

INFORME DE CLASIFICACIÓN

CENCOSUD S.A.

JUNIO 2024

ACCIONES SERIE ÚNICA
LÍNEAS DE BONOS
BONOS

RESEÑA ANUAL DESDE ENVÍO ANTERIOR
CLASIFICACIÓN ASIGNADA EL 31.05.24
ESTADOS FINANCIEROS REFERIDOS AL 31.03.24

	Mayo 2023	Mayo 2024
Solvencia	AA	AA
Perspectivas	Estables	Estables

* Detalle de clasificaciones en Anexo

INDICADORES RELEVANTES ⁽¹⁾

	2022	2023	Mar. 24
Ebitda	1.468.385	1.391.210	355.805
Ebitda Ajustado	1.287.511	1.163.986	289.721
Deuda financiera	5.179.991	5.489.703	5.852.911
Deuda financiera ajustada	4.019.944	4.210.111	4.576.740
Margen operacional	7,8%	6,8%	6,1%
Margen Ebitda	10,3%	9,8%	9,0%
Margen Ebitda Ajustado	9,0%	8,2%	7,3%
Endeudamiento total	2,1	2,2	2,0
Endeudamiento financiero	1,2	1,3	1,2
Endeudamiento financiero aj.	0,9	1,0	0,9
Ebitda / Gastos Financieros	6,3	4,5	4,0
Ebitda Aj./Gastos Financieros Aj.	7,5	4,8	4,3
Deuda Financiera neta/ Ebitda Aj.	3,1	3,4	3,7
Deuda Financiera neta ajustada/ Ebitda Aj.	2,6	3,0	3,3
FCNOA/ Deuda Financiera	22,2%	26,4%	24,9%

(1) Definiciones de los indicadores en anexo.

PERFIL DE NEGOCIOS: SATISFACTORIO

Principales Aspectos Evaluados	Débil	Vulnerable	Adecuado	Satisfactorio	Fuerte
Posición competitiva					■
Diversificación de áreas de negocios y de mercados				■	
Industria cíclica, competitiva y sujeta a cambios regulatorios				■	
Manejo de cuentas por cobrar e inventarios				■	
Manejo de proveedores y economía de escala, permiten fortalecer la marca				■	
Exposición a países con mayor riesgo relativo a Chile			■		

POSICIÓN FINANCIERA: SÓLIDA

Principales Aspectos Evaluados	Débil	Ajustada	Intermedia	Satisfactoria	Sólida
Rentabilidad				■	
Generación de flujos				■	■
Endeudamiento				■	
Indicadores de cobertura				■	■
Liquidez				■	■

Analista: Felipe Pantoja
 Felipe.pantoja@feller-rate.com

FUNDAMENTOS

La clasificación "AA" asignada a la solvencia y líneas de bonos de Cencosud S.A. (Cencosud) considera un perfil de negocio categorizado como "Satisfactorio" y una posición financiera calificada como "Sólida".

Cencosud opera bajo un esquema multiformato, con actividades en cinco unidades de negocios: supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento, servicios financieros y centros comerciales. Esto le permite potenciar e integrar sus negocios, mediante la ubicación de sus principales marcas al interior de los malls pertenecientes al *holding*.

A marzo de 2024 Cencosud presentó ingresos por \$3,9 billones con un avance del 12,4% en comparación a igual periodo del 2023 (9,5% de crecimiento excluyendo el impacto de los ajustes por hiperinflación de Argentina), con un incremento del 12,7% asociado a las actividades de las tiendas físicas, con un aumento del 12,3% proveniente del canal online y de un 4,4% de otros ingresos.

Al analizar por país -según su peso relativo, en pesos chilenos y excluyendo el efecto NIC 29- el crecimiento se encuentra asociado a una mayor actividad en Brasil (29,5%), seguido por Estados Unidos (22,4%), Chile (4,1%), Colombia (34,7%) y Perú (18,5%), que lograron compensar la baja registrada en Argentina (-6,8%).

A igual fecha, al analizar los ingresos por unidad de negocio de Cencosud -en pesos chilenos, excluyendo el efecto NIC 29- se puede apreciar que el mayor crecimiento proviene de supermercados con un alza del 13,0%, seguido por tiendas por departamento (6,2%) y en centros comerciales (5,1%), que lograron mitigar las disminuciones registradas mejoramiento del hogar y servicios financieros, situadas en un -9,4% y -12,2%, respectivamente.

El Ebitda ajustado alcanzó al primer trimestre del presente año los \$289.721 millones a nivel consolidado, registrando un aumento del 2,2% en comparación a lo obtenido en marzo de 2023. Este incremento, proviene en parte por una mayor rentabilización de las operaciones en Chile, Estados Unidos, Argentina y Perú, sumado a una disminución en la actividad promocional en conjunto con mejores condiciones con proveedores.

Ante las mayores presiones en costos mencionadas anteriormente el margen Ebitda ajustado de la compañía disminuyó hasta el 7,3% a marzo de 2024 (8,1% a marzo de 2023 y 8,2% a fines de 2023).

Al primer trimestre del presente año, los pasivos financieros ajustados se situaron en los \$4,6 billones un 16,6% en comparación a marzo de 2023 y se registró un alza del 13,5% al considerar la deuda financiera neta de caja, dado los mayores niveles de efectivos y equivalentes durante el periodo.

La base patrimonial de Cencosud a marzo de 2024 registró un aumento del 16% en comparación al cierre del año situándose en los \$5,0 billones, a pesar de las pérdidas registradas durante el periodo (\$601 millones), debido a diferencias de cambio de conversión. Así, considerando el incremento en los niveles de deuda de los últimos periodos, el leverage ajustado que se había mantenido entre las 0,5 y 0,6 veces hasta 2021, se situó en las 0,9 veces a marzo de 2024.

Los indicadores de cobertura de Cencosud se han visto presionados en los últimos años debido al fuerte plan de inversiones ejecutado y un menor dinamismo en la región. No obstante, estos se mantienen acorde a los rangos esperados para su clasificación actual.

Así, a marzo de 2024, el indicador de deuda financiera neta ajustada sobre Ebitda ajustado alcanzó las 3,3 veces, mayor que lo registrado a fines de 2023 (3,0 veces) y la cobertura de Ebitda ajustado sobre gastos financieros ajustados (incorporando efecto IFRS 16) disminuyó hasta las 4,3 veces (4,8 veces a diciembre de 2023).

PERSPECTIVAS: ESTABLES

ESCENARIO BASE: Feller Rate espera que la compañía mantenga el fortalecimiento de su posición de negocios como financiera, a pesar de un escenario desafiante en términos de consumo en los países donde participa. Lo anterior, considera la rentabilización de las nuevas adquisiciones como también de sus principales negocios, coherente con su plan estratégico.

Las perspectivas incorporan una adecuada composición de financiamiento de su plan de inversiones, que permita mantener, de forma estructural, los indicadores financieros en rangos acordes con su clasificación de riesgo. Asimismo, consideran, en caso de concretarse, un adecuado proceso de integración y maduración de las operaciones en proceso de adquisición.

ESCENARIO DE BAJA: Se estima poco probable en el corto plazo. No obstante, se podría dar frente a políticas financieras más agresivas o ante un cambio adverso en las condiciones de mercado por sobre nuestras expectativas.

ESCENARIO DE ALZA: Se considera poco probable en el corto plazo.

FACTORES SUBYACENTES A LA CLASIFICACIÓN

PERFIL DE NEGOCIOS: SATISFACTORIO

- Sólida posición de mercado asociada a marcas fuertes, con un alto reconocimiento e importante participación de mercado.
- Alta diversificación en sus operaciones, por tipo de negocio y tipo de mercado.
- Concentración de ingresos en el negocio supermercado.
- Participación en industrias competitivas, cuya fuerte sensibilidad al ciclo económico es mitigada, en parte, por la importancia relativa del rubro de supermercados.
- Exposición a países de mayor riesgo relativo a Chile.
- Niveles de cobertura de cartera, inventarios y otros indicadores operacionales acorde a los rangos esperados.
- Satisfactorio manejo de proveedores y economía de escalas permiten a la compañía fortalecer su marca y diversificación de productos.

POSICIÓN FINANCIERA: SÓLIDA

- Márgenes expuestos al desempeño económico de cada mercado.
- Sólida generación de flujos durante los últimos periodos, principalmente proveniente del segmento supermercados.
- Exposición al riesgo de tipo de cambio en operación y deuda (esta última mitigada por contratos de cobertura al vencimiento).
- Satisfactorio nivel de *leverage* financiero ajustado, a pesar del crecimiento en los niveles de deuda financiera.
- Sólida posición de liquidez, sustentada en un amplio acceso a los mercados financieros.
- Indicadores financieros de la compañía en rangos acorde con su clasificación de riesgo.

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

Cencosud S.A. es controlado por el Grupo Paulmann, que posee un 55,04% del total de la propiedad de la compañía.

PRINCIPALES MARCAS

Supermercados

Pais	Marcas
Chile	Jumbo, Santa Isabel, Spid
Argentina	Jumbo, Vea, Disco, Spid
Estados Unidos	The Fresh Market
Brasil	Gbarbosa, Bretas, Bretas Atacarejo, Prezunic, Perini, Mercantil Atacado, GIGA Atacado y Spid
Colombia	Jumbo, Metro, Spid
Perú	Wong, Metro, Metro Almacén, Spid

Mejoramiento del hogar

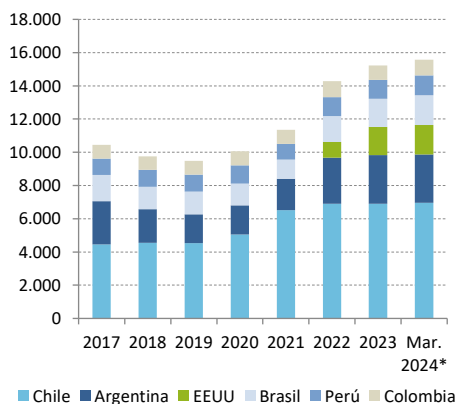
Pais	Marcas
Chile	Easy
Argentina	Easy, Blaisten
Colombia	Easy

Tiendas por departamento

Pais	Marcas
Chile	Paris

INGRESOS POR PAÍS

Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía, ingresos descontando el efecto IAS 29.
*Marzo anualizado doce meses móviles.

PERFIL DE NEGOCIOS

SATISFACTORIO

Cencosud S.A. opera bajo un esquema multiformato, con actividades en cinco unidades de negocios: supermercados, mejoramiento del hogar, tiendas por departamento, servicios financieros y centros comerciales. Esto, le permite potenciar e integrar sus negocios, mediante la ubicación de sus principales marcas al interior de los malls pertenecientes al *holding*.

Lo anterior, mediante la presencia operacional en seis países de América del Sur (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Estados Unidos y Perú) y, recientemente, con operaciones en América del Norte, específicamente en Estados Unidos en su segmento de supermercados, además de mantener presencia comercial y tecnológica en China y Uruguay, respectivamente.

En el caso de Uruguay, a fines de 2022 se inauguró un hub tecnológico, digital y de innovación, acorde con uno de los pilares estratégicos de la compañía, cuyo objetivo es concentrar todas las áreas digitales de Cencosud, de manera de maximizar las capacidades de la compañía en el ámbito del ecosistema digital.

ALTA DIVERSIFICACIÓN EN SUS OPERACIONES, POR TIPO DE NEGOCIO Y DE MERCADO

Cencosud posee un esquema de multiformato, lo que genera una alta diversificación de sus operaciones, generaciones de flujos y tipo de mercado.

En el caso de la superficie de venta para las unidades de negocio supermercado, mejoramiento del hogar y tiendas por departamento, se ha observado un comportamiento dispar, considerando un crecimiento orgánico e inorgánico, rentabilización de las operaciones, transformación y renovación de locales, entre otros efectos.

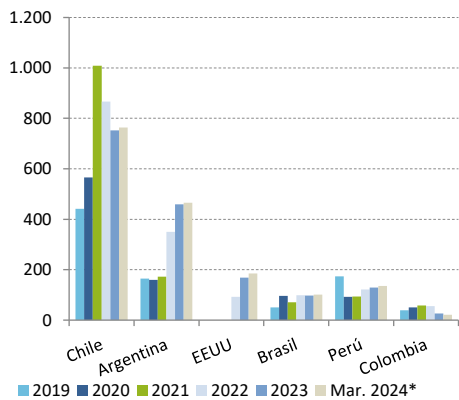
Al primer trimestre del presente año, la superficie consolidada sin considerar centros comerciales se situó en los 3.665.117 metros cuadrados (3.664.626 m² en marzo de 2023) distribuidos en 1.484 locales (1.447 tiendas a marzo de 2023). Estos, al analizar su composición por segmento, se puede apreciar que la mayor cantidad de superficie se encuentra en supermercado (70,1%), considerando todos sus formatos, seguido por mejoramiento del hogar (22,4%) y tiendas por departamento (7,5%).

A igual fecha, dichas operaciones se encuentran diversificadas por país, considerando una participación del 34% de Chile, seguido por Argentina (21,9%), Brasil (15,5%), Colombia (12,8%), Estados Unidos (8,7%) y Perú (7,0%).

En el caso de los centros comerciales su superficie arrendable ha continuado creciendo de forma coherente con las ampliaciones e incorporación de activos realizadas en el último tiempo, alcanzando a marzo de 2024 una superficie arrendable total de 2.263.271 m² (2.244.977 m² a fines de 2023), de los cuales cerca de 864.451 m² es superficie arrendable para terceros (867.152 m² a fines de 2023). A igual fecha, cerca del 55,4% de la superficie total se encontraba en Chile, seguido por Argentina (32,9%), Perú (6,8%) y Colombia (4,9%).

EBITDA POR PAÍS

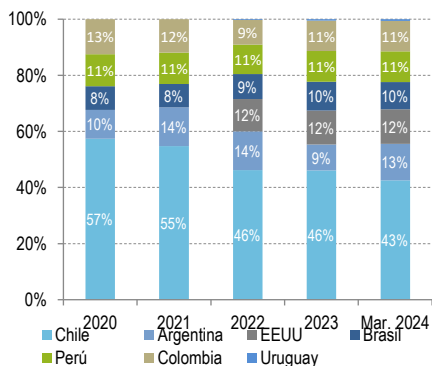
Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía, ingresos descontando el efecto IAS 29.
*Marzo anualizado doce meses móviles.

ACTIVOS POR PAÍS

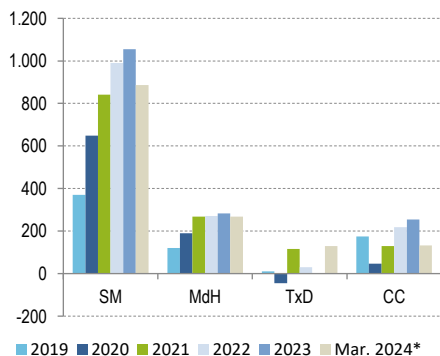
Total de activos por país



Fuente: La compañía.

EVOLUCIÓN DEL EBITDA AJUSTADO*

Cifras en miles de millones de pesos



*Fuente: La compañía, descontando efecto IFRS 16 y marzo anualizado doce meses móviles.

IMPORTANTE OPERACIÓN EN PAÍSES CON MAYOR RIESGO RELATIVO CON RESPECTO A CHILE

Cencosud cuenta con una amplia actividad en diferentes países de la región, representando sin considerar Chile cerca del 55,9% de los ingresos y el 54,9% del Ebitda a fines del primer trimestre de 2024.

A igual fecha, al analizar las operaciones extranjeras en pesos chilenos, se puede apreciar que los ingresos provenientes en el caso de Argentina correspondían al 16,2% del total, seguido por Estados Unidos (12,7%), Brasil (12,5%), Perú (8,1%) y, en menor medida, por Colombia (6,5%). En términos de la generación de Ebitda, la composición es un poco distinta considerando que un 26,1% proviene por Argentina, seguido por Estados Unidos (13,6%), Perú (8,1%), Brasil (6,1%) y Colombia (0,7%).

Al respecto, estos países mantienen un mayor riesgo relativo que Chile ("A/Negativas"). En el caso de Argentina, a pesar de presentar el mayor riesgo relativo, clasificado en "CCC/Estables" en escala global, en comparación al resto de los países en donde participa la compañía, su operación se concentra en la unidad de negocios de supermercados permitiendo compensar dicho riesgo relativo.

Por su parte, en el caso de Perú ("BBB-/Estables"), Colombia ("BB+/Negativas") y Brasil ("BB/Estables"), se debe considerar el relevante potencial de crecimiento que mantienen las operaciones de la compañía.

No obstante, en el caso de las operaciones en Estados Unidos se debe considerar que estas presentan un menor riesgo relativo considerando su clasificación de riesgo en "AA+/Estables".

La participación en otros mercados involucra también una mayor exposición a variaciones de tipo de cambio, especialmente cuando las compañías no generan calce entre sus ingresos, costos operacionales y los pagos de deuda.

Al respecto, Cencosud a marzo de 2024 mantenía el 82,6% de la deuda en dólares estaba cubierta con *cross currency swaps* u otras fuentes de cobertura. Esto, permite que la deuda consolidada quede denominada en moneda locales en su totalidad y sea cubierta mediante los flujos de cada filial.

SUPERMERCADOS: CONTINUA CRECIMIENTO POTENCIADO TANTO POR VENTA ONLINE COMO EN TIENDAS

Cencosud mantiene actividades en la industria de supermercados en Chile mediante la marca Jumbo, Santa Isabel, y recientemente se incorporó Spid, formato de *quick convenience*, cuyo foco es la velocidad y calidad en el despacho. En Argentina la entidad mantiene sus operaciones mediante Jumbo, Disco, Veá y, recientemente, Spid. En el caso de Brasil las operaciones se realizan a través de distintas marcas (Gbarbosa, Bretas, Bretas Atacarejo, Prezunic, Perini, Mercantil Atacado, Giga Atacado y Spid).

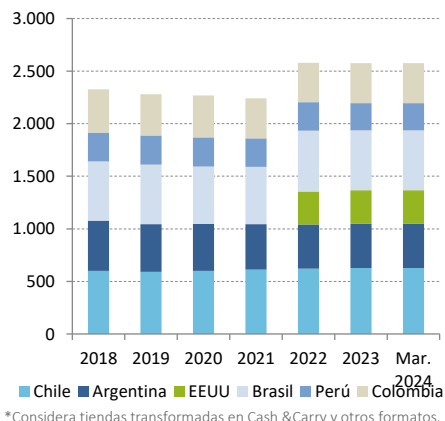
En Perú la operación incluye supermercados bajo las cadenas de Wong -líder en la industria con una estrategia enfocada en calidad y servicio- Metro, Spid y además cuenta con Metro Almacén bajo el formato Cash & Carry. Por su parte en Colombia, se utiliza las marcas Jumbo y Spid -bajo el mismo concepto que el modelo chileno- y Metro.

En Estados Unidos opera bajo la marca The Fresh Market (TFM), supermercado premium de especialidad con foco en productos frescos de alta calidad y experiencia al cliente, cuenta con operaciones en 22 Estados de Estados Unidos, principalmente en Florida, Carolina del Norte, Virginia y Georgia.

SUPERFICIE DE VENTA

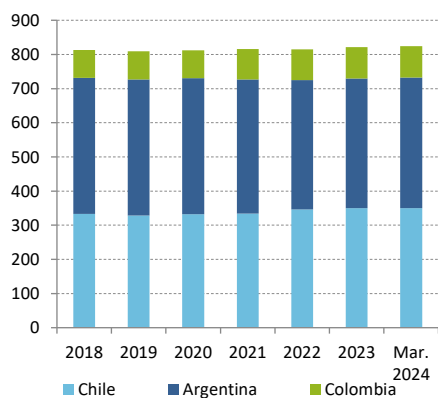
Cifras en miles de metros cuadrados

Supermercados*

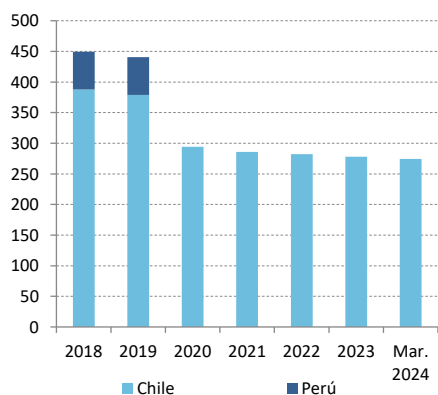


*Considera tiendas transformadas en Cash & Carry y otros formatos.

Mejoramiento del Hogar



Tiendas por departamento



En Chile, la industria de supermercados ha alcanzado un nivel altamente competitivo, consolidada en torno a grandes cadenas, exhibiéndose una participación tanto de inversionistas nacionales como internacionales, y un foco en el mejoramiento operacional.

La tendencia de las cadenas de supermercados, especialmente las que poseen una gran cantidad de locales, es centralizar la distribución de los productos comerciales en centros especializados, generando una disminución del inventario de la empresa, una reducción de pérdidas por obsolescencia de los productos, en conjunto con una mejora en la optimización de los espacios de los locales de venta.

La marca Jumbo en Chile posee un fuerte posicionamiento; cuenta con un concepto definido que se asocia principalmente a la variedad y calidad de los servicios ofrecidos y a la importancia de los alimentos perecibles en la composición de productos. Respecto a Santa Isabel, la marca evidencia una mayor presencia en términos de número de tiendas.

El segmento de supermercado mantiene una participación por sobre el 70% en los ingresos consolidados de la compañía situándose, a marzo de 2024, en un 81%, debido al fuerte crecimiento orgánico que ha registrado dicho segmento en los últimos periodos, considerando además la incorporación de las operaciones de GIGA Atacado en Brasil y The Fresh Market (TFM) en Estados Unidos.

Al cierre del primer trimestre del presente año, al analizar los ingresos de esta unidad de negocios, en pesos chilenos y según su peso relativo, evidenció un avance del 13,0% en comparación a marzo de 2023, producto de una mayor actividad en Brasil (29,2%), seguido por Estados Unidos (22,4%), Colombia (34,2%), Chile (4,9%), Perú (18,2%) y Argentina (0,1%).

Lo anterior, se debe a una mayor participación de mercado en algunos de los formatos en donde participa, sumado a una mayor consolidación del canal *online*, marcas propias tanto *food* como *non food*, entre otros factores.

A igual fecha, la generación de Ebitda del segmento informada por la entidad continúa incrementándose principalmente asociado a los niveles de actividad en la región, eficiencias en costos, entre otros factores, lo que se traduce en un alza del 19,1%, alcanzando los \$342.591 millones, permitiendo que el margen Ebitda se incremente hasta el 10,9%, manteniéndose por sobre los rangos históricos.

TIENDAS PARA EL MEJORAMIENTO DEL HOGAR: DISMINUCIÓN DE ACTIVIDAD EN LOS ÚLTIMOS PERIODOS ANTE MENOR CONSUMO

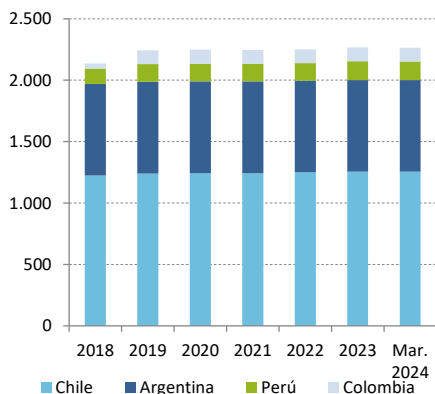
Mejoramiento del hogar se orienta a abastecer tanto a los particulares, como las pequeñas y grandes empresas en las áreas de construcción, mejoramiento del hogar, reparaciones y mantenencias. Al respecto, la entidad participa bajo la marca Easy en Chile, Colombia y Argentina, contando en este último, además, con la marca Blaisten.

La industria de distribución de materiales para la construcción y productos para el hogar exige a sus participantes una importante capacidad logística y manejo de volúmenes de venta, para generar costos competitivos. Por ello, es necesario una eficiente logística de distribución y de administración de inventarios, junto con la incorporación de tecnologías.

Esta unidad de negocio, durante los últimos años ha mantenido una participación en los ingresos de Cencosud entre un 11% hasta un 15%, alcanzando el 11,3% a marzo de 2024.

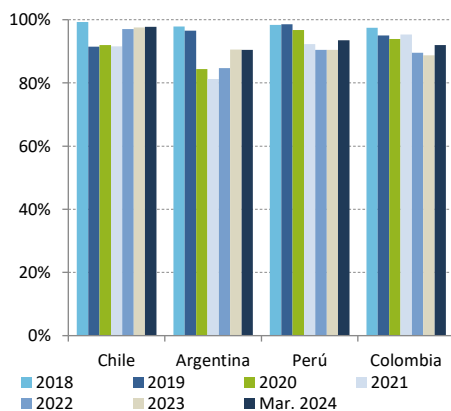
CENTROS COMERCIALES: SUPERFICIE ARRENDABLE

Cifras en miles de metros cuadrados



Fuente: La compañía, considerando tanto superficie para terceros como para entidades del grupo.

ALTOS NIVELES DE OCUPACIÓN EN LOS CENTROS COMERCIALES



Fuente: La compañía.

A su vez, en pesos chilenos y considerando su peso relativo, durante el primer trimestre de 2024, los ingresos registraron una caída del 9,4% en comparación a marzo de 2023, asociado a una disminución del 18,5% en Argentina y a una menor actividad en Chile (-4,3%), que no logró ser compensada con un alza del 33,3% en Colombia.

A igual fecha, la generación de Ebitda ajustada del segmento evidenció una caída del 2,7% hasta situarse en los \$64.049 millones. Al respecto, ante una disminución menor que los ingresos permitió que el margen Ebitda se incrementara hasta el 17,4%, manteniéndose por sobre los rangos históricos.

TIENDAS POR DEPARTAMENTO CONCENTRACIÓN DE SU OPERACIÓN EN CHILE

Las tiendas por departamento presentan una baja capacidad de diferenciación, debido a que existe una rápida reacción de los competidores en conjunto con una estrategia de ventas similar (lanzamientos, ofertas especiales, liquidaciones de temporadas, entre otros).

Debido a lo anterior, los factores que permiten generar una relativa diferenciación entre los competidores son: el posicionamiento de la marca; las marcas propias; las sinergias en el desarrollo del ecosistema digital; diferenciación en los puntos de ventas y devoluciones donde se utilizan ubicaciones de mejoramiento del hogar y supermercados en todo Chile, entre otros aspectos.

En junio de 2020 comenzó un proceso de reorganización, el cual consideraba el cierre a partir de día 1 de julio de 2020 de sus operaciones en Perú, mediante su marca París. Además, en su operación en Chile se realizaron diversas medidas con foco en adaptar el segmento de tiendas por departamento ante las mayores exigencias en la industria, con una mayor relevancia de la venta *online*, sumado a un manejo eficiente de los inventarios y de la cadena logística, entre otros factores.

La participación en los ingresos de este segmento en los ingresos de la compañía se encuentra en los últimos años entre un 11,5% y 7,1% (6,6% a marzo de 2024).

En 2023 los resultados del segmento se vieron afectados ante una fuerte promocionalidad y bajo consumo lo que ocasionó que los ingresos disminuyeran un 10,7% anual mientras que la generación de Ebitda cayó un 53,2% situándose en los \$27.053 millones.

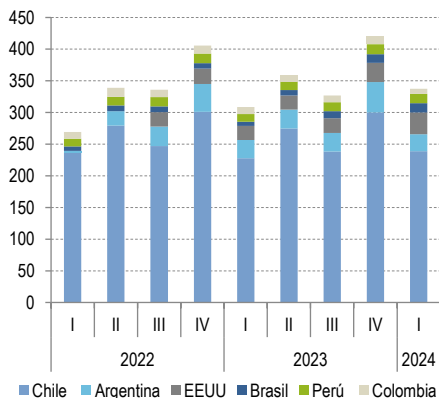
A marzo de 2024, se registró un aumento en los ingresos del 6,2% -producto de una recuperación en el tráfico en tienda y alza en el canal *online*-, además de una recuperación en la generación de Ebitda hasta los \$11.262 millones desde valores deficitarios a marzo de 2023, con un margen del 4,4% (2,5% al cierre de 2023), producto de una mejora en la estrategia de compra y menores niveles de inventarios, ocasionado una menor actividad promocional.

CENTROS COMERCIALES: MÁRGENES Y NIVELES DE OCUPACIÓN ACORDE A LO ESPERADO

Esta línea de negocio consiste en realizar inversiones inmobiliarias, desarrollar y administrar los proyectos. Sus ingresos provienen del arriendo que cobra por el uso de sus instalaciones a empresas relacionadas -Jumbo, Easy, París, entre otras- y del arriendo a terceros de locales comerciales. Estas operaciones se concentran un 61,9% en la filial Cencosud Shopping, clasificada en "AA+/Estables" por Feller Rate, considerando la superficie arrendable.

INGRESOS ONLINE TRIMESTRALES POR PAÍS

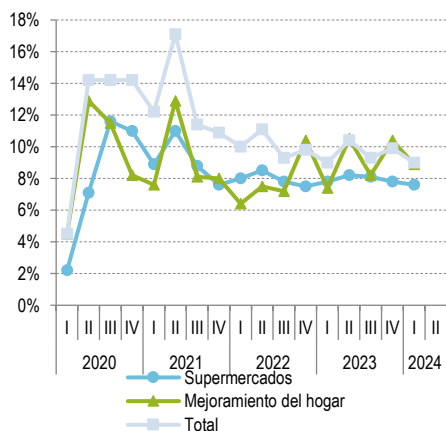
Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía.

PENETRACIÓN DE E-COMMERCE EN LAS VENTAS DE LOS PRINCIPALES SEGMENTOS

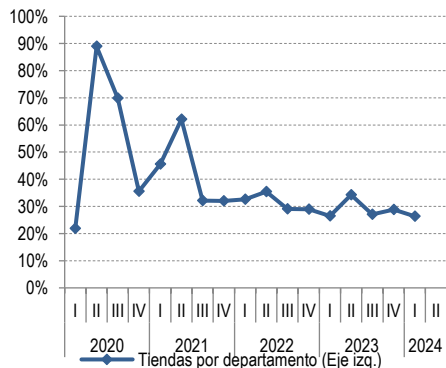
Porcentaje sobre el total de las ventas por segmento



Fuente: La compañía.

PENETRACIÓN DE E-COMMERCE EN LAS VENTAS SEGMENTO TIENDAS POR DEPARTAMENTO

Porcentaje sobre el total de las ventas por segmento



Fuente: La compañía.

A marzo de 2024, los ingresos evidenciaron un aumento del 5,1% respecto a igual periodo del año anterior, principalmente asociado a un incremento del 12,2% en las operaciones en Chile -ante la colocación de nuevos metros cuadrados para arriendo, mejoras en condiciones contractuales, efectos de indexación, entre otros factores-, seguido por un aumento del 30,0% en Perú -considerando la apertura de Cenco La Molina- y un 53,5% en Colombia -ante un mayor nivel de ocupación y efectos del tipo de cambio- que permitieron compensar una caída del 26,1% en Argentina (incremento del 175,5% en moneda local).

A igual fecha, el Ebitda ajustado se incrementó un 3,9%, porcentaje menor que los ingresos, ocasionando que el margen Ebitda disminuyera hasta el 75,6%, no obstante, se mantiene acorde a los rangos de los últimos años (76,4% promedio al cierre entre 2016 y 2023, exceptuando 2020).

A nivel consolidado los niveles de ocupación se han mantenido por sobre el 87%, situándose en el 92,9% al primer trimestre del presente año (90,8% a marzo de 2023). Al respecto, los activos en Chile alcanzaron una ocupación del 97,7%, mientras que en Perú, Colombia y Argentina fue de un 93,5%, 92,0% y 90,5%, respectivamente (en comparación a 97,0%, 95,1%, 90,3 y 85,4%, respectivamente a marzo de 2023).

*Para mayor detalle, vea el Informe de Clasificación de Cencosud Shopping en www.feller-rate.cl, sección Corporaciones.

SERVICIOS FINANCIEROS MAYORITARIAMENTE NO CONSOLIDAN EN EL BALANCE DE LA COMPAÑÍA, DEBIDO A LA MANTENCIÓN DE ACUERDOS ESTRATÉGICOS

Cencosud mantiene la totalidad de la propiedad del negocio de servicios financieros en Argentina. Las otras operaciones del negocio financiero las realiza indirectamente a través de acuerdos estratégicos.

En Chile, desde 2015 la compañía opera sus tarjetas de crédito mediante un *joint venture* con Scotiabank, luego de que vendiera un 51% de la propiedad de la división de servicios de *retail* financiero, por un periodo de 15 años.

En Brasil, Cencosud mantiene un *joint venture* con Banco Bradesco S.A.; mientras que en Colombia la operación se realiza en conjunto con Banco Colpatría; y, a contar de marzo de 2019, se mantiene un acuerdo por las operaciones del Banco Cencosud en Perú con Scotiabank Perú S.A.A.

FORTALECIMIENTO EN LAS MARCAS PROPIAS

Parte de la estrategia de la compañía considera la consolidación de sus marcas propias regionales en lugar de marcas locales, mediante el intercambio comercial de productos entre los países en los que opera para generar mayores eficiencias y fortalecimiento de las marcas propias. En el caso del segmento *non food* se completó dicho proceso en 2014 (i.e. KREA), mientras que en el segmento *food* se ha trabajado desde 2016 con la creación y desarrollo de marcas como Cuisine & Co, Urby, y tras la adquisición se incorporó The Fresh Market. En el último periodo la compañía lanzó su marca La Haciendo incorporando una mayor diversificación.

Ello con el objetivo de fortalecer su portafolio de marcas propias, incrementando su oferta de productos, asociado a los lineamientos de su estrategia a nivel regional, que contempla la calidad de dichos productos y precios competitivos. Esto, considera, entre

EVOLUCIÓN DE LAS APERTURAS Y TRANSFORMACIONES DE TIENDAS

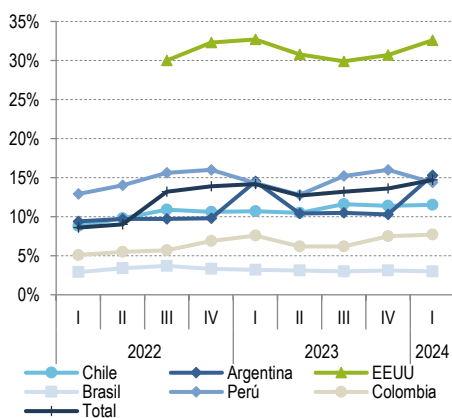
Cantidad de tiendas

	2022	2023	Mar. 24
Chile	14	31	2
Argentina	2	2	3
EE.UU.		2	0
Brasil	22	16	2
Perú	5	1	0
Colombia	3	2	0
Total	46	54	7

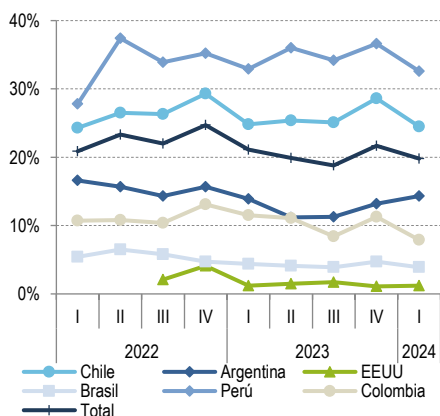
Fuente: La compañía.

PENETRACIÓN DE LAS MARCAS PROPIAS

Participación sobre la venta total
Food



Non Food



Fuente: La compañía.

otros factores, una mayor profundización del proceso de compra centralizada tanto para la categoría *food* como *non food*.

La penetración de las marcas propias sobre el total de las ventas en los últimos años ha estado en rango del 12,6% al 16,9% dependiendo del trimestre, situándose en el 15,9% a marzo de 2024, representando un 31,1% en el caso de las operaciones en Estados Unidos, seguido por Perú (17,2%), Chile (15,7%), Argentina (15,0%), Colombia (7,8%) y Brasil (3,1%).

Al primer trimestre de 2024, se puede apreciar que en el caso de productos *food* su penetración se situó en un 14,7%, evidenciando su mayor participación en el caso de las operaciones en Estados Unidos (32,6%), Argentina (15,3%) y Perú (14,4%), mientras que la categoría *non food* mantuvo una participación del 19,8%, con una mayor incidencia en Perú (32,6%), Chile (24,5%) y Argentina (14,3%).

FOCO EN RENTABILIZACIÓN DE OPERACIONES Y POTENCIAR LA OMNICANALIDAD

En los últimos años, los planes estratégicos de la compañía han apuntado a la omnicanalidad mediante el fortalecimiento y rentabilización de los negocios a través de una propuesta de valor que considera el desarrollo del negocio *online* y el crecimiento tanto orgánico como inorgánico en los mercados con mayor potencial. Ello, contempla como objetivo posicionar a la compañía como un actor líder en el negocio de la alimentación sostenible, integrando las dimensiones ambientales, social y de gobierno corporativo a su modelo.

Así, la estrategia de la compañía cuenta con cinco pilares: i) fortalecimiento financiero, ii) innovación y nuevas tendencias, iii) crecimiento orgánico e inorgánico, iv) desarrollo de talento y v) ESG.

Ello, considera una serie de medidas para la rentabilización de operaciones, mediante mayores eficiencias y automatizaciones, principalmente en el caso del segmento de supermercado. Además, contempla medidas para mayores eficiencias en los inventarios, permitiendo disminuir las necesidades de capital de trabajo, entre otros efectos.

Lo anterior, sumado a una estructura ágil que le permita a la compañía anticiparse a cambios y que pueda adaptarse e incorporar el conocimiento adquirido sobre el consumidor para la toma de decisiones.

Un factor fundamental en la estrategia de la entidad es el potenciamiento de la omnicanalidad y la transformación digital, mediante diversas medidas para el desarrollo continuo del *e-commerce* y el fortalecimiento de su canal digital. Ello, mediante la creación de marcas y formatos para cubrir las necesidades de los clientes, como también en la remodelación y transformación de tiendas existentes, la apertura de nuevas tiendas a nivel regional y el lanzamiento de *App*'s.

En línea con lo anterior, a nivel corporativo se creó Cencosud Media, para mejorar las estrategias publicitarias a través de una plataforma con tecnología analítica avanzada e inteligencia artificial, cuyas operaciones actualmente se encuentran en Chile, Colombia y Argentina, Perú y Brasil.

Además, se incorporó la unidad de negocio Cencosud Venture, con el foco de manejar capital de riesgo a través de la cual se vinculará con emprendedores y *startups* latinoamericanas de soluciones tecnológicas escalables.

— VENTAS ONLINE: FOCO EN CONSOLIDAR SU OPERACIÓN

Parte de la estrategia de transformación digital considera el fortalecimiento de su canal de venta *online* mediante la incorporación de diversas *grey* y *dark stores* en la región con el objetivo de abastecer a los clientes de forma eficiente y rápida. Lo anterior, además incorporando eficiencias mediante la robotización y mejoras en tecnología.

Adicionalmente, en agosto de 2020 Cencosud realizó una alianza estratégica con Cornershop, cuyo acuerdo ha permitido el desarrollo de los canales *e-commerce* de todas las unidades de negocio de la compañía en Chile, Brasil, Perú, Colombia y a través de Uber en Argentina. En 2023 se incorporaron nuevas alianzas de última milla como es el caso de DorrDash y Uber Eats en Estados Unidos y iFood en Brasil.

Otro factor relevante es el lanzamiento de *Apps* en distintos segmentos en donde opera, sumado en el caso de tiendas por departamento a la incorporación del modelo de negocios Marketplace a Paris.cl, incrementando el tráfico y la incorporación de nuevos clientes. Además, en 2023 Cencosud lanzó su billetera digital, CencoPay, con foco en la consolidación de su ecosistema digital.

A contar del segundo trimestre de 2020 la penetración de las ventas *online* con respecto a los ingresos consolidados de la entidad se ha mantenido por sobre el 9%, situándose en un 9,9% en el cuarto trimestre de 2023 y en un 9,0% al primer trimestre del presente año, dado el plan estratégico de la compañía, impulsando el desarrollo de canales digitales mediante *App's* en sus distintos segmentos y la implementación de Jumbo Prime.

Durante dicho periodo al analizar la penetración en las ventas de los principales segmentos en los que opera la entidad, se puede apreciar que para el caso de tiendas por departamento su penetración se ha mantenido por sobre el 25% durante los últimos años (26,4% a marzo de 2024), mientras que para supermercado este valor fluctúa entre un 7% y 9% (7,6% a marzo de 2024), en el caso de mejoramiento del hogar la penetración varía entre un 11% y 6% (8,9% a marzo de 2024).

— OPTIMIZACIÓN DE ESTRUCTURA MEDIANTE REMODELACIONES, TRANSFORMACIONES Y APERTURA DE TIENDAS:

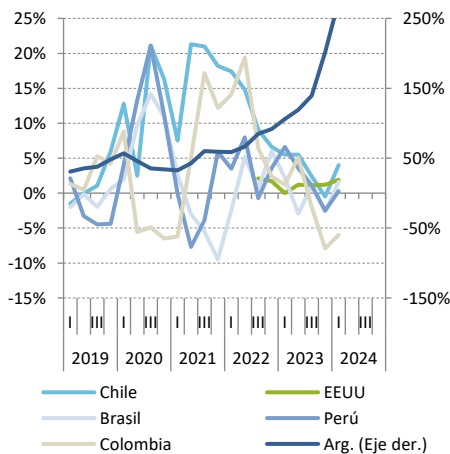
Cencosud en los últimos años ha realizado un plan de renovación de sus tiendas, con foco en una propuesta de valor diferenciada mediante la modernización de las tiendas físicas que pueda permitir mejorar la experiencia del cliente y optimización de su rentabilidad. Ello, considera que entre 2021-2023 se han remodelado más de 589 tiendas (184 durante 2023).

Lo anterior, en conjunto con un plan activo de transformaciones de tiendas y la apertura de nuevos locales, dio como resultado que durante 2023 se incorporaran 44 nuevos locales (31 en Chile, 7 en Brasil, 2 en Colombia, 2 en Estados Unidos y uno en Argentina) aportando una superficie cercana a los 27.992 metros cuadrados, además de la transformación de 10 tiendas, principalmente en Brasil, con una superficie estimada en los 25.232 metros cuadrados. A igual periodo, la entidad realizó el cierre de 12 tiendas (3 en Chile, 6 en Brasil y una en Estados Unidos, en Perú y en Colombia).

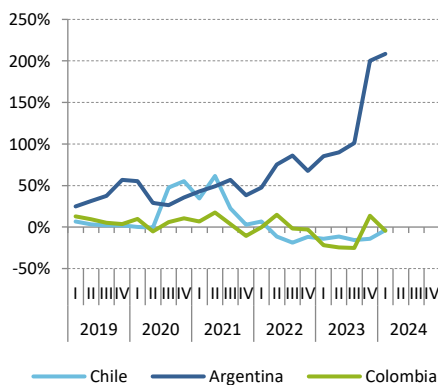
En el transcurso del primer trimestre del año en curso, se han realizado 7 aperturas por una superficie cercana a los 7.131 metros cuadrados, las cuales corresponden 3 en Brasil, 3 en Argentina y 2 en Chile. Además, se realizó la remodelación de 19 tiendas, principalmente en Chile (14).

SAME STORE SALES TRIMESTRAL

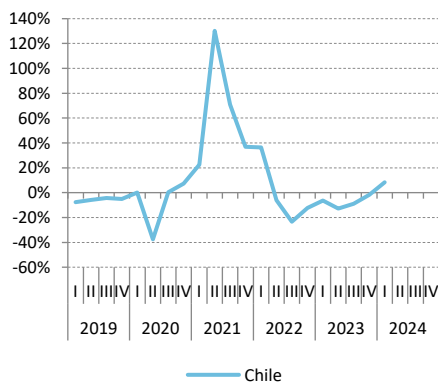
Supermercados



Mejoramiento del Hogar



Tiendas por departamento



INVERSIONES ENFOCADO EN LA MAYOR RENTABILIZACIÓN DE LAS OPERACIONES Y EN EL CRECIMIENTO DE LOS NEGOCIOS MÁS RENTABLES

El plan de inversiones de la entidad considera para 2024 un monto estimado cercano a los US\$641 millones, repartidos en opex (US\$117 millones) y capex (US\$524 millones). Ello con foco en el fortalecimiento de su presencia física mediante la apertura de cerca de 43 nuevas tiendas incorporando cerca de 50.171 metros cuadrados, sumado a la remodelación, transformación y mantenimiento de tiendas existentes. A su vez, considera el desarrollo del canal digital y logística interna, dada la estrategia omnicanal de la entidad.

Al respecto, esto considera 28 nuevas tiendas de supermercados y 11 locales en el formato de conveniencia. Además, se destaca la incorporación de 11 tiendas en Estados Unidos, como también la inauguración de un nuevo Darkstore de 8.400 metros cuadrados en Cenco Costanera y el incremento de cerca de 33 mil metros de GLA en el negocio de centros comerciales.

Feller Rate, considera que la compañía mantendrá un adecuado mix de financiamiento de su plan de inversiones, concentrado en la utilización de la generación propia, implicando menores presiones en la posición financiera.

DESACELERACIÓN EN EL SAME STORE SALES EN EL SEGMENTO DE SUPERMERCADO

Las variaciones en el *Same Store Sales* (SSS) en cada uno de los principales segmentos de la compañía, se debe al desempeño económico de las economías en donde participa y como estas pueden afectar, de forma positiva o negativa, el consumo interno en cada país, sumado a los efectos inflacionarios, planes de remodelación de tiendas y otros efectos.

En 2022, se observó un relevante crecimiento en los niveles de inflación en los países donde participa la entidad, sumado a un menor consumo, menores niveles de liquidez y un escenario más desafiante para cada una de las economías, entre otros factores.

Durante 2023 se continuó observando un escenario con relevante inflación, pero menos que en años anteriores en casi todos los países, exceptuando Argentina, además de un consumo alicaído, entre otros efectos que ocasionaron en el caso de Chile el SSS pasara desde un 5,5% en los primeros dos trimestres hasta situarse en un -0,5% ante un consumo contraído y mayores niveles de promocionalidad; mientras que en Argentina los altos niveles de inflación generaron que su SSS aumentara de forma constante durante el año hasta un 201,7% al cuarto trimestre.

En el caso de las operaciones en Estados Unidos, a pesar de los menores niveles de consumo y un aumento en la promocionalidad, se registró un SSS por sobre el 1% a contar del segundo trimestre del año (1,2% al cuarto trimestre), mientras que en Colombia se registró caídas en su SSS en los últimos trimestres hasta un -7,9% ante las menores ventas.

Durante 2023 las actividades en Brasil registraron SSS negativos durante el segundo y cuarto trimestre (-2,6%), no obstante, al analizar por segmento se puede apreciar que esto proviene de supermercados (-6,0% al cuarto trimestre) mientras que el formato *cash & carry* evidenció un aumento del 3,5% y un 32,1% en el formato conveniencia. Esto, ocurre de forma similar en el caso de Perú en donde al cuarto trimestre se registró un SSS deficitario por -2,5%, proveniente principalmente del formato supermercado (-

3,4%), mientras que formato *cash & carry* mostro un aumento del 3,4% y tiendas de conveniencia del 60,5%.

Al primer trimestre de 2024, se observó una relativa recuperación en los niveles de actividad en comparación al cierre del año anterior, pero por debajo de lo registrado durante el primer trimestre de 2023. Así en Chile se obtuvo un SSS de 4,0% (5,5% a marzo de 2023) seguido por Estados Unidos con un 1,9% (0% a marzo 2023), Brasil con un 1,6% (2,2%) y Perú con un 0,3% (6,6% al primer trimestre de 2023), mientras que Argentina continuo con su tendencia de alta inflación hasta el 274,6% (105,7% a marzo de 2023) y Colombia se mantuvo en valores deficitarios (-6,0%).

La unidad de negocio mejoramiento del hogar durante 2023 evidenció una fuerte caída en su SSS en el caso de Chile ante un menor consumo registrando valores deficitarios en los cuatro trimestres en el rango del -13,8% (-14,1% al cuarto trimestre), mientras que en Colombia el indicador de SSS durante el cuarto trimestre se situó en un -13,6%. A marzo de 2024 la situación continua con un consumo alicaído evidenciando un SSS negativo para ambos países (-3,6% en Chile y -4,6% en Colombia).

En el caso de las operaciones en Argentina, para esta unidad de negocio, su comportamiento está asociado a los altos niveles de inflación que han ocasionado un crecimiento relevante del SSS pasando de niveles del 70% en 2022 hasta el 200,1% al cuarto trimestre de 2023 y del 208,5% al primer trimestre de 2024.

El segmento de tiendas por departamento durante 2023 continuó evidenciando valores deficitarios en el SSS, pero con una tendencia hacia una recuperación considerando que al primer trimestre el indicador era de -26,5% y al cuarto trimestre alcanzó un -1,7%. A marzo de 2024 se observó una recuperación en dicho indicador hacia valores positivos situándose en un 8,2%.

ADECUADO MANEJO DE INVENTARIO, CUENTAS POR COBRAR Y NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO

Un factor relevante para las industrias en donde participa la compañía es el manejo del capital de trabajo de sus operaciones, considerando tanto los niveles de inventario como las cuentas por cobrar y por pagar.

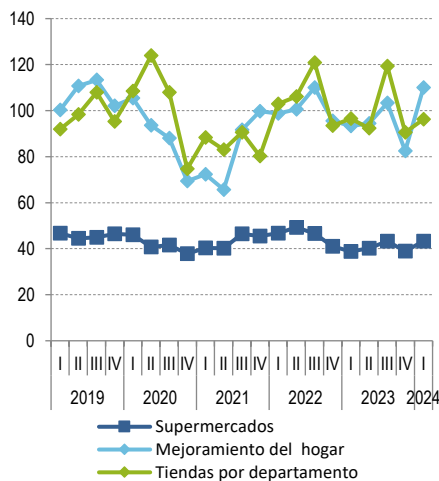
Tras evidenciar dos años de disminución de inventario (2019-2020) los años posteriores se evidenció un fuerte crecimiento pasando de los \$903.169 millones en 2020 hasta los \$1,5 billones a fines de 2022, producto de una mayor actividad en sus principales segmentos y las presiones inflacionarias.

A diciembre de 2023, dicho stock evidenció una caída del 6,6% anual situándose en los \$1,4 billones, debido al menor consumo en la región que implicó una estrategia de contención de costos y mayores niveles de promocionalidad para disminuir inventario, lo cual se encuentra asociado a una disminución relativa en cada uno de sus segmentos con una baja del 17,8% en mejoramiento del hogar, seguido por tiendas por departamento (-13,7%) y supermercados (-1,3%).

Al primer trimestre de 2024 se registró un crecimiento del 16,0% en comparación al cierre del año anterior. Esto, considerando su peso relativo, se encuentra asociado a mayores niveles de inventarios principalmente en el segmento supermercado, seguido por mejoramiento del hogar y, en menor medida, por tiendas por departamento.

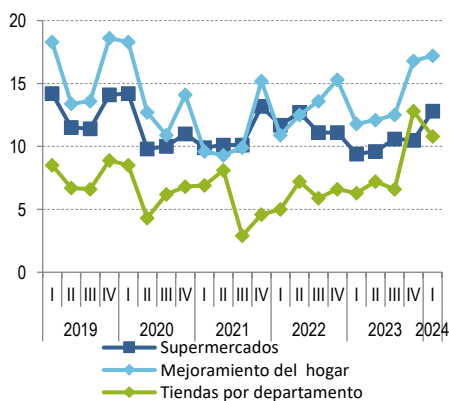
Durante los últimos trimestres, la evolución de los días de inventarios del segmento de supermercado se ha mantenido entre los 38 y 43 días (43,3 días a marzo de 2024), mientras que en el caso de mejoramiento del hogar fluctúan entre los 80 y 110 días (110 días al primer trimestre de 2024) y en el caso de tiendas por departamento varían entre los 90 y 120 días (96,3 días a marzo de 2024).

DÍAS DE INVENTARIO POR SEGMENTO



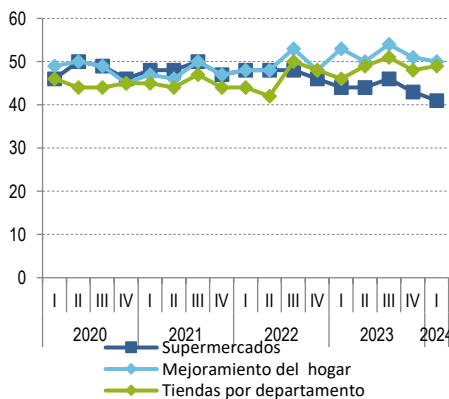
Fuente: La compañía.

DÍAS POR COBRAR PROMEDIO



Fuente: La compañía.

DÍAS POR PAGAR



Fuente: La compañía.

Al respecto, en el primer trimestre del presente año, se puede apreciar un incremento en los días de inventarios en el caso de supermercado proveniente mayoritariamente del efecto del tipo de cambio en Argentina, Brasil y Colombia, mientras que en el segmento de mejoramiento del hogar su alza se encuentra asociada a la menor venta en Argentina durante el periodo.

Por su parte, tiendas por departamento, continua con su política de compras más conservadora resultando en menores niveles de inventario.

Al analizar las cuentas por cobrar de la entidad, se puede observar que la cartera bruta de deudores sobre ingresos anualizados mantiene una participación por debajo del 7%, situándose en un 6,3% a marzo de 2024, mientras que la cartera con mora mayor a 90 días mantiene una incidencia en los ingresos por debajo del 0,5% (0,2% a marzo de 2024).

A marzo de 2024, la mora de deudores mayores a 90 días alcanzó el 4,0% de la cartera, con una cobertura de 1,1 veces. En el caso de las cuentas por cobrar a empresas relacionadas, estas mantienen una participación por debajo del 0,5% en los últimos años.

En el caso de los días de cobros, en el caso de supermercados y mejoramiento del hogar en los últimos trimestres el indicador varió entre los 9 a 18 días (12,8 y 17,2 días a marzo de 2024, respectivamente), mientras que en el caso de tiendas por departamento fluctuó entre los 7 a 13 días (10,8 días a marzo de 2024). El segmento de centros comerciales los días de cobros estuvieron en el rango de los 25 y 46 días (25,7 días a marzo de 2024).

Durante los últimos años, los días por pagar en promedio se mantienen acorde a los rangos registrados para las principales unidades de negocio de la compañía.

SÓLIDA POSICIÓN COMPETITIVA ASOCIADA A MARCAS FUERTES Y ELEVADAS PARTICIPACIONES DE MERCADO EN CADA UNO DE SUS SEGMENTOS DE NEGOCIO

Cencosud es uno de los principales conglomerados del sector *retail* en Sudamérica, manteniendo operaciones en cinco países: Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia. El posicionamiento de la compañía en cada uno de sus segmentos se sustenta en el alto reconocimiento de sus marcas y en el gran tamaño de mercado que mantiene.

En el segmento de supermercados, en Chile Cencosud bajo las marcas Jumbo, Santa Isabel y Spid se posiciona como el segundo operador de supermercados en el país en términos de ingresos y tercero por cantidad de supermercados. Sus principales competidores son Walmart, SMU y Falabella, con las marcas Líder, Unimarc y Tottus, respectivamente.

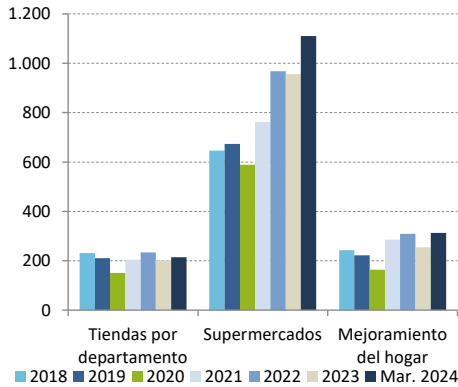
En Argentina concentra su operación bajo las marcas de Jumbo, Disco, Vea y Spid, siendo el segundo actor más relevante por participación de mercado. Al respecto, en el país existe una fuerte competencia, principalmente de las cadenas informales y de supermercados a nivel mundial como Carrefour y Coto (empresa local).

Por su parte, en Brasil el mercado es dispar en las distintas zonas en las que se opera. En el noreste la industria está muy atomizada y es menos formal, mientras que en Río de Janeiro hay mayores niveles de competencia. A nivel nacional, los mayores competidores son CBD y Carrefour.

En el caso de Perú se evidencia en la industria de supermercados un alto potencial de crecimiento, lo que ha fomentado la fuerte competencia. La compañía participa en este

INVENTARIO POR SEGMENTO

Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía.

EVOLUCIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR A CLIENTES Y EMPRESAS RELACIONADAS

Indicadores a marzo anualizados

	2022	2023	Mar. 24
Cartera Bruta (MM\$)	839.589	738.670	916.905
Provisiones (MM\$)	41.958	36.830	41.306
Mora mayor a 90 días	3,65%	4,2%	4,0%
Cobertura mora mayor a 90 días	1,4	1,2	1,1
Cartera bruta / Ingresos totales (%)	5,9%	5,2%	6,3%
Cartera mora mayor a 90 días / Ingresos totales (%)	0,2%	0,2%	0,2%
Cuentas por cobrar EERR corto plazo/ Ingresos (%)	0,1%	0,1%	0,1%

Fuente: La compañía

segmento bajo las marcas Wong, Metro y Spid, alcanzando el segundo lugar por cantidad de tiendas y por superficie de venta, cuyos principales competidores son Supermercados Peruanos y Falabella.

En la unidad de mejoramiento de hogar en Chile, bajo la marca Easy, se posiciona como el segundo actor más relevante en términos de ventas y por metros cuadrados de ventas, tras Sodimac del grupo Falabella. Por su parte, en Argentina, Easy es líder del mercado de mejoramiento del hogar, siendo su principal competencia empresas que se dedican a la comercialización especialista en algún segmento, como Pinturerías del Centro (pinturas), Barujel, Azulay (cerámicas y artefactos para el baño) y Sodimac, entre otras.

PRINCIPALES FACTORES ESG CONSIDERADOS EN LA CLASIFICACIÓN

La compañía cuenta con una estrategia de negocio sostenible mediante cuatro pilares: gobierno corporativo, producto, planeta y personas. En línea con ello la entidad realiza un *newsletter* regional de sostenibilidad y conformó un comité de sostenibilidad, el cual está compuesto por distintas gerencias en los cinco países (relación con los inversionistas y sostenibilidad, recursos humanos, asuntos corporativos, marketing y clientes).

Además, Cencosud cuenta con políticas de gestión ambiental y eficiencia energética, satisfacción al cliente, diversidad e inclusión, vínculos comunitarios, compromiso de proveedores, bienestar animal, oferta sostenible, entre otros.

Cencosud cuenta con una clasificación de las variables ASG (ambiental, social y gobiernos corporativos) del índice de MSCI de "BBB". Además, la compañía participa como miembro del Índice Dow Jones Sustainability Index encontrándose en el 5% con mejor evaluación en la industria Food & Staples a nivel mundial en 2023.

Durante 2023 se realizó un análisis de materialidad siguiendo las directrices del estándar Global Reporting Initiative (GRI), con foco en identificar la doble materialidad en comparación al año anterior, priorizando los temas materiales considerando su impacto financiero y socio ambiental en la operación.

— AMBIENTALES

La entidad cuenta con una estrategia de gestión ambiental, la cual se encuentra formalizada en su política medioambiental y eficiencia energética. Al respecto, realiza la medición de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de alcance 1 y 2, indicadores de consumo energético e hídrico, generación de residuos, embalaje responsable, entre otros.

Cencosud, se encuentra avanzando en una gestión eficiente y responsable del uso energético de sus operaciones, con la incorporación de luminarias LED (62% a fines de 2023 a nivel regional), recambio de infraestructura, tecnología en refrigerantes, energía renovable, flota eléctrica, economía circular y su respectivo seguimiento y control.

A nivel regional la compañía ha incorporado el abastecimiento de energía renovable no convencional (ERNC) por medio de la compra de energía a generadores, alcanzando un 470.323 MWh (303.618 MWh en 2022) del consumo de energía proviene de fuentes renovables, principalmente proveniente de las operaciones en Brasil y Chile, lo que corresponde al 34% del total (23% en 2022). Asimismo, a nivel regional el 31% de los residuos de la operación son reciclados.

Desde 2019 la entidad cuantifica la huella de carbono en los países donde opera (Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú), durante 2023 se realizó mediante los datos

obtenidos en años anteriores para categorizarla, sistematizarla y automatizarla bajo GHG protocolo y la ISO 14.064:2018.

En términos de emisiones de dióxido de carbono equivalente (CO₂e) en 2023 el alcance 1, emisiones directas, se situaron en las 559.947 (TonCO₂eq) un 12% menor que el año anterior, mientras que el alcance 2, emisiones indirectas, alcanzó las 167.717(TonCO₂eq) registrando una caída anual del 10%. En el caso del alcance 3 evidenció un crecimiento anual del 8% situándose en las 95.338 (TonCO₂eq).

Cencosud Chile se implementó un sistema de gestión de energía, con el objetivo de mejorar la eficiencia energética y disminuir el consumo, en línea con la ISO 50.001.

Los supermercados del grupo están comprometidos con el desafío de evitar y disminuir la pérdida y el desperdicio de alimento, por lo cual durante 2021 se lanzó su declaración sobre dicho tema, con el objetivo de oficializar su responsabilidad por desarrollar eficiencias en su cadena de valor que posibiliten gestionar los productos de vida útil destinados a ser desechados, a través de iniciativas de donación, disposición final y consumo responsable a nivel regional.

Durante 2023 el programa regional de rescate de alimentos recuperó más de 1.800 toneladas de alimentos, beneficiando a organizaciones que apoyan los sectores más vulnerables en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

— SOCIALES

Los principales actores sociales vinculados a la empresa son sus trabajadores. Al respecto, la mayor parte de la regulación laboral vigente se aplica a la industria en consideración al vínculo o relación laboral existente entre la entidad y sus empleados. La entidad mantiene un modelo de diversidad e inclusión, enfocado en contribuir a una sociedad más inclusiva.

Al respecto, durante 2023, se destinaron \$6.045 millones para capacitaciones, cerca del 0,04% de los ingresos anuales de la compañía, abarcando el 85,1% de la dotación total.

La entidad ha realizado diversas medidas como es el caso de empleo con apoyo e inclusión laboral; donaciones y colaboraciones; contribución a causas sociales; vínculo con las comunidades; cuidado y promoción de la salud y seguridad para sus colaboradores, entre otros. Jumbo Chile convocó a PYMES como parte de su estrategia para potenciar el abastecimiento local con sus productos en los supermercados de la compañía.

Durante 2023 el 49% de los colaboradores de Cencosud estaban acuerdos de negociación colectiva. Al respecto no se reportan huelgas en sus operaciones.

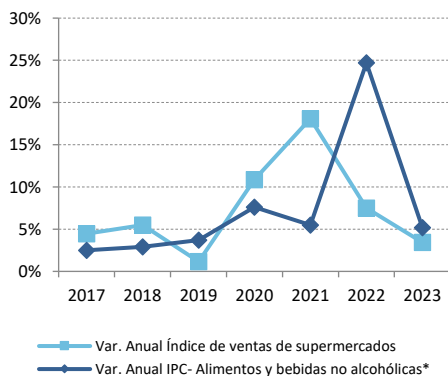
En los países en donde opera la entidad cuenta con distintos programas de diversidad e inclusiones, de los cuales se destaca "empleo con apoyo" para incluir laboralmente a personas en situación de discapacidad, entre otros.

— GOBIERNO CORPORATIVO

La estructura de gobierno corporativo de la entidad adopta procedimientos corporativos basados en la probidad, transparencia, cumplimiento de la Ley N° 20.383 de gobiernos corporativos de Chile y de las normativas que regulan el comportamiento de la compañía en los respectivos países donde opera. Ello, además considera procesos internos de reporte y supervisión del desempeño en ámbitos financieros y no financieros, incluyendo cambio climático.

El directorio de la compañía, elegido por un periodo de tres años renovables, se encuentra compuesto por nueve miembros, Julio Moura, Manfred Paulmann, Peter

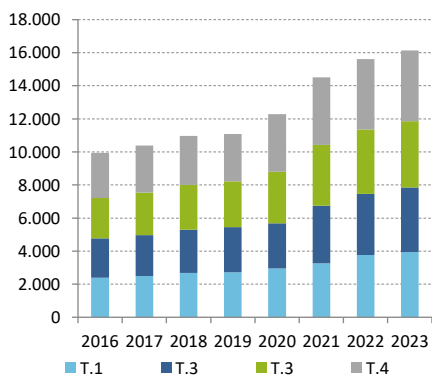
CRECIMIENTO DEL ÍNDICE DE VENTAS DE SUPERMERCADOS Y DEL IPC DE ALIMENTOS



Fuente: INE.

EVOLUCIÓN ÍNDICE DE VENTAS DE SUPERMERCADOS

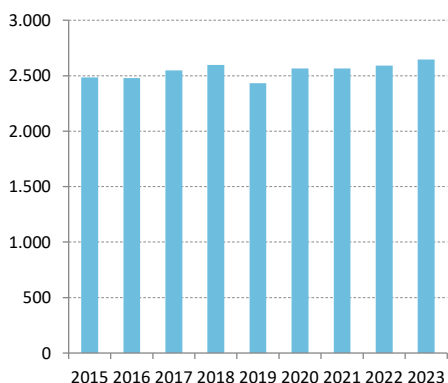
Ventas a precios corrientes en miles de millones de pesos



Fuente: INE.

EVOLUCIÓN SUPERFICIE DE VENTAS DE SUPERMERCADOS

Cifras en miles de metros cuadrados por establecimiento



Fuente: INE.

Paulmann, Felipe Larraín, Josefina Montenegro, Mónica Jiménez, María Leonie, Carlos Fernández (independiente), Ignacio Pérez (independiente).

Al respecto, el directorio recibe mensualmente un informe sobre la gestión y los resultados de las distintas unidades de negocios de la compañía, además de ser informado regularmente sobre riesgos relevantes asociados a la continuidad operacional y a la sostenibilidad del negocio.

La compañía cuenta con diversos comités de apoyos de los cuales se destacan los comités de: e-commerce, seguridad informática, ética, inversiones, tributario, finanzas, sostenibilidad, corporate ventures, libre competencia, entre otros. En 2023, el directorio aprobó la actualización del manual de manejo de información para el mercado.

PARTICIPACIÓN EN INDUSTRIAS COMPETITIVAS, CUYA FUERTE SENSIBILIDAD AL CICLO ECONÓMICO ES MITIGADA EN PARTE POR SU EXPOSICIÓN AL RUBRO DE SUPERMERCADOS

A través de sus múltiples formatos y en los países en donde opera la compañía mantiene una mayor diversificación que mitiga, en parte, las contracciones en una economía en particular. No obstante, dicha situación se acentúa al participar en mercados más volátiles que Chile.

Al respecto, los segmentos de tiendas por departamento, mejoramiento del hogar y servicios financieros se ven más afectados ante condiciones macroeconómicas desfavorables, como altas tasas de desempleo, elevada inflación y bajo crecimiento. Particularmente, las tiendas de mejoramiento del hogar se encuentran fuertemente ligados al desarrollo económico, principalmente, asociado a los ciclos del segmento de la construcción.

Sin embargo, Cencosud mitiga esta exposición gracias a la importante participación que tiene el negocio de supermercados y de centros comerciales en sus resultados.

Dentro de todas las actividades relacionadas con el comercio masivo, los supermercados evidencian una menor sensibilidad frente a los ciclos adversos debido a que los bienes comercializados -principalmente abarrotes- son en gran medida artículos de primera necesidad.

A NIVEL NACIONAL MAYOR ESTABILIZACIÓN TANTO EN LA INFLACIÓN DE ALIMENTOS COMO EL AUMENTO EN LAS VENTAS DE SUPERMERCADOS

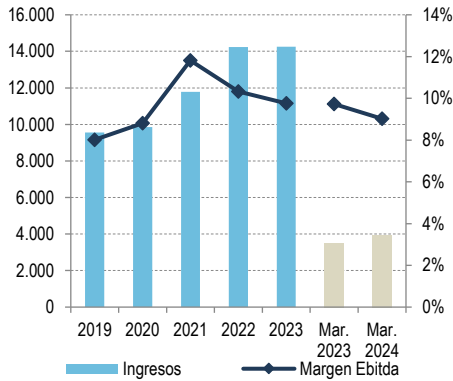
En términos de ventas de los supermercados a precios corrientes, al cierre de 2023 alcanzaron, bajo cifras publicadas por el INE, los \$16,1 billones, evidenciando un alza anual del 3,5%, manteniendo una adecuada tasa de crecimiento, pero menor que en años anteriores (12,2% promedio 2020-2022).

Durante el periodo analizado, el crecimiento acumulado del índice de ventas a precios corrientes de supermercados se ha mantenido por lo general por sobre lo registrado en la inflación de alimentos y bebidas no alcohólicas. Sin embargo, los últimos dos años la variación anual de la inflación de alimentos y bebidas no alcohólica se incrementó por sobre la variación acumulada del ISUP (5,2% versus 3,5% en 2023).

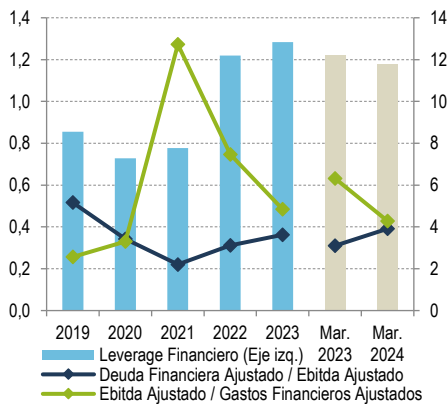
En términos de superficie de los establecimientos de supermercados informados por el INE, a fines de 2023, alcanzaron los 2.647.006 metros cuadrados, un 2,1% mayor que lo registrado en 2022.

EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y MÁRGENES

Ingresos en miles de millones de pesos

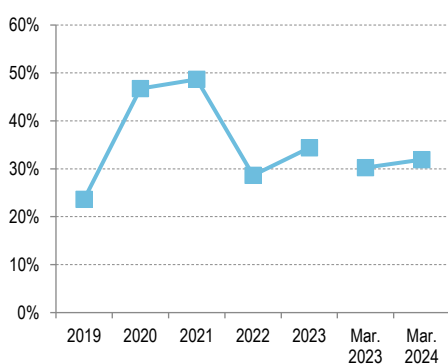


EVOLUCIÓN ENDEUDAMIENTO E INDICADORES DE SOLVENCIA



INDICADOR DE COBERTURA

FCNOA / Deuda Financiera Ajustado (%)



POSICION FINANCIERA

SÓLIDA

A CONTAR DE 2018, ARGENTINA SE INCORPORÓ COMO UNA ECONOMÍA HIPERINFLACIONARIA, GENERANDO EFECTOS EN LOS RESULTADOS DE LA COMPAÑÍA

A partir de julio de 2018, Argentina se convierte en una economía hiperinflacionaria. Ello generó cambios contables que implicaron que todos los importes correspondientes a los estados del ejercicio más reciente se convierten al tipo de cambio de cierre del estado de situación financiera más reciente.

A partir de dicha fecha se aplica para las subsidiarias que tienen el peso argentino como moneda funcional la NIC 29, realizando para las transacciones y los saldos de partidas no monetarias al final del ejercicio una re-expresión para reflejar la evolución del índice de precios que esté vigente al cierre.

RESULTADOS Y MÁRGENES:

Retorno de márgenes hacia los rangos registrados en 2020 debido al incremento en los costos, entre otros efectos. No obstante, se mantienen acorde a los rangos esperados

La evolución de los resultados de Cencosud, se basa principalmente en las condiciones económicas y expectativas de consumo en los países de la región, con distintos grados de sensibilidad según el tipo de negocio.

En consideración a los márgenes, su desempeño es disímil entre cada segmento. Al respecto, el negocio de supermercados, principal generador de caja para Cencosud, se caracteriza por presentar bajos márgenes de operación, aunque con elevados volúmenes. Con respecto al de renta inmobiliaria, presenta bajos niveles de ingreso, pero márgenes Ebitda elevados.

A marzo de 2024 Cencosud presentó ingresos por \$3,9 billones con un avance del 12,4% en comparación a igual periodo del 2023 (9,5% de crecimiento excluyendo el impacto de los ajustes por hiperinflación de Argentina), con un incremento del 12,7% asociado a las actividades de las tiendas físicas, 12,3% proveniente del canal online y un 4,4% de otros ingresos.

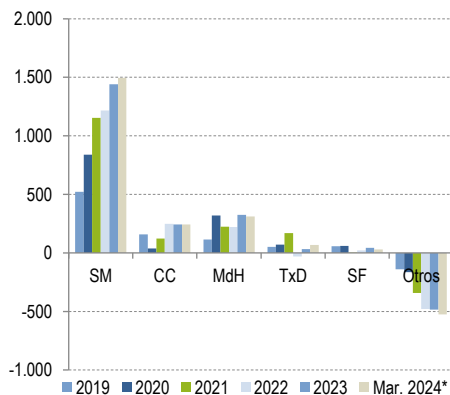
Al analizar por país -según su peso relativo, en pesos chilenos y excluyendo el efecto NIC 29- el crecimiento se encuentra asociado a una mayor actividad en Brasil (29,5%), seguido por Estados Unidos (22,4%), Chile (4,1%), Colombia (34,7%) y Perú (18,5%), que lograron compensar la baja registrada en Argentina (-6,8%).

A igual fecha, al analizar los ingresos por unidad de negocio de Cencosud -en pesos chilenos, excluyendo el efecto NIC 29- se puede apreciar que el mayor crecimiento proviene de supermercados con un alza del 13,0%, seguido por tiendas por departamento (6,2%) y en centros comerciales (5,1%), que lograron mitigar las disminuciones registradas mejoramiento del hogar y servicios financieros, situadas en un -9,4% y -12,2%, respectivamente.

El Ebitda ajustado (incluye participaciones en asociadas en negocios conjuntos, descontando el efecto de IFRS16 y excluye las propiedades de inversión de los activos de Shopping) alcanzó al primer trimestre del presente año los \$289.721 millones a nivel

FLUJO DE CAJA DE LA OPERACIÓN POR SEGMENTO

Cifras en miles de millones de pesos

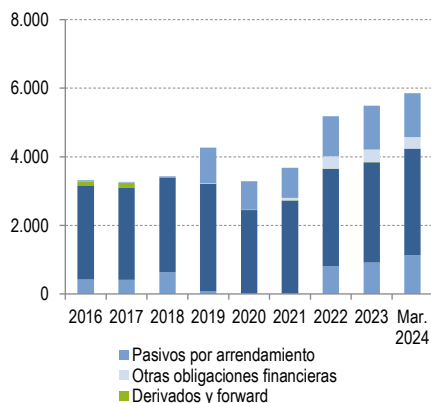


Fuente: La compañía.

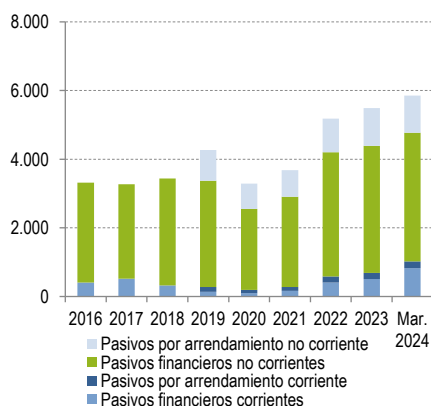
*Marzo anualizado doce meses móviles

EVOLUCIÓN DE LA DEUDA FINANCIERA

Cifras en miles millones de pesos



Deuda Financiera corriente y no corriente



consolidado, registrando un aumento del 2,2% en comparación a lo obtenido en marzo de 2023. Este incremento, proviene en parte por una mayor rentabilización de las operaciones en Chile, Estados Unidos, Argentina y Perú, sumado a una disminución en la actividad promocional en conjunto con mejores condiciones con proveedores.

Al analizar el Ebitda ajustado por segmento se puede apreciar un incremento en el Ebitda ajustado de supermercados, centros comerciales y servicios financieros, sumado a la recuperación en la generación en tiendas por departamento hacia valores positivos que permitieron compensar la leve baja registrada en mejoramiento del hogar.

A pesar del mayor crecimiento de los costos operaciones en comparación a los ingresos, se debe destacar que la entidad ha mantenido una estrategia enfocada en la rentabilización de los negocios y potenciando la omnicanalidad, tanto por medio de los canales digitales como por la incorporación de nuevas tiendas físicas, sumado a mayores eficiencias en los modelos de negocios como también al incremento en la fidelización de clientes, mediante el fortalecimiento de las marcas propias a nivel regional y la suscripción al programa Prime.

Ante las mayores presiones en costos mencionadas anteriormente el margen Ebitda ajustado de la compañía disminuyó hasta el 7,3% a marzo de 2024 (8,1% a marzo de 2023 y 8,2% a fines de 2023), pero se mantiene por sobre los rangos históricos considerando en promedio un 6,6% entre 2014 y 2019.

Parte fundamental de la estrategia de la compañía en cada uno de sus segmentos en los que participa es el manejo de las necesidades de capital de trabajo, considerando los niveles de inventarios, control de costos operacionales, cuentas por cobrar y pagar, entre otros factores.

Al respecto, durante los últimos años la entidad ha presentado una generación favorable de flujo de caja neto operacional ajustado (FCNOA) superando el \$1 billón a contar de 2020 (\$551.882 millones en promedio entre 2015-2019), situándose en los \$1,4 billones al cierre de 2023 (\$1,2 billones en 2022).

A marzo de 2024 el FCNOA se situó en los \$88.558 millones, evidenciando un aumento del 16,4% con respecto de marzo de 2023, lo cual se encuentra asociado principalmente a un mayor flujo proveniente del segmento de supermercado (57,8%), sumado a una recuperación en tiendas por departamento, que compensaron un menor flujo proveniente de mejoramiento del hogar y valores deficitarios en servicios financieros y otros.

Lo anterior, considerando un FCNOA anualizado y un mayor nivel de pasivos financieros ajustados, generaron que el indicador de cobertura FCNOA sobre deuda financiera ajustada se mantuviera por sobre el 25%, situándose en un 31,9% a marzo de 2024 (30,2% a marzo de 2023 y 34,4% a diciembre de 2023), manteniéndose por sobre lo registrado al cierre de los años entre 2014 y 2019.

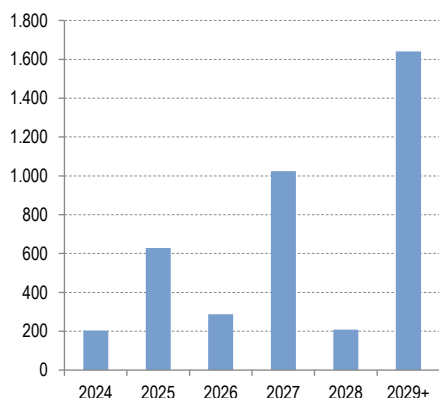
ENDEUDAMIENTO Y COBERTURAS:

Incremento en los niveles de deuda financiera asociada a mayores necesidades de financiar el capital de trabajo. No obstante indicadores de cobertura acorde a los rangos esperados

A nivel consolidado la compañía en los últimos años evaluados, se observó un crecimiento asociado tanto a mayores necesidades de capital de trabajo sumado al plan de inversiones realizado por la entidad, que consideró, entre otros factores, la adquisición de The Fresh Market en Estados Unidos y GIGA Atacado en Brasil, lo que gatilló un incremento en la deuda financiera ajustada hasta los \$4,2 billones a fines de

PERFIL DE AMORTIZACIÓN

Cifras en millones US\$



Fuente: La compañía.

MARGEN BRUTO

Cifras en millones de pesos

Supermercados

	2022	2023	Marzo 2024*
Chile	1.241.160	1.308.549	1.261.400
Argentina	528.117	617.979	554.463
EE.UU.	347.334	629.863	391.961
Brasil	336.532	349.109	356.903
Perú	265.732	267.160	278.336
Colombia	179.412	164.213	189.785
Subtotal	2.898.287	3.336.873	3.032.848

Mejoramiento del hogar

	2022	2023	Marzo 2024*
Chile	244.210	215.653	245.835
Argentina	375.352	441.252	374.575
Colombia	19.144	14.024	19.517
Subtotal	638.706	670.929	639.927

Tiendas por departamento

	2022	2023	Marzo 2024*
Chile	305.138	272.694	320.642

Centros Comerciales

	2022	2023	Marzo 2024*
Chile	178.581	199.025	175.176
Argentina	60.615	74.255	56.894
Perú	15.763	16.960	18.760
Colombia	9.061	8.811	10.128
Subtotal	264.020	299.051	260.958

*números a marzo se encuentran anualizados.

2023, considerando pasivos por la adquisición como la incorporación de la deuda de dichas sociedades para su operación y las necesidades de capital de trabajo en sus principales operaciones.

Al primer trimestre del presente año, los pasivos financieros ajustados (descontando efecto IFRS 16 por arrendamiento) se situaron en los \$4,6 billones un 16,6% en comparación a marzo de 2023 y se registró un alza del 13,5% al considerar la deuda financiera neta de caja, dado los mayores niveles de caja durante el periodo.

La base patrimonial de Cencosud durante los últimos años ha evidenciado un comportamiento dispar, debido a los niveles de dividendos que ha realizado la entidad sumada a los efectos en otras reservas derivadas de la conversión de monedas y opciones financieras dependiendo del periodo, ocasionando caídas en 2020 y 2022, para posteriormente evidenciar un leve crecimiento en 2023 hasta los \$4,3 billones.

A marzo de 2024 se registró un aumento del 16% en comparación al cierre del año situándose en los \$5,0 billones, a pesar de las pérdidas registradas durante el periodo (\$601 millones), debido a diferencias de cambio de conversión.

Así, considerando el incremento en los niveles de deuda de los últimos periodos, el leverage ajustado (descontado efecto IFRS 16) que se había mantenido entre las 0,5 y 0,6 veces hasta 2021, se incrementó hasta las 1,0 vez a diciembre de 2023, disminuyendo levemente hasta las 0,9 veces a marzo de 2024.

Cencosud cumple con holgura los covenants asociados a sus bonos corporativos, considerando que debe mantener un ratio de activos libres de gravámenes restringidos sobre el capital adeuda por concepto de los bonos sea mayor o igual a las 1,2 veces (4,8 veces a marzo de 2024), además de mantener un endeudamiento bajo los cálculos establecidos en los bonos igual o menor que las 1,22 veces (0,72 veces a marzo de 2024) y un patrimonio mínimo de UF 11,5 millones (UF 133,75 millones al primer trimestre del presente año).

Los indicadores de cobertura de Cencosud se han visto presionados en los últimos años debido al fuerte plan de inversiones ejecutado y un menor dinamismo en la región. No obstante, estos se mantienen acorde a los rangos esperados para su clasificación actual.

Así, a marzo de 2024, el indicador de deuda financiera neta ajustada sobre Ebitda ajustado alcanzó las 3,3 veces, mayor que lo registrado a fines de 2023 (3,0 veces) y la cobertura de Ebitda ajustado sobre gastos financieros ajustados (incorporando efecto IFRS 16) disminuyó hasta las 4,3 veces (4,8 veces a diciembre de 2023).

LIQUIDEZ: SÓLIDA

Cencosud mantiene una liquidez clasificada como "Sólida". A marzo de 2024 consideró un nivel de caja por \$687.617 millones, sumado a una generación de FCNOA y Ebitda ajustado anualizado por \$1,2 billones y \$1,5 billones, respectivamente, en comparación a vencimientos de corto plazo por \$825.786 millones, sin considerar pasivos por arrendamiento operacional (IFRS 16).

Además, se consideran las necesidades de financiamiento que implica el actual plan de inversiones de la compañía, sumado al gasto financiero estimado para el periodo y al pago de dividendos, entre otros factores.

Adicionalmente, la liquidez de la compañía se ve respaldada por líneas de crédito disponibles (no comprometidas), sin utilizar, por cerca de \$675.854 millones y por su amplio acceso al mercado financiero tanto nacional como internacional, junto con en un perfil de vencimientos estructurado en el largo plazo.

PRINCIPALES FUENTES DE LIQUIDEZ

- Caja y equivalentes, a marzo de 2024, por \$687.617 millones.
- Una generación consistente con un margen Ebitda en el rango considerado en nuestro escenario base.

PRINCIPALES USOS DE LIQUIDEZ

- Amortización de obligaciones financieras acordes al calendario de vencimientos.
- CAPEX de mantenimiento y de crecimiento según el plan de crecimiento comprometido.
- Reparto de dividendos por el 75% de las utilidades en los últimos dos años.

**CLASIFICACIÓN DE TÍTULOS ACCIONARIOS:
PRIMERA CLASE NIVEL 1**

La clasificación de las acciones de la compañía en “Primera Clase Nivel 1” refleja la combinación entre su posición de solvencia y factores como la liquidez de los títulos, aspectos de gobiernos corporativos, de transparencia y de disponibilidad de información del emisor.

La empresa es controlada por el Grupo Paulmann, que controla directa e indirectamente el 55,04% de la propiedad. Cencosud dispone de una elevada capitalización bursátil con una alta presencia ajustada, consistentemente en torno al 100%, y alta rotación cercana al 31,8% durante abril de 2024.

El Directorio de la compañía está conformado por nueve miembros, de los cuales, dos tienen el carácter de independiente. De conformidad con el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la circular N° 1.526 de la Superintendencia de Valores y Seguros, la empresa cuenta con un Comité de Directores donde participan dos directores independientes.

Respecto de la disponibilidad de información, posee un área de relación con los inversionistas y publica en su página web información significativa y abundante para sus accionistas como memoria, estados financieros trimestrales, presentaciones de resultados, hechos esenciales, prospectos de instrumentos y actas de juntas de accionistas.

	23 Marzo 2020	27 Mayo 2020	18 Mayo 2021	23 Mayo 2022	31 Mayo 2023	31 de Mayo 2024
Solvencia	AA-	AA-	AA	AA	AA	AA
Perspectivas	Estables	Estables	Estables	Estables	Estables	Estables
Bonos B1 y B2	AA-	AA-	AA	AA	AA	AA
Líneas de Bonos	AA-	AA-	AA	AA	AA	AA
Acciones	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1

RESUMEN FINANCIERO CONSOLIDADO

Cifras en millones de pesos

	2018 ⁽¹⁾⁽²⁾	2019	2020	2021	2022	2023	Mar. 2023	Mar. 2024
Ingresos Operacionales ⁽³⁾	9.661.221	9.560.909	9.853.286	11.785.548	14.231.080	14.259.289	3.509.370	3.944.420
Ebitda ⁽⁴⁾	624.731	766.262	868.255	1.392.268	1.468.385	1.391.210	341.327	355.805
Ebitda Ajustado ⁽⁵⁾	644.386	626.033	716.416	1.268.852	1.287.511	1.163.986	283.453	289.721
Resultado Operacional ⁽⁶⁾	410.147	448.518	494.653	1.113.427	1.104.749	963.200	233.579	242.223
Ingresos Financieros	13.074	19.576	19.897	2.756	6.863	23.210	4.602	6.218
Gastos Financieros	-237.011	-282.096	-264.941	-143.512	-233.871	-311.891	-79.567	-119.166
Gastos Financieros Ajustados ⁽⁷⁾	-237.011	-244.029	-216.937	-99.718	-172.435	-240.123	-63.597	-96.857
Ganancia (Pérdida) Operaciones Discontinuas								
Ganancia (Pérdida) del Ejercicio	190.594	154.617	64.981	495.136	404.748	292.213	75.881	-601
Flujo Caja Neto de la Operación (FCNO)	541.649	764.245	1.147.276	1.362.355	1.150.577	1.447.655	76.077	88.558
Flujo Caja Neto de la Operación Ajustado (FCNOA) ⁽⁸⁾	541.649	764.245	1.147.276	1.362.355	1.150.577	1.447.655	76.077	88.558
FCNO Libre de Intereses Netos y Dividendos Pagados ⁽⁹⁾	322.082	574.406	1.033.945	1.263.612	1.061.594	1.321.524	35.604	72.623
Inversiones en Activos Fijos Netas	-194.565	-148.781	-57.069	-206.186	-345.714	-333.026	-78.212	-100.626
Inversiones en Acciones		66.003			-660.585			
Flujo de Caja Libre Operacional	127.517	491.628	976.877	1.057.426	55.294	988.497	-42.608	-28.003
Dividendos Pagados	-71.582	-28.631	-91.360	-702.123	-359.476	-288.946		
Flujo de Caja Disponible	55.935	462.997	885.516	355.303	-304.181	699.552	-42.608	-28.003
Movimiento en Empresas Relacionadas								
Otros Movimientos de Inversiones	-76.172	639.033	-310.115	63.353	262.781	-31.739	117.212	116.514
Flujo de Caja Antes de Financiamiento	-20.237	1.102.030	575.401	418.656	-41.400	667.813	74.603	88.511
Variación de Capital Patrimonial		-9.806		-41.766	-36.973			-2.084
Variación de Deudas Financieras	91.264	-510.945	-914.023	-310.132	-161.205	-442.449	5.932	-40.912
Otros Movimientos de Financiamiento	-4.189	165.461	-47.010	58.020	-193.433	-115.939	-75.539	36.285
Financiamiento con Empresas Relacionadas								
Flujo de Caja Neto del Ejercicio	66.837	746.740	-385.632	124.778	-433.010	109.425	4.997	81.800
Caja Inicial	253.987	320.824	1.067.564	681.932	806.710	373.700	373.700	483.126
Caja Final	320.824	1.067.564	681.932	806.710	373.700	483.126	378.697	564.926
Caja y equivalentes ⁽¹⁰⁾	480.311	1.299.300	1.214.978	1.310.384	627.547	694.207	499.054	687.617
Cuentas por Cobrar Clientes	628.994	650.352	532.965	709.069	797.631	701.840	696.911	875.600
Inventario	1.119.816	1.105.309	903.169	1.249.713	1.510.407	1.411.221	1.469.076	1.636.859
Deuda Financiera ⁽¹¹⁾	3.438.296	4.264.940	3.289.725	3.678.964	5.179.991	5.489.703	5.035.656	5.852.911
Deuda Financiera Ajustada ⁽¹²⁾	3.438.296	3.231.810	2.455.361	2.799.498	4.019.944	4.210.111	3.924.705	4.576.740
Activos Clasificados para la Venta	204.981	319	15					
Activos Totales	10.634.699	12.248.308	10.742.832	11.951.507	13.340.200	13.573.123	12.713.901	14.941.824
Pasivos Clasificados para la Venta	167.591							
Pasivos Totales	6.390.657	7.258.386	6.224.331	7.217.250	9.093.982	9.295.495	8.596.612	9.980.744
Patrimonio + Interés Minoritario	4.244.042	4.989.922	4.518.501	4.734.258	4.246.217	4.277.628	4.117.289	4.961.080

(1) Cifras del negocio no bancario estimadas por Feller Rate sobre la base de reportes financieros de Cencosud descontando Banco Paris y Banco Cencosud.

(2) Cifras consideran los estados financieros consolidados de Cencosud debido a que el Banco Cencosud se encuentra clasificado como activos para la venta.

- (3) Ingresos Operacionales: Ingresos de actividades ordinarias + parte de los otros ingresos considerados como operacionales.
 (4) Ebitda: Resultado operacional + depreciación y amortización de activos.
 (5) Ebitda Ajustado: Ebitda + Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas+ gastos financieros por arrendamiento operacional (IFRS16).
 (6) Resultado operacional: Ingresos Operacionales – Gastos operaciones –Costos operacionales - Otros gastos.
 (7) Gastos Financieros Ajustados = gastos financieros + gastos financieros activados + descontando los gastos financieros por arrendamiento operacional (IFRS16).
 (8) Flujo de caja de la operación antes de intereses netos.
 (9) Cifras estimadas por Feller Rate sobre la base de reportes de flujo de caja neto operacional presentado por la compañía antes de los dividendos pagados y descontados los intereses netos del periodo.
 (10) Caja y equivalentes: Caja final + otros activos financieros corrientes (considerando instrumentos como: acciones, cuotas de Fondos Mutuos e Instrumentos financieros de alta liquidez).
 (11) Deuda financiera: incluye otros pasivos financieros corrientes y no corrientes.
 (12) Deuda Financiera Ajustada = Deuda financiera descontando los arrendamientos operacionales (IFR16).

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS

	2018 ⁽¹⁾⁽²⁾	2019	2020	2021	2022	2023	Mar. 2023	Mar. 2024
Margen Bruto	28,7%	28,1%	27,0%	29,3%	28,8%	29,4%	29,1%	29,4%
Margen Operacional ⁽³⁾ (%)	4,2%	4,7%	5,0%	9,4%	7,8%	6,8%	6,7%	6,1%
Margen Ebitda (%)	6,5%	8,0%	8,8%	11,8%	10,3%	9,8%	9,7%	9,0%
Margen Ebitda Ajustado ⁽⁴⁾ (%)	6,7%	6,5%	7,3%	10,8%	9,0%	8,2%	8,1%	7,3%
Rentabilidad Patrimonial (%)	4,5%	3,1%	1,4%	10,5%	9,5%	6,8%	8,0%	4,3%
Costo/Ventas	71,3%	71,9%	73,0%	70,7%	71,2%	70,6%	70,9%	70,6%
Gav/Ventas	24,5%	23,4%	22,0%	19,9%	21,1%	22,6%	22,5%	23,2%
Días de Cobro	23,4	24,5	19,5	21,7	20,2	17,7	17,0	21,5
Días de Pago	100,0	105,4	104,1	113,3	97,4	95,0	81,7	99,7
Días de Inventario	58,5	57,9	45,2	54,0	53,7	50,5	50,4	56,8
Endeudamiento Total	1,5	1,5	1,4	1,5	2,1	2,2	2,1	2,0
Endeudamiento Financiero	0,8	0,9	0,7	0,8	1,2	1,3	1,2	1,2
Endeudamiento Financiero Neto	0,7	0,6	0,5	0,5	1,1	1,1	1,1	1,0
Endeudamiento Financiero Ajustado ⁽⁷⁾	0,8	0,6	0,5	0,6	0,9	1,0	1,0	0,9
Endeudamiento Financiero Neto Ajustado ⁽⁷⁾	0,7	0,4	0,3	0,3	0,8	0,8	0,8	0,8
Deuda Financiera / Ebitda (vc)	5,5	5,6	3,8	2,6	3,5	3,9	3,4	4,2
Deuda Financiera Ajustada / Ebitda Ajustado ⁽³⁾ (vc)	5,3	5,2	3,4	2,2	3,1	3,6	3,1	3,9
Deuda Financiera Neta / Ebitda (vc)	4,7	3,9	2,4	1,7	3,1	3,4	3,1	3,7
Deuda Financiera Neta Ajustada / Ebitda Ajustado ⁽³⁾⁽⁷⁾ (vc)	4,6	3,1	1,7	1,2	2,6	3,0	2,7	3,3
Ebitda / Gastos Financieros(vc)	2,6	2,7	3,3	9,7	6,3	4,5	5,5	4,0
Ebitda Ajustado / Gastos Financieros ⁽³⁾⁽⁷⁾	2,7	2,6	3,3	12,7	7,5	4,8	6,3	4,3
FCNOA / Deuda Financiera (%)	15,8%	17,9%	34,9%	37,0%	22,2%	26,4%	23,6%	24,9%
FCNOA / Deuda Financiera Neta (%)	18,3%	25,8%	55,3%	57,5%	25,3%	30,2%	26,1%	28,3%
FCNOA / Deuda Financiera Ajustada ⁽⁷⁾ (%)	15,8%	23,6%	46,7%	48,7%	28,6%	34,4%	30,2%	31,9%
FCNOA / Deuda Financiera Neta Ajustada ⁽⁷⁾ (%)	18,3%	39,5%	92,5%	91,5%	33,9%	41,2%	34,6%	37,5%
Liquidez Corriente (vc)	1,0	1,3	1,1	1,1	0,8	0,8	0,8	0,8

(*) Indicadores anualizados donde corresponda

n.d.: No disponible.

- (1) Cifras del negocio no bancario estimadas por Feller Rate sobre la base de reportes financieros de Cencosud descontando Banco Paris y Banco Cencosud.
 (2) Cifras consideran los estados financieros consolidados de Cencosud debido a que el Banco Cencosud se encuentra clasificado como activos para la venta.
 (3) Resultado operacional: Ingresos Operacionales – Gastos operaciones –Costos operacionales - Otros gastos.
 (4) Ebitda Ajustado: Ebitda + Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas+ gastos financieros por arrendamiento operacional.
 (5) Gastos Financieros Ajustados = gastos financieros + gastos financieros activados + descontando los gastos financieros por arrendamiento operacional.
 (6) Flujo de caja de la operación antes de intereses netos.
 (7) Deuda Financiera Ajustada = Deuda financiera descontando los arrendamientos operacionales (IFR16).

CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS

ACCIONES

Presencia Ajustada ⁽¹⁾	100%
Rotación ⁽¹⁾	31,8%
Free Float ⁽²⁾	44,96%
Política de dividendos efectiva	30% de las utilidades líquidas del ejercicio
Participación Institucionales ⁽²⁾	<25%
Directores Independientes	Dos de un total de nueve

(1) Al 31 abril de 2024.

(2) Al 31 diciembre de 2023.

BONOS

268

Fecha de inscripción	05.09.2001
Series	B1 y B2
Monto inscrito	Serie B1 UF 2.000.000 Serie B2 UF 4.000.000
Monto colocado	Serie B1 UF 400.000 Serie B2 UF 2.000.000
Plazo (Vencimiento Final)	Serie B1: 25 años (01.09.2026) Serie B2: 25 años (01.09.2026)
Tasas de interés	6,5% anual
Conversión	No contempla
Covenant financiero	Deuda Financiera / Patrimonio < 1,3x
Resguardos	Suficientes
Garantías	No tiene

LÍNEAS DE BONOS

404

443

530

551

816

Fecha inscripción	27.01.2005	21.11.2005	16.04.2008	14.10.2008	14.07.2015
Monto	UF 1.140.000	UF 10.000.000	UF 6.500.000	UF 12.500.000	UF 10.000.000
Plazos	22 años	30 años	25 años	30 años	30 años
Series vigentes	No tiene	No tiene	F	J y N	P y R
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

EMISIONES DE BONOS VIGENTES

F

J

N

P

Al amparo de la línea de bonos	530	551	551	816
Fecha de inscripción	30.04.2008	17.11.2008	19.05.2009	28.10.2016
Monto inscrito	UF 6.500.000	UF 6.000.000	UF 5.500.000	\$ 52.000 millones
Monto colocado	UF 4.500.000	UF 3.000.000	UF 4.500.000	\$ 52.000 millones
Plazo (Vencimiento final)	10 años (07.05.2028)	21 años (15.10.2029)	21 años (28.05.2030)	8 años (07.11.2022)
Amortización del capital	Bullet	22 cuotas semestrales a partir del 15.04.2019	12 cuotas semestrales a partir del 28.11.2024	12 cuotas semestrales a partir del 07.05.2017
Tasa de interés	4,0% anual, compuesta semestralmente	5,7% anual, compuesta semestralmente	4,7% anual, compuesta semestralmente	4,7% anual, compuesto
Amortización extraordinaria	A partir del 07.05.2013	A partir de 15.10.2018	A partir del 28.05.2019	A partir de 07.11.2019
Covenant financiero	Deuda Financiera Neta / Patrimonio < 1,2x	Deuda Financiera Neta / Patrimonio < 1,2x	Deuda Financiera Neta / Patrimonio < 1,2x	Deuda Financiera Neta / Patrimonio < 1,2x
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	Sin garantías	Sin garantías	Sin garantías	Sin garantías

EMISIONES DE BONOS VIGENTES	R
Al amparo de la línea de bonos	816
Fecha de inscripción	28.10.2016
Monto inscrito	UF 7.000.000
Monto colocado	UF 5.000.000
Plazo (Vencimiento final)	25 años (07.11.2041)
Amortización del capital	50 cuotas semestrales a partir del 07.05.2017
Tasa de interés	2,7% anual, compuesto
Amortización extraordinaria	A partir de 07.11.2021
Covenant financiero	Deuda Financiera Neta / Patrimonio < 1,2x
Resguardos	Suficientes
Garantías	Sin garantías

NOMENCLATURA DE CLASIFICACIÓN

CLASIFICACIÓN DE SOLVENCIA Y TÍTULOS DE DEUDA DE LARGO PLAZO

- Categoría AAA: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría AA: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría A: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es susceptible de deteriorarse levemente ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría BBB: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una suficiente capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es susceptible de debilitarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría BB: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con capacidad para el pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es variable y susceptible de deteriorarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía, pudiendo incurrirse en retraso en el pago de intereses y el capital.
- Categoría B: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con el mínimo de capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es muy variable y susceptible de deteriorarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía, pudiendo incurrirse en pérdida de intereses y capital.
- Categoría C: Corresponde a aquellos instrumentos que no cuentan con capacidad suficiente para el pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, existiendo alto riesgo de pérdida de pérdida capital y de intereses.
- Categoría D: Corresponde a aquellos instrumentos que no cuentan con capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, y que presentan incumplimiento efectivo de pago de intereses y capital, o requerimiento de quiebra en curso.
- Categoría E: Corresponde a aquellos instrumentos cuyo emisor no posee información suficiente o representativa para el período mínimo exigido y además no existen garantías suficientes.

Adicionalmente, para las categorías de riesgo entre AA y B, la Clasificadora utiliza la nomenclatura (+) y (-), para otorgar una mayor graduación de riesgo relativo.

TÍTULOS DE DEUDA DE CORTO PLAZO

- Nivel 1 (N-1): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 2 (N-2): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 3 (N-3): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una suficiente capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 4 (N-4): Corresponde a aquellos instrumentos cuya capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, no reúne los requisitos para clasificar en los niveles N-1, N-2 o N-3.
- Nivel 5 (N-5): Corresponde a aquellos instrumentos cuyo emisor no posee información representativa para el período mínimo exigido para la clasificación, y además no existen garantías suficientes.

Adicionalmente, para aquellos títulos con clasificaciones en Nivel 1, Feller Rate puede agregar el distintivo (+).

Los títulos con clasificación desde Nivel 1 hasta Nivel 3 se consideran de "grado inversión", al tiempo que los clasificados en Nivel 4 como de "no grado inversión" o "grado especulativo".

ACCIONES

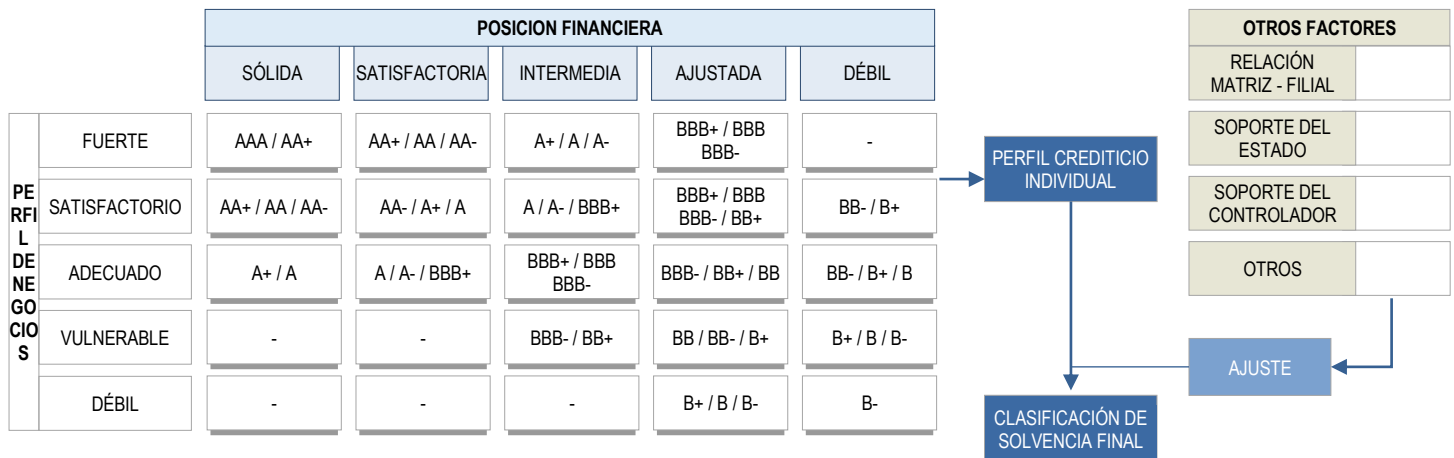
- Primera Clase Nivel 1: Títulos con la mejor combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Primera Clase Nivel 2: Títulos con una muy buena combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Primera Clase Nivel 3: Títulos con una buena combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Primera Clase Nivel 4: Títulos accionarios con una razonable combinación de solvencia, y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Segunda Clase (o Nivel 5): Títulos accionarios con una inadecuada combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Sin Información Suficiente: Títulos accionarios cuyo emisor no presenta información representativa y válida para realizar un adecuado análisis.

DESCRIPTORES DE LIQUIDEZ

- Sólida:** La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite incluso ante un escenario de stress severo que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses.
- Satisfactoria:** La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite cumplir con holgura el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un escenario de stress severo que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Intermedia:** La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un escenario de stress moderado que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Ajustada:** La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite mínimamente cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un pequeño cambio adverso en las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Débil:** La empresa no cuenta con una posición de liquidez que le permita cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses.

MATRIZ DE RIESGO CREDITICIO INDIVIDUAL Y CLASIFICACIÓN FINAL

La matriz presentada en el diagrama entrega las categorías de riesgo indicativas para diferentes combinaciones de perfiles de negocio y financieros. Cabe destacar que éstas se presentan sólo a modo ilustrativo, sin que la matriz constituya una regla estricta a aplicar.



EQUIPO DE ANÁLISIS:

- Felipe Pantoja - Analista principal
- Esteban Sánchez - Analista secundario
- Nicolás Martorell - Director Senior

La opinión de las entidades clasificadoras no constituye en ningún caso una recomendación para comprar, vender o mantener un determinado instrumento. El análisis no es el resultado de una auditoría practicada al emisor, sino que se basa en información pública remitida a la Comisión para el Mercado Financiero, a las bolsas de valores y en aquella que voluntariamente aportó el emisor, no siendo responsabilidad de la clasificadora la verificación de la autenticidad de la misma.

La información presentada en estos análisis proviene de fuentes consideradas altamente confiables. Sin embargo, dada la posibilidad de error humano o mecánico, Feller Rate no garantiza la exactitud o integridad de la información y, por lo tanto, no se hace responsable de errores u omisiones, como tampoco de las consecuencias asociadas con el empleo de esa información. Las clasificaciones de Feller Rate son una apreciación de la solvencia de la empresa y de los títulos que ella emite, considerando la capacidad que ésta tiene para cumplir con sus obligaciones en los términos y plazos pactados.