	-23.416	-4.113	469,3%
EBITDA Ajustado	523.628	481.673	8,7%	1.634.048	1.586.861	3,0%

Por Unidad de Negocio

4T23	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Resultado neto	287.794	61.605	112.101	11.819	25.306	-124.217	374.409
Costo financiero neto	-	-	-	-	-	83.712	83.712
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	-28.826	-28.826
EBIT	287.794	61.605	112.101	11.819	25.306	-69.330	429.295
Depreciación y Amortización	79.077	7.460	4.531	8.688	69	6.221	106.046
EBITDA	366.871	69.064	116.632	20.507	25.376	-63.109	535.341
Variaciones tipo de cambio	-	-	-	-	-	-9.917	-9.917
Revaluación de activos	-	3.625	-	-	-	-27.689	-24.065
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	22.269	22.269
EBITDA Ajustado	366.871	72.689	116.632	20.507	25.376	-78.447	523.628

4T22	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Resultado neto	276.827	73.263	76.383	8.290	6.507	-190.241	251.028
Costo financiero neto	-	-	-	-	-	102.851	102.851
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	23.287	23.287
EBIT	276.827	73.263	76.383	8.290	6.507	-64.103	377.165
Depreciación y Amortización	88.597	-896	6.248	9.694	22	3.738	107.403
EBITDA	365.424	72.367	82.631	17.983	6.529	-60.365	484.569
Variaciones tipo de cambio	-	-	-	-	-	-10.121	-10.121
Revaluación de activos	-0	-6.409	-	-	-	-17.631	-24.039
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	31.265	31.265
EBITDA Ajustado	365.424	65.959	82.631	17.983	6.529	-56.852	481.673

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
EBIT	928.458	238.659	273.378	-11.617	66.771	-360.326	1.135.323
Depreciación y Amortización	300.693	17.225	21.330	38.670	163	30.653	408.734
EBITDA	1.229.151	255.884	294.708	27.053	66.935	-329.673	1.544.058
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
EBITDA Ajustado	1.229.151	259.580	294.708	27.053	66.935	-243.379	1.634.048

12M22	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado neto	879.593	204.981	257.372	19.810	75.516	-752.371	684.901
Costo financiero neto	-	-	-	-	-	309.023	309.023
Impuesto a la renta	-	-	-	-	-	48.612	48.612
EBIT	879.593	204.981	257.372	19.810	75.516	-394.735	1.042.537
Depreciación y Amortización	252.400	4.627	24.776	38.035	99	14.286	334.223
EBITDA	1.131.993	209.609	282.147	57.845	75.615	-380.449	1.376.760
Variaciones tipo de cambio	-	-	-	-	-	61.266	61.266
Revaluación de activos	0	13.153	-	-	-	-17.265	-4.113
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	152.949	152.949
EBITDA Ajustado	1.131.993	222.761	282.147	57.845	75.615	-183.500	1.586.861

Detalle Balance Consolidado

Activos	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	DIC 23	DIC 22	DIC 23	DIC 22	DIC 23	DIC 22
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Efectivo y equivalentes al efectivo	483.126	373.700	-	-	483.126	373.700
Otros activos financieros corrientes	211.081	253.847	-	-	211.081	253.847
Otros activos no financieros corrientes	32.699	28.340	363	509	32.336	27.831
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	701.683	796.423	-	-	701.683	796.423
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	12.630	19.278	-	-	12.630	19.278
Inventarios corrientes	1.411.221	1.510.407	27.295	33.468	1.383.926	1.476.938
Activos por impuestos corrientes, corrientes	123.837	126.163	-	-	123.837	126.163
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	2.976.277	3.108.157	27.658	33.978	2.948.619	3.074.180
Otros activos financieros no corrientes	230.585	190.596	-	-	230.585	190.596
Otros activos no financieros no corrientes	26.479	25.274	861	1.476	25.618	23.798
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar no corrientes	157	1.209	-	-	157	1.209
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la	334.657	319.948	-	-	334.657	319.948
Activos intangibles distintos de la plusvalía	774.004	705.124	6.412	10.023	767.592	695.101
Plusvalía	1.873.590	1.705.629	8.313	11.716	1.865.277	1.693.914
Propiedades, planta y equipo	3.743.123	3.723.012	394.220	571.303	3.348.903	3.151.709
Propiedad de inversión	3.188.928	3.137.916	230.591	365.523	2.958.337	2.772.392
Activos por impuestos corrientes, no corrientes	68.773	96.668	-	-	68.773	96.668
Activos por impuestos diferidos	356.550	326.667	-	-	356.550	326.667
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	10.596.845	10.232.042	640.397	960.040	9.956.448	9.272.002
TOTAL ACTIVOS	13.573.123	13.340.200	668.055	994.018	12.905.068	12.346.182

Pasivos y Patrimonio	Reportado		IAS29		Excl. NIC 29	
	DIC 23	DIC 22	DIC 23	DIC 22	DIC 23	DIC 22
	MM CLP		MM CLP		MM CLP	
Otros pasivos financieros corrientes	505.461	402.923	-	-	505.461	402.923
Pasivos por arrendamientos, corrientes	180.835	177.536	-	-	180.835	177.536
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	2.653.580	2.738.422	1.516	2.787	2.652.064	2.735.634
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	16.517	14.616	-	-	16.517	14.616
Otras provisiones corrientes	16.827	15.859	-	-	16.827	15.859
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	48.325	37.867	-	-	48.325	37.867
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	136.878	140.670	-	-	136.878	140.670
Otros pasivos no financieros corrientes	240.506	225.489	-	-	240.506	225.489
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	3.798.928	3.753.382	1.516	2.787	3.797.412	3.750.594
Otros pasivos financieros no corrientes	3.704.832	3.617.021	-	-	3.704.832	3.617.021
Pasivos por arrendamientos no corrientes	1.098.576	982.511	-	-	1.098.576	982.511
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar no corrientes	3.402	1.361	-	-	3.402	1.361
Otras provisiones no corrientes	48.070	51.104	7.415	4.861	40.655	46.244
Pasivo por impuestos diferidos	558.351	617.679	222.251	335.472	336.100	282.207
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	3.263	0	-	-	3.263	0
Pasivos por impuestos corrientes, no corrientes	4.046	6.273	-	-	4.046	6.273
Otros pasivos no financieros no corrientes	76.027	64.652	-	-	76.027	64.652
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5.496.566	5.340.601	229.666	340.333	5.266.900	5.000.268
TOTAL PASIVOS	9.295.495	9.093.982	231.183	343.120	9.064.312	8.750.862

Capital emitido	2.380.289	2.422.050	-	-	2.380.289	2.422.050
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.078.932	2.154.836	-160.589	-158.249	2.239.521	2.313.085
Prima de emisión	459.360	459.834	-	-	459.360	459.834
Acciones propias en cartera	-37.607	-83.508	-	-	-37.607	-83.508
Otras reservas	-1.210.362	-1.282.400	597.461	809.147	-1.807.824	-2.091.547
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controlador	3.670.612	3.670.812	436.872	650.898	3.233.739	3.019.915
Participaciones no controladoras	607.016	575.405	-	-	607.016	575.405
TOTAL PATRIMONIO	4.277.628	4.246.217	436.872	650.898	3.840.755	3.595.320
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	13.573.123	13.340.200	668.055	994.018	12.905.068	12.346.182

Balance por País

	Total Activos			Total Pasivos			Total Patrimonio		
	DIC 23	DIC 22	%	DIC 23	DIC 22	%	DIC 23	DIC 22	%
Chile	6.252.839	6.168.247	1,4%	6.040.852	5.677.809	6,4%	1.070.493	1.050.675	1,9%
Argentina	1.258.289	1.843.240	-31,7%	529.864	832.157	-36,3%	811.164	1.076.108	-24,6%
EEUU	1.642.908	1.535.282	7,0%	986.441	1.173.947	-16,0%	49.435	38.716	27,7%
Brasil	1.395.716	1.179.426	18,3%	1.033.969	758.232	36,4%	353.279	413.756	-14,6%
Perú	1.479.874	1.405.441	5,3%	428.865	434.260	-1,2%	877.362	819.375	7,1%
Colombia	1.472.538	1.174.037	25,4%	267.824	215.975	24,0%	1.085.157	848.171	27,9%
Uruguay	70.959	34.527	105,5%	7.679	1.602	379,3%	30.738	-584	N.A.
Total	13.573.123	13.340.200	1,7%	9.295.495	9.093.982	2,2%	4.277.628	4.246.217	0,7%
NIC 29	668.055	994.018	-32,8%	231.183	343.120	-32,6%	436.872	650.898	-9,7%
Excl. NIC 29	12.905.068	12.346.182	4,5%	9.064.312	8.750.862	3,6%	3.840.755	3.595.320	6,8%

Detalle Flujo de Efectivo Consolidado

Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	Dic 23	Dic 22	Var %
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	16.284.598	16.551.924	-1,6%
Otros cobros por actividades de operación	36.522	40.720	-10,3%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-12.288.776	-12.835.001	-4,3%
Pagos a y por cuenta de los empleados	-1.683.712	-1.570.816	7,2%
Otros pagos por actividades de operación	-699.390	-715.114	-2,2%
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	-206.430	-326.726	-36,8%
Otras entradas (salidas) de efectivo	4.843	5.591	-13,4%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	1.447.655	1.150.577	25,8%

Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	Dic 23	Dic 22	Var %
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	-660.585	N.A.
Importes procedentes de venta de propiedades, planta y equipo	3.293	14.732	0,0%
Compras de propiedades, planta y equipo	-273.551	-292.786	-6,6%
Compras de activos intangibles	-62.768	-67.660	-7,2%
Dividendos recibidos	9.833	16.640	-40,9%
Intereses recibidos	51.322	42.948	19,5%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-41.572	246.141	N.A.
Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	-313.442	-700.570	-55,3%

Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	Dic 23	Dic 22	Var %
Pagos por rescatar o adquirir acciones de la entidad	-	-36.973	N.A.
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	1.074	612.870	-99,8%
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	1.078.326	609.758	76,8%
Reembolsos de préstamos	-1.291.826	-1.188.467	8,7%
Pagos de pasivos por arrendamientos	-230.023	-195.366	17,7%
Dividendos pagados	-288.946	-359.476	-19,6%
Intereses pagados	-177.454	-131.932	34,5%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-86.083	-181.825	-52,7%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	-994.932	-871.410	14,2%
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	139.281	-421.403	N.A.
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	-29.856	-11.607	157,2%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	109.425	-433.010	N.A.
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	373.700	806.710	-53,7%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	483.126	373.700	29,3%

Aperturas y Cierres 2023 por País

12M23	Aperturas		Transformaciones		Remodelaciones	Cierres	
	#	M ²	#	M ²	#	#	M ²
Chile	31	15.537	0	0	68	3	11.154
Argentina	1	450	1	1.655	5	0	0
EEUU	2	4.572	0	0	90	1	1.925
Brasil	8	4.913	8	20.360	6	6	6.796
Perú	0	0	1	3.218	12	1	1.301
Colombia	2	2.520	0	0	3	1	148
Total	44	27.992	10	25.232	184	12	21.324

2.

Desempeño por Negocio

Supermercado y Otros

Estado de Resultados

Supermercado	4T23	4T22	Var. vs 2022		12M23	12M22	Var. vs 2022	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	1.289.889	1.289.767	0,0%	0,0%	4.825.908	4.636.023	4,1%	4,1%
Argentina	599.401	509.457	17,7%	200,7%	1.903.320	1.755.819	8,4%	149,1%
EEUU	500.859	523.141	-4,3%	-2,4%	1.695.296	949.962	78,5%	95,1%
Brasil	484.623	462.354	4,8%	0,8%	1.686.065	1.562.788	7,9%	8,7%
Perú	316.706	321.494	-1,5%	-2,5%	1.112.039	1.111.925	0,0%	1,4%
Colombia	247.175	225.009	9,9%	-5,7%	797.989	849.937	-6,1%	-1,9%
Ingresos	3.438.652	3.331.222	3,2%	N.A.	12.020.617	10.866.454	10,6%	N.A.
Chile	351.041	340.628	3,1%	3,1%	1.308.549	1.241.160	5,4%	5,4%
Argentina	204.191	144.477	41,3%	265,1%	617.979	528.117	17,0%	173,1%
EEUU	187.401	194.186	-3,5%	-1,7%	629.863	347.334	81,3%	98,1%
Brasil	98.388	97.293	1,1%	-2,7%	349.109	336.532	3,7%	4,6%
Perú	76.710	77.565	-1,1%	-2,1%	267.160	265.732	0,5%	2,0%
Colombia	47.755	46.794	2,1%	-12,6%	164.213	179.412	-8,5%	-3,9%
Resultado Bruto	965.487	900.944	7,2%	N.A.	3.336.873	2.898.286	15,1%	N.A.
GAV	-680.826	-628.262	8,4%	N.A.	-2.419.198	-2.031.734	19,1%	N.A.
Res. Operacional	287.906	276.827	4,0%	N.A.	929.176	879.472	5,7%	N.A.
EBITDA Ajustado	366.871	365.424	0,4%	N.A.	1.229.151	1.131.993	8,6%	N.A.
Mg EBITDA Ajustado	10,7%	11,0%	-30 bps		10,2%	10,4%	-19 bps	

Datos Operacionales

Super / Hiper	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	251	251	66,5%	66,5%	621.224	621.212
Argentina	272	272	54,8%	54,8%	421.038	417.719
EEUU	161	160	100,0%	100,0%	317.948	314.438
Brasil	158	162	93,0%	93,2%	366.054	394.941
Perú	72	74	59,7%	59,5%	215.122	230.948
Colombia	80	78	18,8%	16,7%	360.566	358.362
Total	994	997	68,6%	68,6%	2.301.952	2.337.620

Cash&Carry	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Brasil	57	49	91,2%	89,8%	184.563	164.203
Perú	18	17	27,8%	29,4%	43.629	40.411
Total	75	66	76,0%	74,2%	228.192	204.614

Conveniencia	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	34	7	97,1%	85,7%	5.913	1.268
Argentina	3	3	0,0%	0,0%	422	422
Brasil	9	7	100,0%	100,0%	1.092	947
Perú	1	1	100,0%	100,0%	129	129
Colombia	13	14	100,0%	100,0%	1.776	1.925
Total	60	32	93,3%	87,5%	9.332	4.691

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Otros						
Brasil	149	154	94,6%	94,8%	17.863	19.620
Colombia	37	37	8,1%	8,1%	18.490	18.490
Total	186	191	77,4%	78,0%	36.353	38.110

Same Store Sales

Total Supermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	-0,5%	6,6%	2,5%	12,8%	-3,0%	-5,5%
Argentina	201,7%	91,8%	13,8%	4,7%	165,2%	83,2%
EEUU	1,2%	1,7%	0,2%	-1,6%	1,0%	3,3%
Brasil	-2,6%	6,0%	-2,2%	2,2%	-0,4%	3,7%
Perú	-2,5%	3,6%	6,4%	8,9%	-8,3%	-4,9%
Colombia	-7,9%	2,4%	-36,7%	-3,2%	45,5%	5,7%

Supermercado/ Hipermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	-0,5%	6,6%	2,5%	12,8%	-2,9%	-5,5%
Argentina	201,7%	91,8%	13,8%	4,6%	165,2%	83,3%
EEUU	1,2%	1,7%	0,2%	-1,6%	1,0%	3,3%
Brasil	-6,0%	4,6%	-3,3%	2,8%	-2,8%	1,8%
Perú	-3,4%	3,5%	6,4%	9,2%	-9,2%	-5,2%
Colombia	-7,9%	2,3%	-36,7%	-3,3%	45,5%	5,8%

Cash&Carry	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Brasil	3,5%	8,9%	0,5%	0,3%	3,0%	8,6%
Perú	3,4%	4,3%	5,5%	5,0%	-1,9%	-0,6%

Conveniencia	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	7,1%	95,7%	27,2%	26,9%	-15,8%	54,2%
Argentina	185,8%	242,1%	13,3%	352,1%	152,2%	-24,3%
Brasil	32,1%	N.A.	42,3%	N.A.	-7,2%	N.A.
Perú	60,5%	N.A.	66,9%	N.A.	-3,8%	N.A.
Colombia	-8,9%	24,4%	-36,9%	0,9%	44,3%	23,3%

Otros	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Brasil	-2,4%	2,8%	10,3%	-5,2%	-11,5%	8,4%
Colombia	28,2%	-0,5%	-24,4%	-5,2%	69,6%	5,0%

Evolutivo Same Store Sales

Total Supermercado	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	3,1%	-0,5%	2,4%	5,4%	5,6%	11,7%	6,6%	9,1%	14,8%	17,4%
Argentina	149,9%	201,7%	139,3%	119,1%	105,4%	78,2%	91,8%	84,6%	66,5%	58,6%
EEUU	0,9%	1,2%	1,1%	1,3%	0,0%	1,9%	1,7%	2,1%	N.A.	N.A.
Brasil	-0,8%	-2,6%	1,1%	-2,9%	1,7%	2,7%	6,0%	0,7%	5,2%	-2,4%
Perú	1,2%	-2,5%	1,1%	3,1%	3,9%	3,4%	3,6%	-0,7%	8,0%	3,5%
Colombia	-3,8%	-7,9%	-2,0%	-5,1%	1,2%	10,2%	2,4%	6,4%	19,4%	14,1%

**Supermercado /
Hipermercado**

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	3,0%	-0,5%	2,4%	5,4%	5,6%	11,7%	6,6%	9,1%	14,8%	17,4%
Argentina	149,9%	201,7%	139,3%	119,1%	105,4%	78,2%	91,8%	84,6%	66,5%	58,6%
EEUU	0,9%	1,2%	1,1%	1,3%	0,0%	1,9%	1,7%	2,1%	N.A.	N.A.
Brasil	-3,0%	-6,0%	-1,3%	-4,6%	0,5%	0,6%	4,6%	-1,5%	3,6%	-5,3%
Perú	0,8%	-3,4%	0,9%	2,7%	3,8%	2,8%	3,5%	-1,7%	6,1%	3,6%
Colombia	-3,7%	-7,9%	-1,9%	-5,1%	1,2%	10,0%	2,3%	6,2%	19,3%	14,0%

Cash&Carry

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Brasil	3,2%	3,5%	5,1%	0,2%	4,0%	8,9%	8,9%	5,3%	12,3%	12,9%
Perú	4,1%	3,4%	2,5%	5,6%	5,0%	10,7%	4,3%	8,2%	23,9%	1,4%

Convenience

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	18,2%	7,1%	3,3%	48,9%	47,9%	84,8%	95,7%	75,7%	70,8%	N.A.
Argentina	184,2%	185,8%	207,6%	110,6%	271,9%	242,1%	242,1%	N.A.	N.A.	N.A.
Brasil	61,1%	32,1%	85,7%	122,7%	N.A.	0,0%	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Perú	69,6%	60,5%	80,3%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Colombia	-5,9%	-8,9%	-12,2%	-5,1%	3,7%	42,7%	24,4%	50,6%	58,1%	37,1%

Otros

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Brasil	-3,8%	-2,4%	0,3%	-11,5%	-1,0%	3,0%	2,8%	-8,5%	11,6%	5,1%
Colombia	18,7%	28,2%	26,1%	15,9%	3,4%	26,0%	-0,5%	14,0%	49,6%	42,2%

**Evolutivo Crecimiento Venta Online
(Variación en Moneda Local)**

Supermercados	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	6,2%	2,2%	4,5%	8,7%	10,5%	5,6%	22,9%	12,3%	-12,5%	4,2%
Argentina	148,8%	176,2%	136,9%	114,7%	141,4%	59,7%	118,5%	48,1%	19,0%	71,0%
EEUU	125,5%	26,5%	10,8%	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Brasil	17,5%	56,0%	22,3%	-1,4%	-5,7%	49,8%	22,4%	56,4%	68,3%	99,2%
Perú	1,3%	1,7%	4,2%	0,2%	-1,1%	-5,5%	5,4%	20,8%	-13,4%	-17,5%
Colombia	-5,5%	-16,5%	-6,0%	-9,0%	11,8%	9,0%	7,3%	32,6%	21,6%	-11,0%

Mejoramiento del Hogar

Estado de Resultados

Mejoramiento del Hogar	4T23	4T22	Var. vs 2022		12M23	12M22	Var. vs 2022	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	197.839	225.338	-12,2%	-12,2%	756.913	852.753	-11,2%	-11,2%
Argentina	269.546	225.253	19,7%	200,1%	815.705	811.450	0,5%	130,9%
Colombia	21.632	21.468	0,8%	-12,9%	71.071	94.907	-25,1%	-21,0%
Ingresos	489.017	472.059	3,6%	N.A.	1.643.690	1.759.110	-6,6%	N.A.
Chile	62.578	67.334	-7,1%	-7,1%	215.653	244.210	-11,7%	-11,7%
Argentina	161.430	107.002	50,9%	294,2%	441.252	375.352	17,6%	181,6%
Colombia	3.385	4.814	-29,7%	-39,4%	14.024	19.144	-26,7%	-22,3%
Resultado Bruto	227.393	179.150	26,9%	N.A.	670.929	638.707	5,0%	N.A.
GAV	-115.300	-102.799	12,2%	N.A.	-397.622	-382.048	4,1%	N.A.
Res. Operacional	112.101	76.383	46,8%	N.A.	273.378	257.372	6,2%	N.A.
EBITDA Ajustado	116.632	82.631	41,1%	N.A.	294.708	282.147	4,5%	N.A.
Mg EBITDA Ajustado	23,9%	17,5%	635 bps		17,9%	16,0%	189 bps	

Datos Operacionales

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	41	40	14,6%	15,0%	350.395	346.285
Argentina	58	57	21,1%	21,1%	379.138	378.688
Colombia	16	16	6,3%	6,3%	91.884	89.551
Total	115	113	16,7%	16,8%	821.417	814.524

Same Store Sales

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	-14,1%	-12,0%	-10,8%	-17,3%	-3,7%	6,4%
Argentina	200,1%	67,7%	4,5%	-3,5%	187,1%	73,7%
Colombia	-13,6%	-3,1%	-8,6%	-11,6%	-5,5%	9,7%

Evolutivo Same Store Sales

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	-13,7%	-14,1%	-15,5%	-11,5%	-13,9%	-8,3%	-12,0%	-18,8%	-11,3%	6,6%
Argentina	129,1%	200,1%	101,0%	90,0%	85,5%	70,5%	67,7%	86,0%	75,4%	47,8%
Colombia	-21,4%	-13,6%	-25,2%	-24,6%	-21,9%	2,5%	-3,1%	-1,9%	14,7%	-0,1%

Evolutivo Crecimiento Venta Online (Variación en Moneda Local)

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	1,3%	-2,6%	-3,7%	14,8%	-3,7%	-13,0%	5,3%	-17,3%	-33,0%	0,3%
Argentina	191,3%	181,6%	134,2%	316,0%	216,5%	59,5%	205,4%	98,3%	-39,8%	8,7%
Colombia	-24,8%	1,2%	-26,5%	-44,3%	-25,9%	7,3%	2,3%	11,8%	22,3%	3,7%

Tiendas por Departamento

Estado de Resultados

Tiendas por Departamento	4T23	4T22	Var. vs 2022		12M23	12M22	Var. vs 2022	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	364.820	376.069	-3,0%	-3,0%	1.084.190	1.214.732	-10,7%	-10,7%
Ingresos	364.820	376.069	-3,0%	-3,0%	1.084.190	1.214.732	-10,7%	-10,7%
Chile	97.190	91.577	6,1%	6,1%	272.697	305.138	-10,6%	-10,6%
Resultado Bruto	97.190	91.577	6,1%	6,1%	272.697	305.138	-10,6%	-10,6%
GAV	-92.223	-90.125	2,3%	2,3%	-304.096	-305.475	-0,5%	-0,5%
Res. Operacional	11.819	8.290	42,6%	42,6%	-11.617	19.809	-158,6%	-158,6%
EBITDA Ajustado	20.507	17.983	14,0%	14,0%	27.053	57.844	-53,2%	-53,2%
Mg EBITDA Ajustado	5,6%	4,8%	84 bps	84 bps	2,5%	4,8%	-227 bps	-227 bps

Datos Operacionales

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	49	49	62,7%	67,3%	278.042	282.299
Total	49	49	62,7%	67,3%	278.042	282.299

Same Store Sales

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	-1,7%	-12,2%	2,0%	-7,1%	-3,7%	-5,6%

Evolutivo Same Store Sales

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	-6,6%	-1,7%	-9,0%	-12,3%	-5,4%	-6,1%	-12,2%	-23,5%	-6,2%	32,7%

Evolutivo crecimiento venta online

	12M23	4T23	3T23	2T23	1T23	12M22	4T22	3T22	2T22	1T22
Chile	-16,4%	-3,7%	-19,5%	-19,0%	-26,5%	-28,4%	-20,6%	-28,3%	-41,0%	-16,4%

Centros Comerciales

Estado de Resultados

Centros Comerciales	4T23	4T22	Var. vs 2022		12M23	12M22	Var. vs 2022	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	59.414	56.828	4,6%	4,6%	216.385	190.960	13,3%	13,3%
Argentina	27.178	21.881	24,2%	217,8%	88.315	74.828	18,0%	169,7%
Perú	6.759	6.406	5,5%	4,5%	24.855	22.492	10,5%	12,1%
Colombia	2.582	2.140	20,6%	4,2%	9.199	9.262	-0,7%	4,6%
Ingresos	95.932	87.255	9,9%	N.A	338.753	297.542	13,9%	N.A
Chile	54.827	53.961	1,6%	1,6%	199.025	178.581	11,4%	11,4%
Argentina	23.526	18.836	24,9%	221,6%	74.255	60.615	22,5%	181,3%
Perú	5.489	5.251	4,5%	3,5%	16.960	15.763	7,6%	9,1%
Colombia	2.461	2.093	17,6%	1,5%	8.811	9.061	-2,8%	2,4%
Resultado Bruto	86.303	80.141	7,7%	N.A	299.051	264.020	13,3%	N.A
GAV	-21.073	-13.287	58,6%	N.A	-56.697	-45.888	23,6%	N.A
Res. Operacional	61.605	73.263	-15,9%	N.A	238.659	204.981	16,4%	N.A
EBITDA Ajustado	72.689	65.959	10,2%	N.A	259.580	222.761	16,5%	N.A
Mg EBITDA Ajustado	75,8%	75,6%	18 bps		76,6%	74,9%	176 bps	

Datos Operacionales¹⁷

	N° Centros Comerciales		Superficie de Ventas Total (m ²)		Tasa de Ocupación	
	4T23	4T22	4T23	4T22	4T23	4T22
Cencoshopp	33	33	1.170.980	1.164.002	99,0%	98,9%
Torres ²³	n.a.	n.a.	65.000	65.000	71,9%	67,8%
Ubicaciones No IPO	2	2	18.939	21.100	95,0%	81,8%
Chile	35	35	1.254.919	1.250.102	97,5%	97,0%
Cencoshopp	3	3	61.052	50.554	94,1%	82,1%
Ubicaciones No IPO	3	3	92.865	92.865	88,1%	95,1%
Peru	6	6	153.917	143.419	90,5%	90,5%
Cencoshopp	4	4	64.893	66.501	88,7%	89,5%
Ubicaciones No IPO	0	0	47.030	47.030	n.a.	n.a.
Colombia	4	4	111.924	113.532	88,7%	89,5%
Argentina	22	22	745.356	744.745	90,6%	84,7%
Centros Comerciales	67	67	2.266.115	2.251.797	92,5%	90,3%

¹⁷ Torres de Oficinas son parte Cencosud Shopping y se encuentran incluidas dentro de las 33 ubicaciones como 'Complejo Costanera Center'.



Datos Operacionales por País

Chile

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Portal Talcahuano	1.408	1.921	-26,7%	6.210	7.675	-19,1%	7.618	9.596	-20,6%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Valdivia	3.704	3.698	0,2%	7.617	7.806	-2,4%	11.321	11.504	-1,6%	N.A.	N.A.	N.A.
Trascaja	-	-	N.A.	-	-	N.A.	-	-	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Cenco Malls	432.169	413.885	4,4%	803.811	815.117	-1,4%	1.235.980	1.229.002	0,6%	31.503	30.661	2,7%
TOTAL CHILE	437.281	419.504	4,2%	817.638	830.598	-1,6%	1.254.919	1.250.102	0,4%	31.503	30.661	2,7%

	Ventas 3 ^{ros} (CLP 'MM)			Ventas EERR (CLP 'MM)			Ventas (CLP 'MM)			Ingresos 3ros (CLP 'MM)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Portal Talcahuano	940	965	-2,6%	6.775	5.984	13,2%	7.715	6.950	11,0%	190	190	0,2%
Portal Valdivia	2.988	2.586	15,5%	10.908	10.813	0,9%	13.896	13.400	3,7%	285	270	5,7%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	7.472	6.136	21,8%
Cenco Malls	420.139	413.868	1,5%	755.955	793.733	-4,8%	1.176.094	1.207.601	-2,6%	51.466	50.232	2,5%
TOTAL CHILE	424.067	417.419	1,6%	773.639	810.531	-4,6%	1.197.706	1.227.950	-2,5%	59.414	56.828	4,6%

Argentina

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Unicenter	77.085	75.763	1,7%	18.901	19.612	-3,6%	95.986	95.375	0,6%	4.221	3.940	7,1%
Portal Plaza Oeste	19.906	19.906	0,0%	22.612	22.612	0,0%	42.518	42.518	0,0%	1.268	1.091	16,2%
Portal Palmas del Pliar	37.416	37.416	0,0%	37.005	37.005	0,0%	74.421	74.421	0,0%	1.833	1.638	11,9%
Portal Rosario	40.182	40.182	0,0%	29.298	29.298	0,0%	69.480	69.480	0,0%	829	751	10,5%
Portal Patagonia	9.789	9.789	0,0%	28.134	28.134	0,0%	37.922	37.922	0,0%	1.031	1.012	1,9%
Portal Lomas	8.201	8.201	0,0%	27.353	27.353	0,0%	35.554	35.554	0,0%	1.161	1.071	8,4%
Portal Tucuman	10.371	10.371	0,0%	21.439	21.439	0,0%	31.810	31.810	0,0%	914	864	5,7%
Portal Escobar	4.410	4.410	0,0%	29.607	29.607	0,0%	34.016	34.016	0,0%	-	-	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
Portal Trelew	7.213	7.213	0,0%	15.682	15.682	0,0%	22.895	22.895	0,0%	-	-	n.a
Portal Salta	5.635	5.635	0,0%	18.464	18.464	0,0%	24.099	24.099	0,0%	685	658	4,2%
Portal Santiago Del Estero	5.461	5.461	0,0%	11.737	11.737	0,0%	17.198	17.198	0,0%	-	-	n.a
Power Center / Otros	50.447	50.447	0,0%	176.164	176.164	0,0%	226.611	226.611	0,0%	1.660	1.538	8,0%
TOTAL ARGENTINA	279.505	278.184	0,5%	465.851	466.562	-0,2%	745.356	744.745	0,1%	13.602	12.563	8,3%

	Ventas 3 ^{ros} (ARS 'MM)			Ventas EERR (ARS 'MM)			Ventas (ARS 'MM)			Ingresos 3ros (ARS 'MM)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Unicenter	77.693	25.435	205,5%	10.003	3.104	222,2%	87.696	28.539	207,3%	5.678	1.779	219,2%
Portal Plaza Oeste	13.550	4.507	200,6%	4.207	1.344	213,1%	17.757	5.851	203,5%	997	323	208,4%
Portal Palmas del Pliar	17.594	6.213	183,2%	13.541	4.370	209,9%	31.136	10.583	194,2%	1.293	425	204,6%
Portal Rosario	6.618	2.533	161,2%	5.380	1.694	217,6%	11.998	4.227	183,8%	325	125	159,0%
Portal Patagonia	9.092	2.806	224,0%	10.175	3.239	214,2%	19.267	6.045	218,7%	608	183	231,8%
Portal Lomas	5.325	1.468	262,7%	6.703	2.158	210,6%	12.028	3.626	231,7%	364	102	256,5%
Portal Tucuman	6.998	2.346	198,3%	5.778	1.937	198,3%	12.775	4.283	198,3%	548	177	209,2%
Portal Escobar	1.830	682	168,3%	8.013	2.481	223,0%	9.843	3.163	211,2%	114	58	94,7%
Portal los Andes	3.450	998	245,8%	8.487	2.547	233,2%	11.937	3.545	236,7%	187	55	240,5%
Portal Trelew	2.691	1.063	153,1%	2.701	931	190,2%	5.392	1.994	170,4%	158	52	201,6%
Portal Salta	3.405	1.166	192,0%	6.079	1.988	205,9%	9.484	3.154	200,7%	259	90	186,8%
Portal Santiago Del Estero	1.485	540	174,9%	3.918	1.215	222,4%	5.403	1.756	207,8%	126	32	295,5%
Power Center / Otros	22.495	7.691	192,5%	46.210	14.940	209,3%	68.705	22.631	203,6%	1.766	507	248,5%
TOTAL ARGENTINA	172.227	57.450	199,8%	131.194	41.947	212,8%	303.421	99.397	205,3%	12.423	3.910	217,8%

Perú

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	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.
Cenco Malls	35.432	25.452	39,2%	25.620	25.102	2,1%	61.052	50.554	20,8%
TOTAL PERÚ	89.548	79.568	12,5%	64.369	63.851	0,8%	153.917	143.419	7,3%

	Visitas (Miles)			Ventas (PEN 'MM)			Ingresos 3ros (PEN 'MM)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Plaza Lima Sur	2.072	2.840	-27,0%	108,0	116,5	-7,3%	10,4	8,9	17,7%
Balta	-	-	N.A.	30,0	29,0	3,4%	0,8	0,8	6,2%
Plaza Camacho	-	-	N.A.	4,8	4,8	0,2%	0,8	0,6	20,3%
Trascaja	-	-	N.A.	-	-	N.A.	9,7	13,4	-27,7%
Cenco Malls	946	738	28,1%	111,4	106,8	4,3%	6,8	3,6	88,9%
TOTAL PERÚ	3.018	3.578	-15,7%	254,2	257,1	-1,1%	28,5	27,3	4,5%

Colombia

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Otros	46.176	46.176	0,0%	855	855	0,0%	47.030	47.031	0,0%
Cenco Malls	14.642	15.166	-3,5%	50.251	51.335	-2,1%	64.893	66.501	-2,4%
TOTAL COLOMBIA	60.818	61.342	-0,9%	51.106	52.189	-2,1%	111.924	113.532	-1,4%

	Visitas (Miles)			Ventas (COP 'MM)			Ingresos 3ros (COP 'MM)		
	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%	4T23	4T22	Var%
Otros	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	10.283	9.895	3,9%
Cenco Malls	N.A.	N.A.	N.A.	96.047	104.782	-8,3%	1.452	1.369	6,0%
TOTAL COLOMBIA	N.A.	N.A.	N.A.	96.047	104.782	-8,3%	11.735	11.264	4,2%

Servicios Financieros

Estado de Resultados

Servicios Financieros	4T23	4T22	Var. vs 2022		12M23	12M22	Var. vs 2022	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Argentina	37.181	36.859	0,9%	152,5%	136.183	130.711	4,2%	132,9%
Brasil	309	-676	-145,8%	-143,9%	-698	194	-460,3%	-352,1%
Colombia	-698	761	-191,7%	-182,6%	-1.929	6.899	-128,0%	-129,7%
Ingresos	36.793	36.945	-0,4%	N.A	133.556	137.804	-3,1%	N.A
Chile	0	0	N.A	N.A	0	0	N.A	N.A
Argentina	27.916	21.496	29,9%	229,1%	97.286	83.704	16,2%	167,7%
Brasil	309	-676	-145,8%	-143,9%	-698	194	-460,3%	-352,1%
Colombia	-698	761	-191,7%	-182,6%	-1.929	6.899	-128,0%	-129,7%
Resultado Bruto	27.527	21.581	27,5%	N.A	94.659	90.796	4,3%	N.A
GAV	-5.590	-6.154	-9,2%	N.A	-20.326	-23.799	-14,6%	N.A
Res. Operacional	21.937	15.427	42,2%	N.A	74.333	66.997	10,9%	N.A
Particip. Asociadas	3.370	-8.920	-137,8%	N.A	-7.561	8.519	-188,8%	N.A
Dep & Amortizaciones	69	22	216,2%	N.A	163	99	65,6%	N.A
EBITDA Ajustado	25.376	6.529	288,7%	N.A	66.935	75.615	-11,5%	N.A
Mg EBITDA Ajustado	69,0%	17,7%	5130 bps		50,1%	54,9%	-475 bps	

Indicadores Financieros

CHILE	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Saldo Deuda Neta (MM CLP)	1.850.373	1.760.837	1.739.365	1.691.797	1.669.146	1.523.726	1.460.624	1.338.098
Provisión sobre Cartera Vencida	2,4	3,2	3,1	3,6	3,2	3,5	4,1	4,3
Saldo Deuda >90 (%)	3,8%	3,2%	3,2%	2,6%	2,3%	2,3%	1,8%	1,6%
Castigos Brutos (MM CLP)	173.024	132.273	82.804	37.839	96.385	63.406	37.482	17.119
Recuperos (MM CLP)	23.478	18.081	12.613	3.563	16.821	13.016	9.256	5.180
Castigos Netos (MM CLP)	149.546	114.192	70.191	34.276	79.564	50.391	28.225	11.939
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	8,6%	8,9%	8,3%	8,2%	5,5%	4,8%	4,2%	3,7%
Cartera Renegociada (%)	21,3%	19,9%	16,5%	14,0%	11,3%	10,3%	9,4%	9,9%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	6,6%	6,6%	6,2%	6,5%	6,7%	6,3%	6,0%	5,7%
Tiendas por Departamento	26,8%	27,3%	30,1%	26,2%	29,2%	27,5%	30,4%	28,5%
Mejoramiento del Hogar	9,8%	9,6%	10,1%	9,3%	11,0%	9,8%	10,1%	9,1%
ARGENTINA								
	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Saldo Deuda Neta (M ARS)	87.668.372	62.131.143	56.331.481	50.379.775	39.578.602	35.578.616	28.315.666	28.583.550
Provisión sobre Cartera Vencida	2,1	2,0	2,0	2,2	2,9	3,2	3,5	4,2
Saldo Deuda >90 (%)	2,2%	2,8%	2,8%	2,6%	2,2%	2,0%	2,1%	1,6%
Castigos Brutos (M ARS)	4.396.996	3.035.286	1.850.978	857.964	1.604.008	1.102.703	657.968	280.718
Recuperos (M ARS)	1.219.661	844.819	419.646	174.401	694.069	541.788	279.721	130.027
Castigos Netos (M ARS)	3.177.335	2.190.467	1.431.332	683.563	909.939	560.916	378.247	150.692
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	5,4%	5,6%	5,8%	6,1%	2,9%	2,5%	2,7%	2,3%
Cartera Renegociada (%)	2,5%	2,9%	2,5%	1,9%	2,0%	1,8%	1,0%	1,7%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	6,9%	7,3%	8,9%	9,3%	9,6%	8,5%	8,8%	9,7%
Mejoramiento del Hogar	15,4%	16,7%	23,7%	21,9%	20,8%	21,0%	23,8%	23,3%
PERÚ								
	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Saldo Deuda Neta (M PEN)	530.023	499.194	499.738	489.016	493.500	461.552	474.161	435.493
Provisión sobre Cartera Vencida	1,8	2,0	2,1	2,4	2,9	2,9	3,3	3,7
Saldo Deuda >90 (%)	4,6%	4,6%	5,0%	4,0%	3,1%	3,4%	3,1%	2,7%
Castigos Brutos (M PEN)	95.109	71.039	41.667	18.030	69.481	48.581	29.391	13.090
Recuperos (M PEN)	12.968	9.587	6.155	3.230	19.980	15.580	10.055	5.378
Castigos Netos (M PEN)	82.141	61.452	35.512	14.799	49.501	33.001	19.336	7.712
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	16,5%	16,6%	14,5%	12,1%	10,8%	9,8%	8,7%	7,2%
Cartera Renegociada (%)	3,9%	3,5%	3,6%	3,9%	4,5%	5,6%	6,1%	7,7%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	10,5%	10,6%	10,9%	11,0%	12,3%	11,4%	12,2%	12,7%
BRASIL								
	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Saldo Deuda Neta (M BRL)	649.800	664.342	703.510	735.986	744.160	759.123	743.868	719.882
Provisión sobre Cartera Vencida	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9
Saldo Deuda >90 (%)	19,5%	20,8%	20,3%	19,9%	16,3%	18,4%	16,6%	15,2%
Castigos Brutos (M BRL)	128.387	90.103	51.588	13.885	93.877	69.929	45.230	23.094
Recuperos (M BRL)	5.608	3.547	2.827	471	3.843	757	915	2.135
Castigos Netos (M BRL)	122.779	86.556	48.761	13.413	90.034	69.172	44.315	20.959
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	17,5%	16,1%	13,3%	7,2%	12,0%	12,2%	12,1%	11,7%
Cartera Renegociada (%)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	18,2%	18,9%	19,2%	19,0%	19,9%	21,0%	21,6%	21,9%
COLOMBIA								
	4T23	3T23	2T23	1T23	4T22	3T22	2T22	1T22
Saldo Deuda Neta (MM COP)	994.384	913.212	886.185	881.345	920.370	896.302	902.952	830.367
Provisión sobre Cartera Vencida	2,6	2,7	2,3	2,4	2,6	2,8	2,9	3,2
Saldo Deuda >90 (%)	2,9%	2,8%	3,6%	3,3%	2,6%	2,2%	2,1%	1,9%
Castigos Brutos (MM COP)	89.090	85.118	52.791	23.340	68.577	49.110	29.732	14.842
Recuperos (MM COP)	4.628	4.711	3.057	1.807	7.706	6.216	4.261	2.270
Castigos Netos (MM COP)	84.462	80.406	49.734	21.532	60.871	42.895	25.471	12.571
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	9,2%	12,0%	11,1%	9,5%	7,0%	6,7%	6,1%	6,2%
Cartera Renegociada (%)	6,1%	5,5%	4,5%	1,9%	1,2%	0,7%	0,6%	0,5%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	19,2%	19,3%	19,4%	19,6%	18,4%	17,5%	17,8%	17,6%
Mejoramiento del Hogar	14,5%	14,1%	13,9%	11,6%	12,1%	11,7%	14,5%	13,3%

3.

Indicadores Macroeconómicos

Tipo de Cambio ⁽¹⁸⁾

	Cierre			Promedio			LTM		
	4T23	4T22	%	4T23	4T22	%	Dic 23	Dic 22	%
CLP/USD	877,12	855,86	2,5%	895,88	916,20	-2,2%	839,80	873,19	-3,8%
CLP/ARS	1,09	4,83	-77,4%	2,29	5,69	-59,7%	3,19	6,83	-53,2%
CLP/BRL	180,80	161,96	11,6%	180,86	174,22	3,8%	168,30	169,19	-0,5%
CLP/PEN	236,97	224,38	5,6%	237,00	235,09	0,8%	224,42	227,64	-1,4%
CLP/COP	0,23	0,18	27,8%	0,22	0,19	15,8%	0,20	0,21	-5,2%
CLP/URU	22,60	21,55	4,9%	22,75	-	N.A.	21,69	-	N.A.

Inflación Total y de Alimentos ⁽¹⁹⁾

	Total		Alimentos y Bebidas No Alcohólicas	
	4T23	4T22	4T23	4T22
Chile	3,9%	12,8%	5,2%	24,7%
Argentina	211,4%	94,8%	251,3%	95,0%
EEUU	3,4%	6,5%	2,7%	10,4%
Brasil	3,7%	5,9%	0,3%	11,9%
Perú	3,4%	8,6%	4,8%	12,6%
Colombia	9,3%	13,1%	5,0%	27,8%

¹⁸ El reporte considera tipos de cambio oficiales publicados por el Banco Central de Chile.

¹⁹ **Chile:** <https://www.ine.cl> / **Argentina:** <https://www.indec.gob.ar/> / **Estados Unidos:** <https://tradingeconomics.com/> / **Brasil:** <https://www.ibge.gov.br/> / **Perú:** <https://www.inei.gob.pe/> / **Colombia:** <https://www.dane.gov.co/>.

4. Glosario

ARS: peso argentino

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: equivalente a EBITDA Ajustado

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

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

Ticket Promedio: valor promedio de compra realizado por una visita en tienda

TxD: Tiendas por Departamento

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

US\$: dólares americanos

