



Press Release

Cuarto Trimestre 2025



Información Llamado de Resultados



Fecha

6 de febrero 2026

Hora

Chile: 11:00 AM

EST: 9:00 AM

GMT: 2:00 PM

[Ingresar](#)

Resumen Ejecutivo ⁽¹⁾

Cencosud cerró el cuarto trimestre de 2025 con avances consistentes en su estrategia de crecimiento rentable y en la consolidación de su Ecosistema *Retail*. La Compañía registró crecimiento en Ingresos en cinco de los seis países donde opera y, a nivel consolidado, una expansión de margen acercándose a niveles de doble dígito y un aumento significativo de la Utilidad Líquida Distribuible, que más que se duplicó respecto del mismo período del año anterior. Este desempeño se sustentó en una ejecución disciplinada, apoyada por eficiencias operativas, formatos con propuestas de valor más competitivas, el fortalecimiento de Marcas Propias y la expansión de capacidades de *Retail Media*. Las cifras reportadas del trimestre se vieron afectadas por el ajuste de hiperinflación y conversión cambiaria de Argentina (ARS/USD 1.427 vs. 1.019 al 4T24).

Los Ingresos consolidados del trimestre decrecieron 8,1% respecto al año anterior, principalmente por los ajustes contables de Argentina. Excluyendo este efecto, los Ingresos consolidados crecieron 1,2% interanual, impulsados por mejoras en la mayoría de los países y crecimiento de Argentina por sobre la inflación en moneda local. **Chile** mostró crecimiento en Supermercados y Mejoramiento del Hogar, mientras que Shopping Centers mantuvo un sólido avance cercano a 7,5%. En Tiendas por Departamento, las ventas se mantuvieron prácticamente planas, en un contexto marcado por un tráfico turístico significativamente menor al del año anterior. En **Argentina**, los ingresos crecieron 48,6% comparando con una inflación de los últimos doce meses de 31,5%, apoyados principalmente por Supermercados y la incorporación de Makro. En **Estados Unidos**, las ventas crecieron interanual de 1,6% en moneda local con un entorno de consumo más moderado y el cierre de dos tiendas de bajo desempeño durante el trimestre. En **Perú**, los ingresos crecieron cerca de 4,4%, respaldados por un desempeño operacional sólido, y con la apertura de una nueva tienda Metro en el 4T25. En **Colombia**, los ingresos avanzaron 5,9%, impulsados por el crecimiento transversal de los negocios, continuado con una recuperación secuencial. Finalmente, en **Brasil**, los ingresos reflejan la venta de 54 tiendas Bretas completada en 3T25.

El EBITDA Ajustado consolidado del trimestre disminuyó 6,5% respecto del 4T24, principalmente por los ajustes contables de Argentina, mientras que el **margen EBITDA Ajustado** se expandió a 9,8%. Excluyendo este efecto, el **EBITDA Ajustado** aumentó 4,2% interanual, alcanzando CLP 454.137 millones y con un **margen EBITDA Ajustado** de **10,0%**. El crecimiento fue de doble dígito en **Chile**, con una expansión del **margen EBITDA Ajustado a 13,1%**. **Perú** y **Colombia** también mostraron avances, mientras que **Brasil** destacó por una tendencia positiva en supermercados, con un crecimiento significativo a/a. **Estados Unidos** mostró una contracción explicada principalmente por los gastos relacionados con el cierre de dos tiendas, una temporada navideña más débil de lo habitual y el impacto transitorio de nuevas tiendas aún en etapa de maduración.

Reportado 4T25



4.430

CLP MMM

-8,1% a/a
Ingresos
consolidados



434

CLP MMM

-6,5% a/a
EBITDA Ajustado



9,8%

+17 bps a/a
Margen EBITDA
Ajustado



Reportado 2025

91

CLP MMM

+129,9% a/a
Utilidad Líquida
Distribuible

¹ Cifras destacadas a la derecha incluyen efecto de norma contable por hiperinflación en Argentina (NIC 29).

La Utilidad del trimestre alcanzó CLP 159.935 millones, representando un aumento de 342,8% frente al 4T24, impulsado por un mejor resultado operacional y por un efecto positivo del tipo de cambio en el resultado no operacional, comparado con el mismo período del año anterior. Excluyendo los ajustes contables de Argentina, ascendió a CLP 204.902 millones, lo que representa un incremento de 148,3% respecto del 4T24. Como resultado, la **Utilidad Líquida Distribuible** del trimestre totalizó CLP 91.181 millones, registrando un aumento de 129,9% frente al 4T24.

En el año completo, los ingresos consolidados alcanzaron CLP 16.595 mil millones, representando un aumento de 0,6% respecto del año anterior y se vieron impactados por los ajustes contables de Argentina. Excluyendo este efecto, los ingresos consolidados aumentaron 5,2% totalizando CLP 16.900 mil millones.

El EBITDA Ajustado acumulado disminuyó 5,8% frente al año anterior, principalmente por los ajustes contables de Argentina. Sin considerar este efecto, el **EBITDA Ajustado acumulado** alcanzó CLP 1.509 mil millones, lo que representa una disminución de 3,0% respecto del año anterior, explicado principalmente, explicado principalmente por el plan de productividad implementado en el tercer trimestre del año.

La Utilidad acumulada aumentó 70,4% comparando con el año anterior, alcanzando CLP 398.119 millones. Excluyendo los ajustes contables de Argentina, la **Utilidad** ascendió a CLP 566.147 millones, equivalente a una disminución de 7,9% interanual, mientras que la **Utilidad Líquida Distribuible acumulada** totalizó CLP 227.718 millones, registrando un aumento de 67,2% respecto del año anterior.

16.595

CLP MMM

0,6% a/a

Ingresos

Consolidados

1.443

CLP MMM

-5,8% a/a

EBITDA Ajustado

8,7%

-59 bps a/a

Margen EBITDA

228

CLP MMM

+67,2% a/a

Utilidad Líquida

Distribuible



Mensaje del Gerente General, Rodrigo Larraín

En Cencosud seguimos avanzando en la ejecución de nuestro plan estratégico, enfocado en fortalecer el crecimiento rentable y consolidar un Ecosistema *Retail* cada vez más integrado y eficiente, siempre con el cliente y nuestros colaboradores en el centro de nuestras decisiones.

Los resultados de este trimestre reflejan el avance de nuestro plan, con un sólido desempeño operacional, margen consolidado de doble dígito y una Utilidad Líquida Distribuible que más que se duplicó respecto al mismo período del año anterior.

El desempeño por países confirma el impacto de las decisiones estratégicas que hemos venido implementando. **Colombia** destacó por su sólido desempeño, reflejo del avance en la estrategia de ajuste de formatos. Este avance se complementa con la reciente aprobación de la venta de estaciones de servicio en Colombia, anunciada en el 2T25, cuyo cierre estimamos durante el 1T26, reforzando nuestro foco en rentabilidad y en la optimización del portafolio. Se destaca **Perú**, con resultados positivos en todos los formatos, apoyados por el fuerte crecimiento del *e-commerce* en supermercados y mayores niveles de tráfico y ventas en centros comerciales. En **Chile**, el crecimiento fue más moderado por efectos calendario y una menor afluencia de turismo; aun así, avanzamos con la apertura de dos nuevas tiendas y un sólido desempeño del *e-commerce*, que creció 7,9% y alcanzó una penetración de 14,4% en supermercados.

En **Brasil**, avanzamos en la ejecución de nuestra estrategia mediante la optimización del portafolio de formatos, incluyendo el cierre de tiendas de bajo desempeño y no estratégicas, como farmacias, y la reconversión de tiendas Bretas desde *Cash & Carry* hacia supermercados tradicionales. Estas acciones, junto con una ejecución comercial más efectiva, impulsaron una mejora significativa del EBITDA interanual. En **Estados Unidos**, continuamos avanzando en la estrategia de crecimiento con rentabilidad: durante el trimestre abrimos dos nuevas tiendas y cerramos dos de bajo desempeño, manteniendo para 2026 un plan de apertura de siete nuevas tiendas.

A nivel consolidado, alcanzamos un récord histórico en la penetración de Marcas Propias, con 18,9%, destacando especialmente **Argentina**, donde la penetración aumentó cerca de 400 puntos base, impulsado por la reciente apertura del mercado importador. Seguimos fortaleciendo nuestra estrategia omnicanal, con el lanzamiento de nuevas aplicaciones de clientes y programas de fidelización en distintos países, incluyendo la actualización de Jumbo Prime.

En enero realizamos nuestro CencoDay en Buenos Aires, Argentina, instancia en la que compartimos con el mercado nuestra visión y prioridades para 2026. En esa oportunidad, revisamos los planes para Argentina, nuestro segundo mercado más importante, así como para Brasil y Estados Unidos, junto a los gerentes de cada país.

Presentamos nuestra perspectiva financiera, que contempla un crecimiento interanual de ingresos de 3,0% y de EBITDA Ajustado de 13,6%, junto con un plan de inversiones por USD 600 millones enfocado en crecimiento orgánico.

El plan 2026 considera 20 nuevas tiendas, además de la expansión de centros comerciales y el desarrollo de nuevos proyectos, reafirmando nuestro compromiso con una asignación de capital disciplinada y orientada a la creación de valor de largo plazo.

Mirando hacia adelante, vemos señales económicas positivas en los países donde operamos y seguiremos enfocados en ejecutar nuestra estrategia con disciplina, rentabilizar nuestros activos y profundizar el desarrollo de nuestro ecosistema, convencidos de que este camino nos permitirá acelerar el crecimiento rentable y seguir entregando valor sostenible a nuestros clientes y accionistas.



1. Hechos relevantes & reconocimientos

1.1 Hechos relevantes

- **Inauguración de la nueva Cava Wong Dos de Mayo**

En Perú, Wong inauguró la Cava Dos de Mayo, considerada la más grande del país en el formato supermercados, con un espacio renovado que reúne más de 3.200 etiquetas y zonas dedicadas a catas, maridajes y degustaciones.



- **Aperturas de nuevas tiendas ⁽²⁾**

La Compañía incorporó 19.608 m² de nueva sala de ventas durante el trimestre con la apertura de 8 tiendas: un Santa Isabel en La Florida y un Easy en Villarrica en Chile, una tienda Vea Express y un Easy en Argentina, dos tiendas de TFM en Estados Unidos y una tienda Metro y un Jumbo en Perú y Colombia, respectivamente.

- **Reinauguración de Rincón Jumbo en Alto Las Condes**

Se reinauguró un nuevo Rincón Jumbo en Alto Las Condes, uno de los centros comerciales más emblemáticos de Chile. Este renovado espacio, ahora más amplio y con un diseño moderno, se ubica en el sector Mirador del mall e incorpora una terraza al aire libre y nuevas adiciones a la propuesta gastronómicas del clásico Rincón Jumbo, fortaleciendo la experiencia de nuestros clientes.

- **Avances Continuos en Iniciativas del Ecosistema Retail**

Implementamos *Fast Checkout* en Paris para mejorar la conversión, lanzamos el renovado Cencosud *Seller Center* con una experiencia 100% móvil, y ampliamos Cenco Media con nuevos formatos de *Sponsored Brands* en nuestros medios propios.

- **14ª edición Paris Parade**

En una nueva edición del Paris Parade, el evento logró convocar a más de 1 millón de personas, transformándose en uno de los desfiles más icónicos del país.



- **Personal Shopper & Marketplace: Jumbo innova en la experiencia de compra**

Jumbo lanzó piloto de nueva modalidad Marketplace a través de su App. Esta modalidad permite integrar productos de marcas de terceros en la compra de Jumbo en ciertas ubicaciones, buscando seguir elevando la experiencia de compra.

(2) Mayor detalle sobre el crecimiento orgánico de la Compañía durante el trimestre en la sección 3.2.3 de este informe.

Eventos después del cierre de trimestre

- **Aprobación venta de estaciones de Servicio en Colombia**

Durante enero se recibió la aprobación de la superintendencia de comercio por la venta de la red de estaciones de servicio en Colombia. El cierre financiero y entrega de la operación se espera durante el 1Q26.

- **CencoDay y Guidance 2026**

En enero de 2026, la Compañía realizó el CencoDay en Buenos Aires, donde compartió sus prioridades estratégicas y presentó su *Guidance* financiero y plan de CAPEX para 2026, incluyendo un crecimiento esperado de ingresos de 3,0%, un crecimiento del EBITDA Ajustado de 13,6% interanual y un CAPEX total de USD 600 millones para el año.

- **Inauguración de dos nuevos restaurantes Rincón Jumbo**

En enero de 2026, se inauguraron dos nuevos Rincones Jumbo en Cenco Costanera y Cenco La Florida, ampliando la propuesta de valor y fortaleciendo la presencia del formato en dos de los principales polos comerciales del país.

- **Aperturas de nueva tienda TFM en South Beach, Miami**

The Fresh Market reforzó su presencia en Miami con la inauguración de una nueva tienda en South Beach a fines de enero 2026, con 1.648 m² de sala de ventas y 2.746 m² de superficie total.



1.2 Premios & reconocimientos

- **Cencosud lidera el estudio Marca Corporativa de Cadem**
Por segundo período consecutivo, Cencosud fue reconocida como la Marca Corporativa N°1 en el estudio Marcas Ciudadanas de Cadem, que analiza 350 marcas en 49 categorías, junto a Diario Financiero y Deloitte.
- **Cencosud destacado en el Top of Mind Students**
Más de 2.800 jóvenes evaluaron a 1.846 organizaciones, y Cencosud alcanzó el 9° lugar general, destacándose como la empresa de *retail* mejor evaluada en reputación, propósito e imagen como empleador.
- **Cencosud obtiene 8 reconocimientos en los Premios EIKON Chile 2025**
En la 7ª edición de los Premios EIKON Chile, Cencosud fue reconocido con 8 estatuillas por campañas que reflejan su compromiso con la innovación, sostenibilidad y un servicio extraordinario.
- **Jumbo alcanza el primer lugar en Empresas Humanas 2025**
Jumbo fue reconocido como la empresa líder en el estudio Empresas Humanas 2025, realizado por True Brands y Nielsen IQ, que evalúa la percepción ciudadana respecto de la reputación y conexión social de las compañías en Chile.
- **Cencosud premiado en Energía Inteligente 2025**
En la 2ª edición de los Premios Energía Inteligente, Cencosud fue destacado en la categoría “Líderes en digitalización energética” por su avance en soluciones digitales que fortalecen su Sistema de Gestión de Energía en línea con la Ley de Eficiencia Energética.
- **Jumbo N°1 en su categoría en el Estudio de Reputación Corporativa 2025**
Jumbo obtuvo el 1er lugar en su categoría y el 7° lugar general entre 100 marcas evaluadas por Ipsos Chile, destacando atributos como confianza, liderazgo, ética, sostenibilidad e impacto social.
- **Cencosud N°1 en Holding Empresarial – Merco Empresas Chile 2025**
Por tercer año consecutivo, Cencosud lideró la categoría Holding Empresarial del ranking Merco Empresas Chile 2025, ubicándose además en el 6° lugar general entre las empresas con mejor reputación del país.
- **Cencosud Perú reconocido como el mejor retailer para hacer negocios**
Por 5° año consecutivo, Cencosud Perú obtuvo el 1er lugar como el mejor retailer para hacer negocios en el canal supermercados, según el Advantage Report 2025 de Advantage Group International.
- **Paris N°1 en su categoría en el Estudio de Reputación Corporativa 2025**
Paris fue reconocida como la marca mejor evaluada en su categoría según el estudio de Ipsos Chile, ubicándose además en el puesto 27 entre las 100 marcas más destacadas del país, gracias a atributos como confianza, liderazgo y sostenibilidad.

2. Sostenibilidad

Gobierno Corporativo

- **Cencosud presenta su Política Regional de Derechos Humanos**

Cencosud presentó su nueva Política Regional de Derechos Humanos, reafirmando su compromiso con entornos laborales seguros, inclusivos y respetuosos en todos los países donde opera. La política, que aplica a todos sus colaboradores, establece principios claros para promover la dignidad humana, prevenir la discriminación, asegurar condiciones de trabajo justas y fortalecer la relación con comunidades y proveedores.

Planeta

- **Cencosud adhiere el estándar TNFD, marcando un hito en el *retail* chileno**

Cencosud se convirtió en el primer retailer de Chile en adherir al estándar global TNFD (*Taskforce on Nature-related Financial Disclosures*), integrando los riesgos y oportunidades relacionados con la naturaleza y biodiversidad en su gestión. Esta adopción anticipada refuerza su compromiso con una gestión ambiental responsable y lo alinea con una red internacional de más de 129 organizaciones en 54 países.

- **Jumbo Colombia entre las marcas líderes en impacto ambiental**

En Colombia, la marca Jumbo alcanzó el 7º lugar en la categoría Sostenibilidad del ranking de la revista P&M Kantar. Este reconocimiento refleja el impacto positivo de sus iniciativas ambientales en un mercado donde opera 45 supermercados en las principales ciudades del país.

Personas

- **Avances en equidad y liderazgo femenino con “Cenco Mujeres 2025”**

Se realizó la 4ª edición de “Cenco Mujeres”, con la participación de 194 colaboradoras, impulsando el desarrollo profesional femenino. Desde su creación en 2022, el programa ha beneficiado a 286 colaboradoras, fortaleciendo redes de apoyo y una cultura más diversa e inclusiva.

- **Promoción de una cultura de alimentación saludable en la región**

Cencosud potenció su compromiso con la vida saludable a través de la iniciativa “Alimentar con Propósito”, además de un conversatorio junto a la Red Pacto Global Chile sobre el rol del sector privado en el desarrollo sostenible.

- En Chile, el programa Como Cambio benefició en 2025 a 8.100 estudiantes de 45 establecimientos, acumulando más de 15.600 estudiantes desde 2022.
- En Argentina, Cocina Saludable en Comedores capacitó a más de 500 referentes de 195 organizaciones, impactando a más de 50.000 personas.
- En Perú, junto a United Way, se desarrolló una campaña para más de 1.000 familias, incluyendo pruebas de descarte de anemia para más de 1.500 personas.

3. Estado de Resultados

3.1 Estado de Resultados Consolidado 4T25 ⁽³⁾

CLP millones	Reportado			Excl. NIC 29		
	4T25	4T24	Var %	4T25	4T24	Var %
Total Ingresos	4.429.841	4.822.259	-8,1%	4.552.420	4.498.898	1,2%
Ganancia Bruta	1.292.200	1.484.288	-12,9%	1.343.636	1.373.633	-2,2%
Margen Bruto	29,2%	30,8%	-161 bps	29,5%	30,5%	-102 bps
GAV	-1.018.054	-1.137.217	-10,5%	-1.038.782	-1.037.162	0,2%
R. Operacional	360.290	296.613	21,5%	392.711	284.353	38,1%
R. No Operacional	-80.145	-216.360	-63,0%	-91.778	-190.564	-51,8%
Impuestos	-120.210	-44.130	172,4%	-96.032	-11.266	752,4%
Utilidad	159.935	36.123	342,8%	204.902	82.523	148,3%
Utilidad de la Controladora	134.726	16.185	732,4%	179.693	62.587	187,1%
Utilidad de Minoritarios	25.209	19.938	26,4%	25.208	19.936	26,4%
Utilidad Líquida Distribuible	91.181	39.664	129,9%	N.A.	N.A.	N.A.
EBITDA Ajustado	433.910	464.238	-6,5%	454.137	435.987	4,2%
Margen EBITDA Ajustado	9,8%	9,6%	17 bps	10,0%	9,7%	28 bps

(3) El Estado de Resultados detallado y el efecto de la hiperinflación en Argentina están disponibles en el Anexo de este informe.

3.2 Desempeño por país ⁽⁴⁾

3.2.1 Resultados por país ⁽⁵⁾

Ingresos	4T25	4T24	% vs 2024	
	CLP MM	CLP MM	CLP Δ %	ML Δ %
Chile	2.050.836	2.017.685	1,6%	1,6%
Argentina	837.396	834.664	0,3%	48,6%
EE.UU.	557.588	565.150	-1,3%	1,6%
Brasil	385.348	446.730	-13,7%	-17,7%
Perú	404.923	362.420	11,7%	4,4%
Colombia	316.328	272.249	16,2%	5,9%
Total	4.552.420	4.498.898	1,2%	N.A.

EBITDA Ajustado	4T25	4T24	% vs 2024	
	CLP MM	CLP MM	CLP Δ %	ML Δ %
Chile	268.681	233.014	15,3%	15,3%
Argentina	50.099	66.851	-25,1%	11,9%
EE.UU.	51.185	64.223	-20,3%	-17,4%
Brasil	18.132	18.450	-1,7%	-11,0%
Perú	49.458	44.534	11,1%	4,0%
Colombia	16.582	8.916	N.A.	N.A.
Total	454.137	435.987	4,2%	N.A.

3.2.2 Same Store Sales

Variación en Moneda Local	4T25	4T24
Supermercado		
Chile	0,6%	2,2%
Argentina	30,8%	110,8%
EE.UU.	-2,0%	2,0%
Brasil	-0,9%	-4,7%
Perú	2,0%	2,7%
Colombia	4,6%	-0,2%
Mejoramiento del Hogar		
Chile	-1,3%	8,5%
Argentina	14,8%	86,4%
Colombia	12,9%	-9,1%
Tiendas por Departamento		
Chile	-0,5%	11,7%

(4) Para fines comparativos y de análisis del desempeño financiero, las cifras excluyen los efectos de las economías hiperinflacionarias (NIC 29).

(5) ML hace referencia a moneda local.

3.2.3 Crecimiento orgánico

Durante el cuarto trimestre de 2025, la Compañía avanzó en su plan de crecimiento orgánico incorporando **19.608 m² adicionales de sala de ventas** a través de la apertura de **ocho nuevas tiendas** en sus distintos mercados.

En **Chile**, se inauguró un nuevo Santa Isabel en La Florida y una tienda Easy en Villarrica, las cuales aportaron en conjunto 8.424 m² de superficie de venta. En **Argentina**, la apertura de un Easy y un Vea Express sumó 5.606 m² adicionales. En **Estados Unidos**, la expansión continuó con dos nuevas tiendas en Illinois y Kentucky, que agregaron más de 3.000 m². Finalmente, en **Perú y Colombia**, se incorporaron un Metro y un Jumbo, respectivamente, alcanzando 2.544 m² adicionales.

Con estas aperturas, la Compañía totalizó **20 nuevas tiendas durante 2025**, consolidando su foco en la expansión rentable y el fortalecimiento de su presencia regional.

De manera complementaria, y en línea con la estrategia de asegurar un crecimiento sostenible y rentabilidad de largo plazo, durante el trimestre se cerraron 55 tiendas. En Argentina, se cerraron 13 tiendas Vea y una tienda Disco, junto con tres tiendas Blaisten y una tienda Easy. En Estados Unidos, se concretó el cierre de dos tiendas TFM en diciembre. En Brasil, se cerraron 34 farmacias y una tienda Bretas, priorizando formatos y geografías de mayor potencial.

Este conjunto de iniciativas refleja el compromiso de la Compañía con un crecimiento disciplinado, rentable y orientado a mejorar la eficiencia de su plataforma multiformato.

Aperturas			Remodelaciones		Cierres	
4T25	#	M²	#	#	M²	
Chile	2	8.424		5	-	-
Argentina	2	5.606		-	18	26.166
EE.UU.	2	3.031		-	2	2.348
Brasil	-	-		22	35	3.687
Perú	1	1.170		1	-	-
Colombia	1	1.377		10	-	-
Total	8	19.608		38	55	32.201

3.2.4 Venta online ⁽⁶⁾



Penetración online

10,8%



Tickets online Total

9,0 MM



Venta online

CLP 470 MMM

CLP millones	Venta online		% vs 2024	
	4T25	4T24	Δ CLP	Δ ML
Chile	338.626	313.955	7,9%	7,9%
Argentina	30.872	34.739	-11,1%	31,6%
EE.UU.	43.712	40.573	7,7%	10,9%
Brasil	11.518	12.652	-9,0%	-13,3%
Perú	29.176	20.544	42,0%	32,7%
Colombia	16.383	12.847	27,5%	16,3%
Total	470.287	435.310	8,0%	N.A.

3.2.5 Penetración online

Penetración %	4T25	4T24	Δ bps
Supermercados	8,8%	8,2%	59
SM Chile	14,4%	13,5%	94
SM Argentina	3,4%	3,6%	-20
SM Estados Unidos	7,8%	7,2%	65
SM Brasil	3,0%	3,0%	1
SM Perú	7,4%	5,8%	159
SM Colombia	5,3%	5,1%	19
Mejoramiento del Hogar	10,9%	9,1%	189
Tiendas por Departamento	27,9%	27,0%	94
Total	10,8%	10,1%	70

(6) Las cifras de ventas online (excluyendo la NIC 29) reflejan información 1P, incluidas las ventas con operadores de última milla.

3.2.6 Marcas Propias

Durante el 4T25, los productos de Marcas Propias alcanzaron una penetración de 18,9% del total de ventas, marcando un avance de 121 *bps* respecto al mismo período del año anterior y alcanzando un máximo histórico.

A nivel regional, Argentina lideró el crecimiento con un aumento de 399 *bps*, apoyado por la reciente apertura del mercado importador, así como Chile con una expansión de 58 *bps* a/a, impulsado por el aumento de la participación en nuevas categorías, mercados con baja penetración y el desarrollo de portafolios diferenciados. Se destaca también la renovación de líneas en Perú y la regionalización de la reciente línea lanzada “American Dream”.

En el segmento *Food*, la penetración alcanzó 16,2%, un crecimiento de 64 *bps* interanual, con avances liderados por Argentina, Brasil y Estados Unidos. Se destaca el aumento de 269 *bps* a/a de la penetración en la categoría *Non-Food*, llegando a 26,3%.

Penetración Marcas Propias

	<i>Food</i>		<i>Non-Food</i>		<i>Total</i>	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	12,4%	12,3%	30,3%	28,8%	18,4%	17,9%
Argentina	17,2%	15,6%	25,7%	16,9%	20,1%	16,1%
Estados Unidos	31,7%	31,1%	0,7%	0,9%	30,3%	29,7%
Brasil	5,7%	5,0%	3,1%	3,7%	5,4%	4,8%
Perú	16,1%	16,3%	36,2%	35,4%	19,2%	19,2%
Colombia	10,2%	10,0%	10,1%	9,8%	10,2%	9,9%
Total	16,2%	15,6%	26,3%	23,6%	18,9%	17,7%

Resultados por país y negocio

Chile



Hitos del trimestre

- El **EBITDA Ajustado de Chile** se incrementó en **CLP 35.667 millones a/a**, expandiendo su margen EBITDA en 140 bps a **13,1%**
- Venta online** creció **7,9% a/a**, con expansión de la penetración *online* en las tres unidades de *retail*

	4T25		4T24		vs 2024
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ %
INGRESOS					
Supermercado	1.353.922	29,7%	1.331.354	29,6%	1,7%
Centros Comerciales	76.764	1,7%	71.427	1,6%	7,5%
Mejoramiento del Hogar	216.020	4,7%	210.474	4,7%	2,6%
Tiendas por Departamento	396.259	8,7%	399.235	8,9%	-0,7%
Otros	7.872	0,2%	5.195	0,1%	51,5%
Ingresos	2.050.836	45,0%	2.017.685	44,8%	1,6%

	4T25		4T24		vs 2024
	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	CLP Δ %
EBITDA Ajustado					
Supermercado	177.618	13,1%	183.470	13,8%	-3,2%
Centros Comerciales	63.337	82,5%	56.936	79,7%	11,2%
Mejoramiento del Hogar	18.515	8,6%	23.021	10,9%	-19,6%
Tiendas por Departamento	40.422	10,2%	37.645	9,4%	7,4%
Servicios Financieros	-1.976	N.A.	-4.983	N.A.	-60,3%
Otros	-29.235	N.A.	-63.075	N.A.	-53,7%
EBITDA Ajustado	268.681	13,1%	233.014	11,5%	15,3%

Supermercados

Durante el 4T25 los **ingresos** aumentaron un 1,7% interanual. Destaca durante el trimestre el crecimiento de la venta *online* en 8,8% a/a, reflejando la expansión del modelo omnicanal, así como la apertura de una nueva tienda Santa Isabel en la comuna La Florida de Santiago.

El margen **EBITDA Ajustado** se contrajo 66 bps a/a, explicado principalmente por una contracción del margen bruto de 93 bps, producto de una mayor promocionalidad y mayor venta *online*. Lo anterior fue parcialmente compensado por una disminución del gasto de 1,2% frente al 4T24.

Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** del trimestre aumentaron 2,6% frente al 4T24. Este crecimiento se explica principalmente por un mejor desempeño de la venta *online*, un incremento de un dígito alto de la venta mayorista, además de la apertura de una nueva tienda Easy en Villarrica. Esta mejora fue parcialmente compensada por la menor actividad en construcción y renovación del hogar.

El margen **EBITDA Ajustado** del trimestre fue un 8,6%, registrando una contracción de 237 bps frente al 4T24, explicada principalmente por una mayor contribución en ventas de categorías de menor margen, como los segmentos B2B y *e-commerce*, junto con un incremento en gastos en torno a inflación interanual.

Tiendas por Departamento

Los **ingresos** del trimestre disminuyeron 0,9% a/a, afectados principalmente por la menor afluencia de turistas comparativamente con 4T24, lo que contrasta con el mejor desempeño de la venta *online* por Cyberday y Black Friday. Adicionalmente, dos días de votaciones presidenciales en Chile presionaron negativamente la venta.

El margen **EBITDA Ajustado** fue de 10,4% (+93 bps a/a), apoyado un mix de productos más enfocado en vestuario y marcas propias, medidas de eficiencia y productividad, y por menores gastos a/a.

Centros Comerciales

Los **ingresos** se incrementaron 7,5% en el trimestre respecto al mismo trimestre de 2024. Este crecimiento se da en un contexto de ampliación de más de 35.000 m² adicionales de GLA y mayor ocupación de oficinas. Nuevos proyectos como el nuevo patio de comidas, Alto Diseño y nuevo Rincón Jumbo en Cenco Alto Las Condes, así como fortalecimiento de la propuesta gastronómica en Cenco Costanera continuaron impulsando la propuesta de valor en los centros comerciales.

El margen **EBITDA Ajustado** se expandió 280 bps a/a, explicado por la expansión del margen bruto por gasto común negativo durante 4T24, además de una reducción del gasto producto de un mayor desembolso por corretaje de oficinas durante 4T24.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** mejoró 60,3% a/a. El EBITDA Ajustado de Servicios Financieros en Chile registra un ajuste por riesgo definida por los accionistas del *Joint Venture* en el marco del ejercicio del control del negocio, el cual explica en gran medida la mejora frente al 4T24. Excluyendo este ajuste, el EBITDA Ajustado se contrae 95,9% a/a.

Otros ⁽⁷⁾

El segmento Otros registró un **EBITDA Ajustado** negativo de CLP 29.235 millones en el 4T25, comparado con CLP 63.075 millones negativos en el mismo periodo del año anterior. Esta variación se explica principalmente por un impacto positivo de la apreciación del CLP/USD sobre el valor a desembolsar por productos importados pagados en USD.

Argentina ⁽⁸⁾



Hitos del trimestre

- ♦ **Marcas Propias aumentó su penetración en 399 bps** sobre el total de ventas, impulsado tanto por categorías *Food* como *Non-Food*
- ♦ Supermercados Argentina registra una **expansión de Market Share de 123 bps** ⁽⁹⁾ frente al año anterior

	4T25		4T24		% vs 2024	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ%	ML Δ%
INGRESOS						
Supermercado	604.009	13,3%	550.787	12,2%	9,7%	62,5%
Centros Comerciales	23.554	0,5%	28.700	0,6%	-17,9%	21,6%
Mejoramiento del Hogar	172.220	3,8%	221.065	4,9%	-22,1%	15,3%
Servicios Financieros	36.823	0,8%	33.743	0,8%	9,1%	61,3%
Otros	791	0,0%	368	0,0%	114,8%	214,5%
Ingresos	837.396	18,4%	834.664	18,6%	0,3%	48,6%
EBITDA Ajustado	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Ajustado	50.099	6,0%	66.851	8,0%	-25,1%	11,9%

Supermercados

Los **ingresos** del 4T25 se incrementaron 62,5% en ARS y 9,7% en CLP a/a. Destaca durante el período el crecimiento de ingresos por sobre inflación interanual, impulsado por los ingresos adicionales de Makro y el fortalecimiento de Marcas Propias, que aumentan su penetración en 399 bps a/a, apoyado por la reciente apertura del mercado importador. Al excluir la venta

(7) El segmento Otros consolida las partidas contables no imputables directamente al resto de los negocios, como servicios de apoyo, financiamiento, ajustes y otros.

(8) Inflación general de los últimos 12 meses a diciembre 2025 de Argentina fue de 31,5%, mientras la inflación de alimentos fue de 32,2%.

(9) Fuente: Scentia.

asociada a Makro, los ingresos crecen un 31,0% a/a, en línea con inflación interanual, pese al cierre de 12 tiendas Vea y una tienda Disco durante el trimestre.

El **EBITDA Ajustado** del 4T25 aumentó 50,6% en ARS y 0,8% en CLP frente al año anterior, reflejando mayores costos operativos, incluidos los relacionados con la integración de Makro, el cierre de tiendas durante el trimestre y el aumento de cuentas básicas.

Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** crecieron 15,3% en ARS y disminuyeron 22,1% en CLP, lo cual se compara con una inflación de equipamiento y mantenimiento del hogar de 19,3% a diciembre de 2025. Destaca un *Same Store Sales* del negocio *retail* de 17,4%, impulsado por una mayor penetración de marcas propias y productos importados, contribuyendo a un surtido más amplio de productos.

El **EBITDA Ajustado**, por su parte, disminuye 4,5% en ARS y 35,5% en CLP. Lo anterior se explica principalmente por un crecimiento de los gastos en torno a inflación general (31,5%), la cual está por sobre la inflación de la categoría (19,3%).

Centros Comerciales

Los **ingresos** del 4T25 aumentaron 21,6% en ARS y disminuyeron 17,9% en CLP a/a. Este resultado refleja una desaceleración de la venta de locatarios en un contexto macroeconómico aún desafiante, compensado por un recambio de mix y ajustes de condiciones contractuales según inflación.

El **EBITDA Ajustado** se incrementó 23,5% en ARS y disminuyó 16,6% en CLP, creciendo en línea con la venta.

Servicios Financieros

Los **ingresos** aumentaron 61,3% en ARS y 9,1% en CLP, reflejo del incremento de la cartera promedio y mayores intereses por mayor venta de productos financieros.

El **EBITDA Ajustado** disminuyó 35,4% en ARS y 56,9% en CLP. La contracción de EBITDA Ajustado se explica por un mayor cargo por riesgo, así como por menores *spread* de tasas.

Estados Unidos

Hitos del trimestre

- ♦ The Fresh Market abrió **dos nuevas tiendas** en Illinois y Kentucky, a su vez que cerró dos tiendas de menor desempeño
- ♦ **Venta online** creció 10,9% a/a, alcanzando una **penetración** de 7,8% sobre el total de venta

	4T25		4T24		% vs 2024	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ%	ML Δ%
INGRESOS						
Supermercado	557.588	12,2%	565.150	12,6%	-1,3%	1,6%
Ingresos	557.588	12,2%	565.150	12,6%	-1,3%	1,6%
EBITDA Ajustado	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Ajustado	51.185	9,2%	64.223	11,4%	-20,3%	-17,4%

Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 1,6% en USD y disminuyeron 1,3% en CLP a/a. La mejora respecto al 4T24 se explica principalmente por la expansión de la venta *online* en 10,9% a/a. Adicionalmente, destaca en el trimestre el fortalecimiento de la marca en Illinois y Kentucky con dos nuevas tiendas, a su vez que se cerraron 2 tiendas de menor desempeño.

El **EBITDA Ajustado** decreció 19,9% en moneda local y 22,7% en pesos chilenos a/a, explicado principalmente por gastos extraordinarios asociados al cierre de dos tiendas y mayor inversión en *marketing*. En contraste, se observan avances positivos en eficiencia operacional impulsados por la adopción de etiquetas digitales y mejoras en la gestión de inventarios.

Brasil

Hitos del trimestre

- ♦ **Expansión del margen EBITDA Ajustado en supermercados de 467 bps a/a**
- ♦ **Optimización del portafolio de tiendas** con 19 cambios de formato de Bretas Atacarejo a supermercado tradicional y cierre de 34 farmacias junto a una tienda Bretas Atacarejo

	4T25		4T24		% vs 2024	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	385.348	8,5%	427.175	9,5%	-9,8%	-14,0%
Servicios Financieros	0	0,0%	19.555	0,4%	N.A.	N.A.
Otros	0	0,0%	0	0,0%	N.A.	N.A.
Ingresos	385.348	8,5%	446.730	9,9%	-13,7%	-17,7%
EBITDA Ajustado	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Ajustado	18.132	4,7%	18.450	4,1%	-1,7%	-11,0%

Supermercados

En el 4T25, los **ingresos** de Supermercados decrecieron 14,0% en BRL y 9,8% en CLP en comparación con 4T24. Lo anterior se da en un contexto de optimización del portafolio de tiendas con la venta de 54 tiendas Bretas, el cierre de 34 farmacias y un Bretas Atacarejo, además del fortalecimiento del formato Supermercados con la transformación de 19 Bretas tiendas desde el formato *Cash & Carry*.

El **EBITDA Ajustado** de registró una significativa mejora frente al 4T24 producto de la venta y cierre de tiendas de menor desempeño, así como el fortalecimiento de la estrategia comercial y la mejora en la propuesta valor en tiendas, reflejado en parte en una expansión de margen bruto de 283 bps a/a.

Perú



Hitos del trimestre

- ♦ **Incremento de la venta *online* de 32,7%** comparado con el 4T24, respaldado por la expansión del programa Wong Prime
- ♦ **Apertura de primera tienda Metro** desde 2019 y ampliación de tienda Wong La Molina por 1,772 m² de sala de venta

	4T25		4T24		% vs 2024	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ%	ML Δ%
INGRESOS						
Supermercado	394.532	8,7%	354.004	7,9%	11,4%	4,1%
Centros Comerciales	9.144	0,2%	7.958	0,2%	14,9%	7,0%
Otros	1.247	0,0%	458	0,0%	172,4%	154,2%
Ingresos	404.923	8,9%	362.420	8,1%	11,7%	4,4%
EBITDA Ajustado	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Ajustado	49.458	12,2%	44.534	12,3%	11,1%	4,0%

Supermercados

Los **ingresos** aumentaron 4,1% en PEN y 11,4% en CLP respecto al 4T24, impulsados en gran medida por el incremento de 32,7% de la venta online, apoyado en mayores niveles de suscripción al programa de lealtad Prime. Por otra parte, el canal físico registró mejoras en venta frente al 4T24 principalmente a través del formato *Cash & Carry* con un *Same Store Sales* del 4,0%, así como por la apertura de una nueva tienda Metro y ampliación de Wong La Molina.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 4,6% en PEN y 11,6% en CLP a/a, producto del crecimiento de los ingresos y una expansión de 52 bps del margen bruto frente al 4T24.

Centros Comerciales

Los **ingresos** del trimestre crecieron 7,0% en PEN y 14,9% en CLP respecto al mismo periodo del año anterior, impulsados por mayores ingresos asociados a renta variable, la incorporación de la segunda fase de Cenco La Molina, que incrementó las visitas en aproximadamente 50%, y un crecimiento relevante de ingresos de Cenco Arequipa frente al año anterior.

Por otra parte, el **EBITDA Ajustado** registró un aumento 10,2% en PEN y 18,2% en CLP, principalmente debido a una expansión del margen bruto de 138 bps a/a producto del mejor desempeño comercial de los centros comerciales.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** del 4T25 registró un resultado más negativo comparado con el 4T24 pese a la continua reducción de la morosidad de la cartera. Lo anterior se explica por la actualización de una provisión por NIIF 16.

Colombia

Hitos del trimestre

- ♦ Todas las divisiones de negocio **incrementan ingresos y mejoran EBITDA Ajustado frente al 4T24**
- ♦ **Tiendas Metro transformadas a Metro Almacén**, formato *Cash & Carry*, registraron crecimientos en venta por sobre el **30% a/a**

	4T25		4T24		% vs 2024	
	CLP MM	% sobre ventas	CLP MM	% sobre ventas	CLP Δ %	ML Δ %
INGRESOS						
Supermercado	286.196	6,3%	248.639	5,5%	15,1%	5,0%
Centros Comerciales	3.825	0,1%	2.906	0,1%	31,6%	19,2%
Mejoramiento del Hogar	25.410	0,6%	20.132	0,4%	26,2%	14,4%
Servicios Financieros	1.512	0,0%	1.353	0,0%	11,7%	1,8%
Otros	-614	0,0%	-781	0,0%	-21,4%	-27,1%
Ingresos	316.328	6,9%	272.249	6,1%	16,2%	5,9%
EBITDA Ajustado	CLP MM	Mg (%)	CLP MM	Mg (%)	Δ %	ML Δ %
EBITDA Ajustado	16.582	5,2%	8.916	3,3%	86,0%	72,7%

Supermercados

Durante el 4T25, los **ingresos** crecieron 5,0% en COP y 15,1% en CLP respecto al año anterior, pese al cierre de las 12 tiendas de SPID durante el 3T25. Este desempeño fue impulsado en gran medida por un sólido crecimiento omnicanal, con ventas *online* aumentando 9,1% a/a. Adicionalmente, durante el trimestre se avanzó en el fortalecimiento y diferenciación de las marcas. Una tienda Spid y 2 tiendas Metro fueron transformadas a Jumbo, así como 8 tiendas Metro fueron transformadas al formato *Cash & Carry* bajo la marca Metro Almacén. Estas últimas se suman a las dos tiendas previamente migradas a Metro Almacén, las cuales registran aumentos en venta por sobre el 30% a/a.

El **EBITDA Ajustado** se incrementó 37,9% en COP y 48,8% en CLP interanual. Lo anterior es reflejo de una expansión del margen bruto de 51 bps a/a, fortalecimiento en la gestión de gastos y una estrategia de precios efectiva.

Mejoramiento del Hogar

Los **ingresos** del 4T25 aumentaron 14,4% en COP y 26,2% en CLP interanual, reflejando la recuperación del segmento impulsada por el dinamismo del canal mayorista (SSS de 82,0% a/a), así como por el mejor desempeño de la venta *online* que se duplicó frente al 4T24, apoyado en sistemas de *pricing*.

El **EBITDA Ajustado** presentó un resultado positivo, a diferencia del 4T24. La expansión de la venta, así como un menor gasto por mayor eficiencia operativa, contribuyeron con la mejora del EBITDA Ajustado frente al 2024.

Centros Comerciales

Los **ingresos** crecieron 19,2% en COP y 31,6% en CLP respecto al 4T24. Destaca particularmente el mejor desempeño en ingresos de Limonar y Altos del Prado, así como un aumento en el número de locales y mayor duración de contratos con empresas relacionadas. Adicionalmente, durante el año se lograron mejorar los niveles de cobranza, disminuyeron los incobrables y se continuó renovando y mejorando las condiciones comerciales de los contratos.

El **EBITDA Ajustado** se expandió 41,9% en COP y 56,2% en CLP. Lo anterior se explica por una expansión del margen bruto de 101 bps a/a, así como una disminución de los gastos, excluyendo depreciación.

Servicios Financieros

El **EBITDA Ajustado** se mantuvo estable frente al 4T24, destacando la recuperación del negocio a lo largo del año por mayor spread en las asignaciones de los créditos, además de créditos de mayor monto. Adicionalmente se ha registrado un aumento de las colocaciones, como una disminución de las cancelaciones de tarjetas comparado con el 4T24.

3.2.8 Apertura de Impuestos ⁽¹⁰⁾

CLP millones	4T25	4T24	12M25	12M24
Gasto por impuestos corrientes	-87.619	-48.539	-200.720	-150.717
Ajustes al impuesto corriente del periodo anterior	-	-3.757	-	-6.914
Gasto por Impuesto corrientes	-87.619	-52.296	-200.720	-157.631
Impuesto diferido	-32.591	8.166	-69.730	-90.158
Gasto (Ingreso) por impuesto, reportado	-120.210	-44.130	-270.450	-247.789
(-) NIC 29	-24.179	-32.864	-79.446	-231.450
Gasto (Ingreso) por impuesto, excl. NIC 29	-96.032	-11.266	-191.004	-16.338

(10) Las tasas de impuesto a la renta, por cada país donde opera la Compañía son: Chile: 27%. Argentina: 35%. Perú: 29,5%. Colombia: 35%. Brasil: 34%. Estados Unidos: 21%. Para mayor detalle sobre el gasto por impuesto a las ganancias, dirigirse a la Nota 26 de los Estados Financieros.

4. Balance General Consolidado ⁽¹¹⁾ ⁽¹²⁾

4.1 Resumen Balance General

	Reportado			Excl. NIC 29		
	DIC 25	DIC 24	%	DIC 25	DIC 24	%
	CLP MM			CLP MM		
Activos Corrientes	3.464.999	3.898.450	-11,1%	3.457.294	3.884.898	-11,0%
Activos No Corrientes	11.398.910	11.423.626	-0,2%	10.280.721	10.210.924	0,7%
TOTAL ACTIVOS	14.863.909	15.322.076	-3,0%	13.738.015	14.095.823	-2,5%
Pasivos Corrientes	3.773.170	4.248.607	-11,2%	3.772.385	4.247.597	-11,2%
Pasivos No Corrientes	5.816.649	5.762.173	0,9%	5.418.166	5.325.153	1,7%
TOTAL PASIVOS	9.589.819	10.010.780	-4,2%	9.190.551	9.572.750	-4,0%
Patrimonio de la controladora	4.623.885	4.679.049	-1,2%	3.897.259	3.890.826	0,2%
Participaciones no controladoras	650.205	632.247	2,8%	650.205	632.247	2,8%
PATRIMONIO TOTAL	5.274.090	5.311.297	-0,7%	4.547.464	4.523.073	0,5%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS	14.863.909	15.322.076	-3,0%	13.738.015	14.095.823	-2,5%

Activos

Al 31 de diciembre de 2025, el total de **Activos** decreció CLP 357.808 millones (excluyendo ajuste por hiperinflación de Argentina) en comparación a diciembre de 2024. Esto se explica por una disminución de los Activos Corrientes por CLP 427.605 millones, compensado parcialmente por un incremento de los Activos No Corrientes por CLP 69.797 millones.

- Los **Activos Corrientes** disminuyeron principalmente por menores *Activos financieros* por CLP 134.002 millones y *Efectivo y equivalentes al efectivo* por CLP 105.489 millones. Ambos se explican en gran medida por los fondos utilizados para la adquisición de Makro y compras de propiedad planta y equipo asociadas a la expansión del negocio.
- El crecimiento de los **Activos No Corrientes** se atribuye a incrementos en *Propiedades de inversión* por CLP 297.767 millones, explicado en gran medida por incremento en el valor de los activos producto de proyectos *brownfield* en centros comerciales, compensado parcialmente por una disminución de *Propiedades, planta y equipo* por CLP 157.474 millones, entre otros motivos, impulsado por menores derechos de uso por la baja del proyecto de centro comercial en Vitacura.

(11) El detalle del Balance Consolidado se encuentra en los anexos de este reporte.

(12) Para efectos comparativos y de análisis del desempeño de los negocios, cifras y explicaciones excluyen efecto de la norma hiperinflacionaria Argentina (NIC 29).

Pasivos

Al cierre de 2025 el total de **Pasivos** disminuyó CLP 382.199 millones (excluyendo ajuste por NIC 29) en comparación con diciembre de 2024. Este resultado se atribuye a una disminución de los Pasivos Corrientes por CLP 475.212 millones, compensado parcialmente por un incremento de los Pasivos No Corrientes por CLP 93.014 millones.

- La disminución de los **Pasivos Corrientes** se explica por una disminución de los *Pasivos financieros* por CLP 215.867 millones producto del término del pasivo asociado a la opción PUT por el 33% restante de The Fresh Market. Asimismo, las *Cuentas por pagar comerciales* aumentaron CLP 194.456 millones explicado por un saldo menor de acreedores comerciales comparado con diciembre de 2024.
- El aumento de los **Pasivos No Corrientes** se atribuye principalmente al incremento en *Otros pasivos financieros* por CLP 164.399 millones, derivado en gran medida a la emisión de 2 series de bonos en el mercado local chileno para financiar la adquisición de la propiedad restante de The Fresh Market.

Patrimonio

Al cierre del periodo, el **Patrimonio** aumentó CLP 24.391 millones como resultado de un aumento de las *Ganancias acumuladas* por CLP 60.589 millones, así como por un incremento de Otras reservas por CLP 108.812 millones. Lo anterior fue parcialmente compensado por una diferencia negativa de *Acciones propias en cartera* por CLP 161.731 millones, lo cual se atribuye a plan de recompra de acciones ejecutado a fines de junio de 2025.

Reconciliación Deuda Financiera

CLP millones	dic-25	dic-24
Total Pasivos Financieros	4.428.530	4.479.998
(-) efectivo y equivalentes al efectivo	637.156	742.644
(-) otros activos financieros, corrientes y no corrientes	232.489	417.532
Deuda Financiera Neta	3.558.886	3.319.822
(+) Total pasivos por arrendamientos	1.068.748	1.259.766
Deuda Financiera Neta reportada	4.627.634	4.579.588

5. Estado de Flujo de Efectivo ⁽¹³⁾

5.1 Acumulado a diciembre 2025 y 2024

YTD 2025 CLP Millones	Flujo de actividades de operación	Flujo de actividades de inversión	Flujo de actividades de financiamiento
Supermercados	1.061.346	-266.376	-844.399
Centros Comerciales	325.240	-200.250	-192.237
Mejoramiento del Hogar	92.457	100.054	-167.039
Tiendas por Departamento	40.884	-26.071	-13.378
Servicios Financieros	-4.216	-539	4.755
Otros	-416.449	-33.028	476.347
Excl. NIC 29	1.099.261	-426.210	-735.951
Ajuste NIC 29			
Ajuste Inflación	27.007	-11.654	-12.719
Ajuste Conversión	-37.237	15.244	17.904
Reportado	1.089.031	-422.621	-730.767

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

(13) Las explicaciones del Flujo de Efectivo no consideran el efecto contable de la hiperinflación en Argentina.

Actividades de Operación

Al cierre de diciembre 2025 el flujo procedente de **actividades de operación** fue de CLP 1.099.261 millones (excluyendo NIC 29) en comparación con los CLP 1.239.380 millones al cierre de diciembre 2024. Esta disminución se explica principalmente por un menor flujo proveniente del negocio de Supermercados por un menor dinamismo de la venta de este negocio a nivel regional, así como por Tiendas por Departamento, negocio el cual experimentó una baja en el consumo de turistas durante la segunda mitad del 2025.

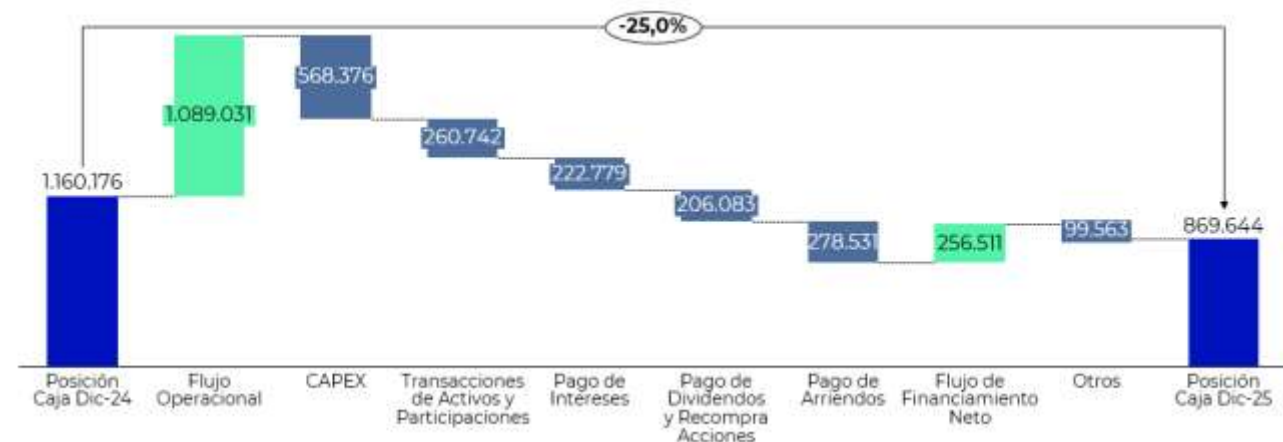
Actividades de Inversión

El flujo de caja procedente de las **actividades de inversión** llegó a un total de CLP -426.210 millones (excluyendo NIC 29) en el flujo acumulado a diciembre 2025, comparado con CLP -325.946 a diciembre 2024. Lo anterior se explica por los fondos utilizados para la compra de Makro en Argentina, así como por las inversiones asociadas al crecimiento del negocio, especialmente en Estados Unidos. En 2025, **el Capex del período fue de CLP 568.376 millones** (excluyendo M&A) versus CLP 451.597 millones del mismo periodo del año anterior. El Capex de 2025 expresado en dólares a tipo de cambio de cierre fue de USD 627 millones.

Actividades de Financiamiento

El flujo neto destinado a las **actividades de financiamiento** fue de CLP -735.951 millones a diciembre 2025 (excluyendo NIC 29), mientras que a diciembre 2024 se registró un flujo neto de CLP -718.874 millones. El flujo de actividades de financiamiento se mantuvo relativamente estable respecto a 2024, destacando el plan de recompra de acciones que la Compañía ejecutó a fines de junio de 2025, los importes pagados por la adquisición del 33% remanente de la propiedad de The Fresh Market y los flujos recibidos por la emisión de 2 series de bonos para financiar la transacción por un total de UF 7,5 millones.

5.2 Evolución de posición de caja 2025 ⁽¹⁴⁾



(14) La posición de efectivo considera los activos que se restan para el cálculo del apalancamiento neto (efectivo + activos financieros a corto y largo plazo). Cifras en CLP millones.

La posición de caja al cierre de diciembre de 2025 alcanzó los CLP 869.644 millones, lo que representa una disminución del 25,0% en comparación con diciembre de 2024. Esta reducción se explica principalmente por la inversión de CLP 568.376 millones en *Capex* durante el año y por los fondos destinados a venta y compras de activos y participaciones, correspondientes a Makro en Argentina y al 33% restante de The Fresh Market en Estados Unidos. Lo anterior, fue parcialmente compensado por el ingreso de CLP 135.643 millones provenientes de la venta de Bretas.

Por su parte, el flujo neto de financiamiento alcanzó CLP 256.511 millones, reflejando la emisión de un bono cuyos fondos se destinaron a financiar la adquisición de TFM. Además, la generación de caja operacional contribuyó positivamente con CLP 1.085.692 millones.

6. Gestión del negocio

6.1 Ratios Financieros

6.1.1 Leverage Neto

CLP millones	dic-25	sept-25	jun-25	mar-25	dic-24
Deuda Financiera Neta reportada	4.627.634	5.160.130	4.886.795	4.846.260	4.579.588
Veces EBITDA					
Leverage Neto	3,2x	3,5x	3,2x	3,1x	3,0x
Leverage Neto (excl. NIC 29)	3,1x	3,5x	3,2x	3,1x	2,9x

6.1.2 Ratios Endeudamiento

(en veces)	Dic-25	Dic-24
Cobertura de Gastos Financieros	3,9	3,9
Deuda Financiera Neta / Patrimonio	0,7	0,6
Total Pasivos / Patrimonio	1,8	1,9
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	0,9	0,9

6.1.3 Capital de Trabajo

Variación en CLP	Días de Inventario			Días por Cobrar Promedio			Días por Pagar Promedio		
	4T25	4T24	Δ	4T25	4T24	Δ	4T25	4T24	Δ
Supermercados	39,9	41,0	-1,2	11,8	13,1	-1,2	40,0	41,0	-1,0
Mejoramiento del Hogar	116,4	134,1	-17,7	22,7	24,8	-2,1	42,0	48,0	-6,0
Tiendas por Departamento	97,2	94,6	2,6	8,9	7,3	1,6	45,0	44,0	1,0
Centros Comerciales	-	-	-	32,0	36,0	-4,1	31,0	30,0	1,0
Retail Financiero	-	-	-	-	-	-	30,0	32,0	-2,0

Días de Inventario

En el 4T25 los días de inventario de Supermercados disminuyeron 1,2 días comparado con el 4T24, lo cual se explica principalmente por diferencias de tipo de cambio en Argentina en inventarios y costo por venta. Excluyendo efectos de tipo de cambio, los días de inventario de Supermercados habrían aumentado en 1,0. Mejoramiento del Hogar, por su parte, disminuyó 17,7 días a/a, explicado por mejoras en Chile y Argentina en un contexto de ajustes en el *mix* de productos a nivel regional. Tiendas por Departamento, por su parte, registró un incremento de 2,6 días de inventario frente al 4T24 producto de un mayor nivel de inventario de productos de Marca Propia, sumado a una base de comparación desafiante frente al 4T24, período en el cual un mayor consumo de turistas redujo los niveles de inventarios hacia fines del período.

Días Promedio de Cobro

Los días promedio de cobro de Supermercados y Mejoramiento del Hogar disminuyeron 1,2 días y 2,1 días respectivamente. En Supermercados, excluyendo efectos de tipo de cambio los días promedio de cobro se habrían mantenido constantes, mientras que en Mejoramiento del Hogar la disminución se explica por menores días promedio de cobro en Argentina y Colombia. Tiendas por Departamento aumentó sus días promedio de cobro en 1,6 días, impulsado por un aumento en las cuentas por cobrar frente al cierre del 4T24. Centros Comerciales disminuyó sus días promedio de cobro en 4,1 días a/a, explicado principalmente por una reducción de los días de cuentas por cobrar en Argentina y Colombia.

Días Promedio de Pago

Al cierre de diciembre de 2025, los días promedio de pago de Supermercados disminuyeron 1,0 días comparado con 4T24. Mejoramiento del Hogar registró una disminución de 6,0 días promedio por menores plazos de pago en Argentina y Chile. Al contrario, Tiendas por Departamento aumentó 1 día a/a, mientras que Centros Comerciales aumentó sus días de pago en 1 día y Servicios Financieros disminuyó sus días promedio de pago en 2,0 días durante el transcurso del mismo período.

6.2 Gestión de Riesgos

6.2.1 Riesgo por Tasa de Interés

Al cierre de diciembre 2025, y tomando en cuenta las coberturas a través de *Cross Currency Swaps*, el 75,8% 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 71,4% 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.

6.2.2 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 2025, el 63,4% de la deuda financiera total estaba en dólares estadounidenses. De esta deuda, un 86,8% estaba cubierta mediante *Cross Currency Swaps* u otras coberturas cambiarias, como la cobertura de inversión neta y la tenencia en USD. La política de la Compañía busca mitigar el riesgo de variaciones cambiarias sobre los pasivos netos en moneda extranjera, utilizando instrumentos de mercado diseñados para ello. Con el efecto de todas las coberturas cambiarias, la exposición de la Compañía al dólar era 8,4% de la deuda bruta total al 31 de diciembre de 2025.

6.2.3 Riesgos Generales

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.

Para obtener más información detallada sobre la Gestión de Riesgos, se puede consultar la Memoria Anual Integrada del año 2024 en el siguiente link:

https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20250410/20250410124319/memoria_2024_cencosud.pdf



Anexo Resultados

Cuarto Trimestre 2025

Índice

1. Información Financiera.....	33
Detalle Estado de Resultados Consolidado	33
Detalle Cálculo EBITDA Ajustado	34
Por Unidad de Negocio.....	35
Detalle Balance Consolidado.....	36
Balance por País	37
Detalle Flujo de Efectivo Consolidado	38
Aperturas y cierres 12M25 por país.....	39
2. Desempeño por Negocio	40
Supermercado y Otros	40
Mejoramiento del Hogar.....	43
Tiendas por Departamento	44
Centros Comerciales.....	45
Servicios Financieros	48
3. Indicadores Macroeconómicos Tipo de cambio.....	50
4. Glosario.....	51



1. Información Financiera

Detalle Estado de Resultados Consolidado

Cuarto Trimestre 2025

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-25)		NIC 29 (Dic-24)		Excl. NIC 29		
	4T25	4T24	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T25	4T24	Δ %
Ingresos	4.429.841	4.822.259	-8,1%	189.346	-311.924	198.589	124.772	4.552.420	4.498.898	1,2%
Costo de Ventas	-3.137.641	-3.337.971	-6,0%	-146.067	217.210	-129.466	-83.240	-3.208.784	-3.125.265	2,7%
Ganancia Bruta	1.292.200	1.484.288	-12,9%	43.279	-94.714	69.123	41.532	1.343.636	1.373.633	-2,2%
Margen Bruto	29,2%	30,8%	-161 bps	22,9%	30,4%	34,8%	33,3%	29,5%	30,5%	-102 bps
Gasto de Administración y Ventas	-1.018.054	-1.137.217	-10,5%	-65.804	86.532	-65.454	-34.601	-1.038.782	-1.037.162	0,2%
Otros Ingresos, por función	75.301	-31.257	-340,9%	192	-1.748	66	-244	76.857	-31.078	-347,3%
Otras ganancias (pérdidas)	10.843	-19.201	N.A.	-2.835	2.678	1.456	382	11.000	-21.039	N.A.
Resultado Operacional	360.290	296.613	21,5%	-25.168	-7.252	5.191	7.068	392.711	284.353	38,1%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	-2.578	-5.089	-49,3%	0	0	0	0	-2.578	-5.089	-49,3%
Costo Financiero Neto	-94.985	-118.126	-19,6%	10.775	4.175	-16.987	-1.366	-109.935	-99.773	10,2%
Variaciones tipo de cambio	30.493	-68.199	N.A.	368	-383	-860	-349	30.508	-66.990	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-13.075	-24.946	-47,6%	-3.517	214	-3.621	-2.613	-9.772	-18.712	-47,8%
Resultado No Operacional	-80.145	-216.360	-63,0%	7.627	4.007	-21.468	-4.328	-91.778	-190.564	-51,8%
Resultado antes de impuestos	280.146	80.253	249,1%	-17.542	-3.246	-16.277	2.740	300.933	93.789	220,9%
Impuesto a la renta	-120.210	-44.130	172,4%	-26.423	2.244	-29.747	-3.117	-96.032	-11.266	752,4%
Ganancia (pérdida)	159.935	36.123	342,8%	-43.964	-1.002	-46.024	-376	204.902	82.523	148,3%
Ganancia (pérdida) atribuible a la controladora	134.726	16.185	732,4%	-43.965	-1.002	-46.026	-376	179.693	62.587	187,1%
Ganancia (pérdida) de minoritarias	25.209	19.938	26,4%	1	0	2	0	25.208	19.936	26,4%
EBITDA Ajustado	433.910	464.238	-6,5%	-7.809	-12.418	18.956	9.295	454.137	435.987	4,2%
Margen EBITDA Ajustado (%)	9,8%	9,6%	17 bps	-4,1%	4,0%	9,5%	7,4%	10,0%	9,7%	28 bps

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-25)		NIC 29 (Dic-24)		Excl. NIC 29		
	4T25	4T24	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	4T25	4T24	Δ %
Revaluación de Activos	63.970	-41.490	-254,2%	0	-1.680	0	-294	65.650	-41.195	-259,4%
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-20.425	18.010	-213,4%	0	588	0	103	-21.013	17.907	-217,3%
Efecto neto Revaluación Activos	43.545	-23.480	-285,5%	0	-1.092	0	-191	44.637	-23.288	-291,7%

Acumulado 2025

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-25)		NIC 29 (Dic-24)		Excl. NIC 29		
	12M25	12M24	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M25	12M24	Δ %
Ingresos	16.594.515	16.493.815	0,6%	381.624	-687.180	607.320	-174.012	16.900.071	16.060.507	5,2%
Costo de Ventas	-11.720.024	-11.554.509	1,4%	-315.917	476.751	-479.244	117.663	-11.880.858	-11.192.928	6,1%
Ganancia Bruta	4.874.491	4.939.306	-1,3%	65.707	-210.428	128.076	-56.350	5.019.213	4.867.580	3,1%
Margen Bruto	29,4%	29,9%	-57 bps	17,2%	30,6%	21,1%	32,4%	29,7%	30,3%	-61 bps
Gasto de Administración y Ventas	-4.012.802	-3.922.369	2,3%	-161.396	187.094	-203.932	47.791	-4.038.500	-3.766.228	7,2%
Otros ingresos, por función	157.981	57.231	176,0%	329	-3.782	260	-1.028	161.433	57.999	178,3%
Otras ganancias (pérdidas)	17.020	-4.019	N.A.	-508	2.900	18.405	-715	14.628	-21.710	N.A.
Resultado Operacional	1.036.690	1.070.149	-3,1%	-95.869	-24.215	-57.190	-10.301	1.156.774	1.137.640	1,7%
Participación ganancias (pérdidas) de asociadas	-6.763	-2.611	N.A.	0	0	0	0	-6.763	-2.611	N.A.
Costo Financiero Neto	-370.116	-390.989	-5,3%	29.713	8.316	-25.254	4.982	-408.145	-370.717	10,1%
Variaciones tipo de cambio	56.116	-75.453	N.A.	-395	-667	-4.158	1.196	57.178	-72.491	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-47.359	-119.625	-60,4%	-7.958	2.492	-56.984	-1.673	-41.893	-60.968	-31,3%
Resultado No Operacional	-368.121	-588.677	-37,5%	21.361	10.141	-86.395	4.505	-399.623	-506.787	-21,1%
Resultado antes de impuestos	668.569	481.472	38,9%	-74.508	-14.074	-143.586	-5.796	757.151	630.853	20,0%
Impuesto a la renta	-270.450	-247.789	9,1%	-83.159	3.713	-240.878	9.428	-191.004	-16.338	1069,0%
Utilidad (pérdida)	398.119	233.683	70,4%	-157.667	-10.361	-384.464	3.632	566.147	614.515	-7,9%
Ganancia (pérdida) de la controladora	314.917	158.935	98,1%	-157.669	-10.361	-384.486	3.632	482.947	539.788	-10,5%
Ganancia (pérdida) de minoritarias	83.202	74.749	11,3%	2	0	22	0	83.200	74.727	11,3%
EBITDA Ajustado	1.442.924	1.531.193	-5,8%	-31.665	-34.907	-13.278	-11.923	1.509.497	1.556.394	-3,0%
Margen EBITDA Ajustado (%)	8,7%	9,3%	-59 bps	-8,3%	5,1%	-2,2%	6,9%	8,9%	9,7%	-76 bps

Millones de CLP	Reportado			NIC 29 (Dic-25)		NIC 29 (Dic-24)		Excl. NIC 29		
	12M25	12M24	Δ %	Ajuste inflación	Ajuste conversión	Ajuste inflación	Ajuste conversión	12M25	12M24	Δ %
Revaluación de Activos	124.539	23.030	440,8%	0	-3.649	0	-956	128.188	23.986	434,4%
Impuesto diferido Revaluación de Activos	-37.339	-314	11786,5%	0	1.277	0	335	-38.616	-649	5851,9%
Efecto neto Revaluación Activos	87.199	22.716	283,9%	0	-2.372	0	-622	89.571	23.337	283,8%

Detalle Cálculo EBITDA Ajustado

CLP Millones	4T25	4T24	Var. %	12M25	12M24	Var. %
Ganancia (pérdida)	204.902	82.523	148,3%	566.147	614.515	-7,9%
Costo Financiero Neto	109.935	99.773	10,2%	408.145	370.717	10,1%
Resultado Unidades de Indexación	9.772	18.712	-47,8%	41.893	60.968	-31,3%
Variaciones Tipo de Cambio	-30.508	66.990	N.A.	-57.178	72.491	N.A.
Impuesto a la Renta	96.032	11.266	752,4%	191.004	16.338	1069,0%
Depreciación y Amortización	129.654	115.528	12,2%	487.673	445.350	9,5%
Revaluación de Activos	-65.650	41.195	-259,4%	-128.188	-23.986	434,4%
EBITDA Ajustado	454.137	435.987	4,2%	1.509.497	1.556.394	-3,0%

Por Unidad de Negocio

4T25	SM	CC	MdH	TxD	SF	Otros	TOTAL
Ganancia (pérdida)	236.902	145.889	34.517	30.774	3.153	-246.333	204.902
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	109.935	109.935
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	96.032	96.032
EBIT	236.902	145.889	34.517	30.774	3.153	-40.366	410.869
Depreciación y Amortización	98.940	4.638	6.804	9.648	571	9.053	129.654
EBITDA	335.842	150.527	41.320	40.422	3.724	-31.313	540.522
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	-30.508	-30.508
Revaluación de Activos	-	-58.641	-	-	-	-7.009	-65.650
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	9.772	9.772
EBITDA Ajustado	335.842	91.886	41.320	40.422	3.724	-59.058	454.137

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

12M25	SM	CC	MDH	TxD	RF	Otros	TOTAL
Resultado Neto	803.235	426.270	108.381	43.669	29.245	-844.652	566.147
Costo Financiero Neto	-	-	-	-	-	408.145	408.145
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-	191.004	191.004
EBIT	803.235	426.270	108.381	43.669	29.245	-245.503	1.165.297
Depreciación y Amortización	353.422	19.283	27.035	43.163	2.128	42.642	487.673
EBITDA	1.156.657	445.553	135.415	86.832	31.373	-202.861	1.652.969
Variaciones Tipo de Cambio	-	-	-	-	-	-57.178	-57.178
Revaluación de Activos	-	-121.626	-	-	-	-6.562	-128.188
Resultado por Unidades de Reajuste	-	-	-	-	-	41.893	41.893
EBITDA Ajustado	1.156.657	323.927	135.415	86.832	31.373	-224.708	1.509.497

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

Detalle Balance Consolidado

Activos	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	DIC 25	DIC 24	DIC 25	DIC 24	DIC 25	DIC 24
	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP
Efectivo y equivalentes al efectivo	637.156	742.644	-	-	637.156	742.644
Otros activos financieros corrientes	46.666	180.668	-	-	46.666	180.668
Otros activos no financieros corrientes	39.435	39.235	1.110	423	38.325	38.812
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar corrientes	965.920	1.030.564	-	-	965.920	1.030.564
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas,	14.826	21.430	-	-	14.826	21.430
Inventarios corrientes	1.658.377	1.646.822	6.595	13.129	1.651.782	1.633.694
Activos por impuestos corrientes, corrientes	89.548	75.384	-	-	89.548	75.384
Activos no corrientes para su disposición clasificados como mantenidos para la venta	13.071	161.702	-	-	13.071	161.702
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	3.464.999	3.898.450	7.705	13.552	3.457.294	3.884.898
Otros activos financieros no corrientes	185.822	236.864	-	-	185.822	236.864
Otros activos no financieros no corrientes	33.387	29.434	1.475	1.461	31.912	27.973
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar no corrientes	12.096	971	-	-	12.096	971
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	353.969	333.364	-	-	353.969	333.364
Activos intangibles distintos de la plusvalía	846.170	857.293	10.995	12.252	835.175	845.040
Plusvalía	1.881.839	1.917.682	16.284	17.104	1.865.555	1.900.578
Propiedades, planta y equipo	3.916.058	4.123.631	695.839	745.938	3.220.219	3.377.693
Propiedad de inversión	3.804.096	3.548.680	393.596	435.946	3.410.500	3.112.734
Activos por impuestos corrientes, no corrientes	43.878	52.236	-	-	43.878	52.236
Activos por impuestos diferidos	321.594	323.471	-	-	321.594	323.471
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	11.398.910	11.423.626	1.118.189	1.212.702	10.280.721	10.210.924
TOTAL ACTIVOS	14.863.909	15.322.076	1.125.894	1.226.253	13.738.015	14.095.823

Pasivos y Patrimonio	Reportado		NIC 29		Excl. NIC 29	
	DIC 25	DIC 24	DIC 25	DIC 24	DIC 25	DIC 24
	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP	MM CLP
Otros pasivos financieros corrientes	254.876	470.743	-	-	254.876	470.743
Pasivos por arrendamientos, corrientes	194.389	200.592	-	-	194.389	200.592
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por	2.969.024	3.163.703	786	1.010	2.968.238	3.162.694
Cuentas por pagar a entidades relacionadas,	19.638	19.104	-	-	19.638	19.104
Otras provisiones corrientes	19.830	21.701	-	-	19.830	21.701
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	54.819	44.704	-	-	54.819	44.704
Provisiones corrientes por beneficios a los	165.237	173.226	-	-	165.237	173.226
Otros pasivos no financieros corrientes	91.885	70.807	-	-	91.885	70.807
Pasivos por activos mantenidos para la venta	3.473	84.027	-	-	3.473	84.027
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	3.773.170	4.248.607	786	1.010	3.772.385	4.247.597
Otros pasivos financieros no corrientes	4.173.655	4.009.255	-	-	4.173.655	4.009.255
Pasivos por arrendamientos no corrientes	874.005	1.026.884	-	-	874.005	1.026.884
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por	3.251	4.291	-	-	3.251	4.291
Otras provisiones no corrientes	62.271	59.650	19.103	19.467	43.168	40.183
Pasivo por impuestos diferidos	645.100	600.181	379.379	417.553	265.721	182.628
Provisiones no corrientes por beneficios a los	10.342	14.004	-	-	10.342	14.004
Pasivos por impuestos corrientes, no corrientes	470	2.031	-	-	470	2.031
Otros pasivos no financieros no corrientes	47.554	45.877	-	-	47.554	45.877
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5.816.649	5.762.173	398.482	437.020	5.418.166	5.325.153
TOTAL PASIVOS	9.589.819	10.010.780	399.268	438.030	9.190.551	9.572.750
Capital emitido	2.343.320	2.343.320	-	-	2.343.320	2.343.320
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.564.510	2.318.984	-137.564	-322.502	2.702.074	2.641.485
Prima de emisión	457.665	458.902	-	-	457.665	458.902
Acciones propias en cartera	-161.831	-101	-	-	-161.831	-101
Otras reservas	-579.778	-442.055	864.190	1.110.725	-1.443.969	-1.552.780
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	4.623.885	4.679.049	726.626	788.224	3.897.259	3.890.826
Participaciones no controladoras	650.205	632.247	-	-	650.205	632.247
TOTAL PATRIMONIO	5.274.090	5.311.297	726.626	788.224	4.547.464	4.523.073
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	14.863.909	15.322.076	1.125.894	1.226.253	13.738.015	14.095.823

Balance por País

	Total Activos			Total Pasivos			Total Patrimonio		
	DIC 25	DIC 24	%	DIC 25	DIC 24	%	DIC 25	DIC 24	%
Chile	6.671.545	6.593.242	1,2%	6.258.957	6.472.455	-3,3%	1.395.349	1.233.329	13,1%
Argentina	2.025.912	2.305.014	-12,1%	883.553	970.744	-9,0%	1.224.239	1.419.213	-13,7%
EEUU	1.725.592	1.939.057	-11,0%	1.036.298	1.162.657	-10,9%	56.545	64.235	-12,0%
Brasil	1.065.564	1.168.016	-8,8%	628.878	606.869	3,6%	428.593	505.765	-15,3%
Perú	1.714.885	1.702.651	0,7%	464.557	499.052	-6,9%	1.032.757	989.454	4,4%
Colombia	1.568.296	1.518.714	3,3%	308.600	289.923	6,4%	1.018.364	1.017.513	0,1%
Uruguay	92.115	95.382	-3,4%	8.976	9.081	-1,2%	118.244	81.788	44,6%
Total	14.863.909	15.322.076	-3,0%	9.589.819	10.010.780	-4,2%	5.274.090	5.311.297	-0,7%
NIC 29	1.125.894	1.226.253	-8,2%	399.268	438.030	-8,8%	726.626	788.224	-7,8%
Excl. NIC 29	13.738.015	14.095.823	-2,5%	9.190.551	9.572.750	-4,0%	4.547.464	4.523.073	0,5%

Detalle Flujo de Efectivo Consolidado

Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	DIC 25	DIC 24
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	19.502.795	20.663.760
Otros cobros por actividades de operación	39.325	42.962
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-15.404.034	-15.898.447
Pagos a y por cuenta de los empleados	-2.255.603	-2.394.205
Otros pagos por actividades de operación	-629.738	-943.482
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	-166.991	-121.743
Otras entradas (salidas) de efectivo	3.277	-4.873
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	1.089.031	1.343.971

Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	DIC 25	DIC 24
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-119.751	-
Importes procedentes de ventas de propiedad, planta y equipo	577	2.023
Compras de propiedades, planta y equipo	-497.423	-374.201
Compras de activos intangibles	-70.953	-77.396
Dividendos recibidos	4.843	17.388
Intereses recibidos	27.526	122.709
Otras entradas (salidas) de efectivo	232.559	-38.571
Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	-422.621	-348.048

Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	DIC 25	DIC 24
Pagos por rescatar o adquirir acciones de la entidad	-164.142	-2.084
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	866.471	881.951
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	878.486	192.837
Reembolsos de préstamos	-1.344.525	-1.199.885
Pagos de pasivos por arrendamientos	-278.531	-278.529
Dividendos pagados	-41.941	-58.922
Intereses pagados	-222.779	-211.907
Otras entradas (salidas) de efectivo	-423.805	-94.920
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	-730.767	-771.459
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	-64.356	224.464
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	-41.133	35.055
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	-105.489	259.519
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	742.644	483.126
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	637.156	742.644

Aperturas y cierres 12M25 por país

12M25	Aperturas		Remodelaciones		Cierres	
	#	M ²	#	#	M ²	
Chile	4	10.744	19	2	597	
Argentina	3	7.372	24	18	26.166	
EE.UU.	8	11.585	-	3	3.649	
Brasil	2	5.825	29	41	10.729	
Perú	1	1.170	1	1	1.171	
Colombia	2	2.581	24	12	1.696	
Total	20	39.277	97	77	44.009	

2. Desempeño por Negocio

Supermercado y Otros

Estado de Resultados

Supermercado	4T25	4T24	Var. vs 2024		12M25	12M24	Var. vs 2024	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	1.353.922	1.331.354	1,7%	1,7%	5.098.929	4.982.596	2,3%	2,3%
Argentina	604.009	550.787	9,7%	62,5%	2.423.430	1.917.975	26,4%	69,5%
EEUU	557.588	565.150	-1,3%	1,6%	2.109.607	1.982.281	6,4%	5,7%
Brasil	385.348	427.175	-9,8%	-14,0%	1.521.787	1.772.440	-14,1%	-11,2%
Perú	394.532	354.004	11,4%	4,1%	1.352.648	1.241.413	9,0%	2,9%
Colombia	286.196	248.639	15,1%	5,0%	944.757	895.793	5,5%	4,1%
Ingresos	3.581.595	3.477.110	3,0%	N.A.	13.451.159	12.792.498	5,1%	N.A.
Chile	370.673	376.853	-1,6%	-1,6%	1.393.198	1.387.487	0,4%	0,4%
Argentina	158.305	150.728	5,0%	55,5%	657.637	574.005	14,6%	54,5%
EEUU	208.104	217.925	-4,5%	-1,7%	798.400	764.728	4,4%	3,7%
Brasil	84.663	81.697	3,6%	-1,3%	320.964	348.755	-8,0%	-4,8%
Perú	98.845	86.875	13,8%	6,3%	335.976	303.206	10,8%	4,6%
Colombia	57.593	48.713	18,2%	7,8%	196.709	181.439	8,4%	7,1%
Resultado Bruto	978.182	962.790	1,6%	N.A.	3.702.883	3.559.620	4,0%	N.A.
GAV	-744.484	-721.194	3,2%	N.A.	-2.910.852	-2.670.442	9,0%	N.A.
Res. Operacional	236.849	244.619	-3,2%	N.A.	803.225	902.136	-11,0%	N.A.
EBITDA Ajustado	335.842	328.149	2,3%	N.A.	1.156.657	1.230.245	-6,0%	N.A.
Margen EBITDA Ajustado	9,4%	9,4%	-6 bps		8,6%	9,6%	-102 bps	

Datos Operacionales Supermercados y Otros

Super / Hiper	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	253	251	66,8%	66,5%	613.984	614.879
Argentina	266	278	54,9%	55,8%	420.311	423.675
EEUU	172	167	100,0%	100,0%	215.181	207.741
Brasil	138	157	92,8%	93,0%	320.072	361.468
Perú	70	70	60,0%	60,0%	211.688	212.348
Colombia	80	78	23,7%	17,9%	339.792	345.448
Total	979	1.001	69,1%	69,0%	2.121.028	2.165.558

Cash&Carry	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Argentina	28	N.A.	15,1%	N.A.	138.036	N.A.
Brasil	23	58	82,6%	91,4%	100.583	190.493
Perú	18	18	27,8%	27,8%	43.629	43.629
Total	69	76	40,9%	76,3%	282.248	234.122

Conveniencia	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	37	38	97,3%	97,4%	6.516	6.663
Brasil	7	9	100,0%	100,0%	902	1.173
Colombia	-	13	0%	100%	-	1.776
Total	44	60	97,7%	98,3%	7.418	9.612

Otros	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Brasil	106	147	97,2%	94,6%	14.102	17.569
Colombia	37	37	8,1%	8,1%	18.490	18.490
Total	143	184	74,1%	77,2%	32.592	36.059

Same Store Sales Supermercados y Otros ⁽¹⁵⁾

Total Supermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	0,6%	2,2%	-0,5%	1,2%	1,2%	1,0%
Argentina	30,8%	110,8%	-0,6%	-16,2%	29,1%	151,5%
EEUU	-2,0%	2,0%	-1,7%	-0,3%	-0,3%	2,3%
Brasil	-0,9%	-4,7%	-8,1%	-3,2%	7,8%	-1,6%
Perú	2,0%	2,7%	0,1%	3,2%	1,9%	-0,4%
Colombia	4,6%	-0,2%	-3,0%	-7,0%	7,8%	7,3%

Supermercado/ Hipermercado	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	0,6%	2,0%	-1,0%	0,6%	1,6%	1,4%
Argentina	30,8%	110,8%	-0,2%	-16,2%	31,0%	151,5%
EEUU	-2,0%	2,0%	-1,7%	-0,3%	-0,3%	2,3%
Brasil	-0,8%	-3,0%	-6,9%	-3,5%	6,6%	0,6%
Perú	1,6%	2,5%	0,1%	3,7%	1,6%	-1,1%
Colombia	4,6%	-0,1%	-3,0%	-6,9%	7,8%	7,2%

Cash&Carry	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Argentina	19,3%	N.A.	-5,9%	N.A.	26,8%	N.A.
Brasil	-1,5%	-7,5%	-16,3%	-2,2%	17,6%	-5,4%
Perú	4,0%	3,8%	0,8%	-0,9%	3,2%	4,7%

Conveniencia	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	14,2%	73,0%	21,0%	41,1%	-5,6%	22,6%
Brasil	26,3%	1,4%	27,4%	-1,6%	-0,9%	3,0%
Colombia	-100,0%	-18,3%	0,0%	-10,7%	0,0%	-8,6%

Otros	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Brasil	6,8%	0,1%	-2,4%	-9,5%	9,4%	10,6%
Colombia	-3,1%	7,4%	-2,7%	5,4%	-0,3%	1,9%

Evolutivo crecimiento venta online Supermercados (Variación en Moneda Local)

Supermercados	12M25	4T25	3T25	2T25	1T25	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24
Chile	10,1%	8,8%	10,1%	10,1%	11,5%	5,1%	8,2%	4,4%	2,7%	5,0%
Argentina	55,2%	53,6%	89,3%	38,7%	31,9%	136,6%	63,7%	171,5%	219,4%	198,8%
EE.UU.	19,4%	10,9%	15,4%	24,8%	27,5%	30,6%	23,8%	34,7%	31,6%	34,1%
Brasil	-10,1%	-13,3%	2,3%	-9,1%	-18,2%	22,7%	1,6%	-0,6%	39,4%	71,5%
Perú	33,5%	32,7%	27,8%	35,5%	39,4%	7,0%	21,6%	12,9%	3,9%	3,7%
Colombia	10,3%	9,1%	12,6%	5,9%	13,9%	-29,3%	1,0%	-17,7%	-15,7%	-51,9%

(15) SSS Total Supermercados no incluye las tiendas de Makro y Basualdo y el SSS de Cash and Carry en Argentina se incluye de forma referencial.

Mejoramiento del Hogar

Estado de Resultados

Mejoramiento del Hogar	4T25	4T24	Var. vs 2024		12M25	12M24	Var. vs 2024	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	216.020	210.474	2,6%	2,6%	799.271	771.727	3,6%	3,6%
Argentina	172.220	221.065	-22,1%	15,3%	724.381	712.123	1,7%	34,9%
Colombia	25.410	20.132	26,2%	14,4%	85.421	77.495	10,2%	8,9%
Ingresos	413.649	451.671	-8,4%	N.A.	1.609.073	1.561.345	3,1%	N.A.
Chile	59.753	62.987	-5,1%	-5,1%	216.996	219.788	-1,3%	-1,3%
Argentina	67.943	87.714	-22,5%	14,6%	283.412	305.756	-7,3%	24,1%
Colombia	5.954	4.719	26,2%	15,0%	19.748	16.375	20,6%	19,0%
Resultado Bruto	133.650	155.420	-14,0%	N.A.	520.156	541.920	-4,0%	N.A.
GAV	-99.429	-104.875	-5,2%	N.A.	-412.660	-394.224	4,7%	N.A.
Res. Operacional	34.517	50.597	-31,8%	N.A.	108.381	148.081	-26,8%	N.A.
EBITDA Ajustado	41.320	57.251	-27,8%	N.A.	135.415	173.604	-22,0%	N.A.
Mg EBITDA Ajustado	10,0%	12,7%	-269 bps		8,4%	11,1%	-270 bps	

Datos Operacionales Mejoramiento del Hogar

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	42	41	14,3%	14,6%	341.012	350.395
Argentina	56	60	26,8%	26,7%	375.172	386.792
Colombia	16	16	6,3%	6,3%	89.052	87.731
Total	114	117	19,3%	19,6%	805.236	824.918

Same Store Sales Mejoramiento del Hogar

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	-1,3%	8,5%	0,4%	3,9%	-1,6%	4,4%
Argentina	14,8%	86,4%	2,9%	-4,9%	11,6%	96,1%
Colombia	12,9%	-9,1%	-2,8%	-7,3%	16,2%	-1,9%

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

Mejoramiento del Hogar	12M25	4T25	3T25	2T25	1T25	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24
Chile	9,5%	21,7%	5,4%	1,2%	8,1%	-2,2%	-7,8%	0,1%	1,5%	-0,9%
Argentina	6,1%	1,9%	17,6%	8,5%	-1,7%	138,2%	61,8%	159,9%	181,2%	364,9%
Colombia	38,4%	107,2%	16,3%	7,0%	29,2%	26,2%	24,9%	26,4%	42,9%	14,7%

Tiendas por Departamento

Estado de Resultados

Tiendas por Departamento	4T25	4T24	Var. vs 2024		12M25	12M24	Var. vs 2024	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	396.259	399.235	-0,7%	-0,7%	1.243.762	1.173.545	6,0%	6,0%
Ingresos	396.259	399.235	-0,7%	-0,7%	1.243.762	1.173.545	6,0%	6,0%
Chile	110.749	112.156	-1,3%	-1,3%	342.135	320.240	6,8%	6,8%
Resultado Bruto	110.749	112.156	-1,3%	-1,3%	342.135	320.240	6,8%	6,8%
GAV	-87.619	-92.088	-4,9%	-4,9%	-319.441	-306.148	4,3%	4,3%
Res. Operacional	30.774	27.020	13,9%	13,9%	43.669	34.407	26,9%	26,9%
EBITDA Ajustado	40.422	37.645	7,4%	7,4%	86.832	74.673	16,3%	16,3%
Mg EBITDA Ajustado	10,2%	9,4%	77 bps		7,0%	6,4%	62 bps	

Datos operacionales Tiendas por Departamento

	N° de Tiendas		% Arrendado		Superficie de Ventas	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	48	48	62,6%	62,5%	268.524	273.443

Same Store Sales Tiendas por Departamento

	SSS Nominal		SS Tickets		Ticket Promedio	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	-0,5%	11,7%	-15,2%	10,0%	17,3%	1,5%

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

Tiendas por Departamento	12M25	4T25	3T25	2T25	1T25	12M24	4T24	3T24	2T24	1T24
Chile	1,0%	2,8%	1,8%	0,5%	-1,9%	2,8%	2,8%	-4,2%	5,4%	5,8%

Centros Comerciales

Estado de Resultados

Centros Comerciales	4T25	4T24	Var. vs 2024		12M25	12M24	Var. vs 2024	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Chile	76.764	71.427	7,5%	7,5%	271.098	249.290	8,7%	8,7%
Argentina	23.554	28.700	-17,9%	21,6%	91.117	82.736	10,1%	46,6%
Perú	9.144	7.958	14,9%	7,0%	33.130	30.061	10,2%	3,9%
Colombia	3.825	2.906	31,6%	19,2%	13.761	11.656	18,1%	16,6%
Ingresos	113.286	110.992	2,1%	N.A.	409.105	373.744	9,5%	N.A.
Chile	72.898	66.735	9,2%	9,2%	255.923	233.814	9,5%	9,5%
Argentina	19.462	23.356	-16,7%	23,3%	73.381	66.253	10,8%	47,5%
Perú	7.452	6.389	16,6%	8,8%	26.023	24.340	6,9%	0,7%
Colombia	3.706	2.788	32,9%	20,4%	13.348	11.120	20,0%	18,6%
Resultado Bruto	103.519	99.268	4,3%	N.A.	368.674	335.527	9,9%	N.A.
GAV	-16.367	-17.004	-3,7%	N.A.	-64.128	-62.127	3,2%	N.A.
Res. Operacional	145.889	65.748	121,9%	N.A.	426.270	322.612	32,1%	N.A.
EBITDA Ajustado	91.886	86.946	5,7%	N.A.	323.927	290.849	11,4%	N.A.
Mg EBITDA Ajustado	81,1%	78,3%	277 bps		79,2%	77,8%	136 bps	

Datos operacionales Centros Comerciales

	N° Centros Comerciales		Superficie de Ventas Total (m²)		Tasa de Ocupación	
	4T25	4T24	4T25	4T24	4T25	4T24
Cenco Malls	34	33	1.203.769	1.193.580	99,0%	99,0%
Oficinas	N.A.	N.A.	90.000	65.000	83,0%	88,9%
Ubicaciones No IPO	2	2	19.026	19.000	95,4%	95,0%
Chile	36	35	1.312.795	1.277.580	97,9%	97,7%
Cenco Malls	3	3	77.818	60.534	84,3%	89,5%
Ubicaciones No IPO	3	3	92.865	92.865	96,5%	92,4%
Peru	6	6	170.683	153.399	90,9%	91,5%
Cenco Malls	4	4	78.973	63.257	83,6%	92,6%
Ubicaciones No IPO	N.A.	N.A.	46.176	46.176	N.A.	N.A.
Colombia	4	4	125.149	109.433	83,6%	92,6%
Argentina	22	22	745.356	745.356	92,1%	93,1%
Centros Comerciales	68	67	2.353.983	2.285.767	95,0%	95,6%

Datos operacionales por país

Chile

	GLA 3 ^{tos}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Portal Talcahuano	1.440	1.469	-2,0%	6.210	6.210	0,0%	7.650	7.679	-0,4%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Valdivia	3.759	3.704	1,5%	7.617	7.617	0,0%	11.376	11.321	0,5%	N.A.	N.A.	N.A.
Trascaja	N.A	N.A	N.A.	N.A	N.A.	N.A.	N.A	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Cenco Malls	470.909	462.408	1,8%	822.860	796.172	3,4%	1.293.769	1.258.580	2,8%	35.624	34.964	1,9%
TOTAL CHILE	476.108	467.581	1,8%	836.687	809.999	3,3%	1.312.795	1.277.580	2,8%	35.624	34.964	1,9%

	Ventas 3 ^{tos} (CLP 'MM)			Ventas EERR (CLP 'MM)			Ventas (CLP 'MM)			Ingresos 3ros (CLP 'MM)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Portal Talcahuano	1.296	1.036	25,1%	5.525	5.415	2,0%	6.822	6.451	5,8%	239	209	14,4%
Portal Valdivia	2.732	2.598	5,1%	10.891	10.023	8,7%	13.623	12.622	7,9%	385	350	9,8%
Trascaja	N.A	N.A	N.A.	N.A	N.A	N.A.	N.A	N.A.	N.A.	9.841	9.171	7,3%
Cenco Malls	476.722	491.037	-2,9%	817.485	810.570	0,9%	1.294.207	1.301.607	-0,6%	66.300	61.697	7,5%
TOTAL CHILE	480.750	494.671	-2,8%	833.901	826.008	1,0%	1.314.651	1.320.679	-0,5%	76.764	71.427	7,5%

Argentina

Ubicaciones	GLA 3 ^{tos}			GLA EERR			GLA TOTAL			Visitas (miles)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Unicenter	77.085	77.085	0,0%	18.901	18.901	0,0%	95.986	95.986	0,0%	4.424	4.212	5,0%
Portal Plaza Oeste	19.906	19.906	0,0%	22.612	22.612	0,0%	42.518	42.518	0,0%	1.288	1.261	2,1%
Portal Palmas del Pliar	37.416	37.416	0,0%	37.005	37.005	0,0%	74.421	74.421	0,0%	1.797	1.770	1,6%
Portal Rosario	40.182	40.182	0,0%	29.298	29.298	0,0%	69.480	69.480	0,0%	874	828	5,6%
Portal Patagonia	9.789	9.789	0,0%	28.134	28.134	0,0%	37.922	37.922	0,0%	1.028	1.034	-0,6%
Portal Lomas	8.201	8.201	0,0%	27.353	27.353	0,0%	35.554	35.554	0,0%	1.050	1.052	-0,2%
Portal Tucuman	10.371	10.371	0,0%	21.439	21.439	0,0%	31.810	31.810	0,0%	912	886	2,9%
Portal Escobar	4.410	4.410	0,0%	29.607	29.607	0,0%	34.016	34.016	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal los Andes	3.390	3.390	0,0%	29.456	29.456	0,0%	32.846	32.846	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Trelew	7.213	7.213	0,0%	15.682	15.682	0,0%	22.895	22.895	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Portal Salta	5.635	5.635	0,0%	18.464	18.464	0,0%	24.099	24.099	0,0%	663	633	4,7%
Portal Santiago Del Estero	5.461	5.461	0,0%	11.737	11.737	0,0%	17.198	17.198	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.
Power Center / Otros	50.447	50.447	0,0%	176.164	176.164	0,0%	226.611	226.611	0,0%	1.543	1.504	2,6%
TOTAL ARGENTINA	279.505	279.505	0,0%	465.851	465.851	0,0%	745.356	745.356	0,0%	13.580	13.181	3,0%

Ubicaciones	Ventas 3 ^{tos} (ARS 'MM)			Ventas EERR (ARS 'MM)			Ventas (ARS 'MM)			Ingresos 3ros (ARS 'MM)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Unicenter	192.873	172.272	12,0%	27.839	22.863	21,8%	220.712	195.135	13,1%	16.240	13.851	17,2%
Portal Plaza Oeste	39.742	33.979	17,0%	11.917	9.062	31,5%	51.659	43.041	20,0%	3.135	2.401	30,5%
Portal Palmas del Pliar	45.022	37.698	19,4%	36.066	28.592	26,1%	81.088	66.289	22,3%	3.829	3.043	25,8%
Portal Rosario	21.869	19.051	14,8%	12.697	10.320	23,0%	34.565	29.371	17,7%	1.085	918	18,1%
Portal Patagonia	24.981	23.419	6,7%	32.655	24.456	33,5%	57.636	47.874	20,4%	1.766	1.529	15,5%
Portal Lomas	11.983	11.611	3,2%	16.488	13.911	18,5%	28.470	25.521	11,6%	835	804	3,8%
Portal Tucuman	19.829	16.596	19,5%	14.218	11.489	23,8%	34.047	28.085	21,2%	1.692	1.311	29,1%
Portal Escobar	5.491	5.075	8,2%	20.168	17.020	18,5%	25.659	22.095	16,1%	364	293	24,3%
Portal los Andes	7.994	7.649	4,5%	18.167	15.036	20,8%	26.161	22.684	15,3%	476	418	13,9%
Portal Trelew	8.738	8.716	0,2%	6.420	5.902	8,8%	15.158	14.618	3,7%	571	611	-6,6%
Portal Salta	8.649	7.637	13,3%	14.194	11.741	20,9%	22.843	19.378	17,9%	746	635	17,5%
Portal Santiago Del Estero	4.952	3.350	47,8%	8.928	6.941	28,6%	13.880	10.291	34,9%	445	247	79,9%
Power Center / Otros	65.253	55.465	17,6%	120.434	98.736	22,0%	185.687	154.201	20,4%	5.189	3.859	34,5%
TOTAL ARGENTINA	457.376	402.515	13,6%	340.189	276.069	23,2%	797.565	678.584	17,5%	36.371	29.921	21,6%

Perú

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Plaza Lima Sur	43.634	43.634	0,0%	32.263	32.263	0,0%	75.897	75.897	0,0%
Balta	1.031	1.031	0,0%	6.050	6.050	0,0%	7.081	7.081	0,0%
Plaza Camacho	9.451	9.451	0,0%	436	436	0,0%	9.887	9.887	0,0%
Trascaja	N.A.	-	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Cenco Malls	50.855	35.432	43,5%	26.963	25.102	7,4%	77.818	60.534	28,6%
TOTAL PERÚ	104.971	89.548	17,2%	65.712	63.851	2,9%	170.683	153.399	11,3%

	Visitas (Miles)			Ventas (PEN 'MM)			Ingresos 3ros (PEN 'MM)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Plaza Lima Sur	2.414	2.368	1,9%	120	111	8,1%	9,7	9,5	2,3%
Balta	N.A.	N.A.	N.A.	31	30	1,8%	0,9	0,9	-3,0%
Plaza Camacho	N.A.	N.A.	N.A.	5	5	-5,9%	0,7	0,7	4,7%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	16,2	14,3	13,4%
Cenco Malls	1.970	1.676	17,6%	139	125	11,8%	5,6	5,6	0,6%
TOTAL PERÚ	4.384	4.044	8,4%	295	271	8,9%	33	31	7,0%

Colombia

	GLA 3 ^{ros}			GLA EERR			GLA TOTAL		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Trascaja	46.176	46.176	0,0%	N.A.	N.A.	N.A.	46.176	46.176	0,0%
Cenco Malls	28.814	12.742	126,1%	50.159	50.515	-0,7%	78.973	63.257	24,8%
TOTAL COLOMBIA	74.990	58.918	27,3%	50.159	50.515	-0,7%	125.149	109.433	14,4%

	Visitas (Miles)			Ventas (COP 'MM)			Ingresos 3ros (COP 'MM)		
	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%	4T25	4T24	Var%
Trascaja	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	13.327	11.256	18,4%
Cenco Malls	377	336	12,2%	121.426	101.975	19,1%	2.175	1.751	24,2%
TOTAL COLOMBIA	377	336	12,2%	121.426	101.975	19,1%	15.503	13.008	19,2%

Servicios Financieros

Estado de Resultados

Servicios Financieros	4T25	4T24	Var. vs 2024		12M25	12M24	Var. vs 2024	
	CLP MM		Δ %	Δ ML %	CLP MM		Δ %	Δ ML %
Argentina	36.823	33.743	9,1%	61,3%	147.334	123.241	19,5%	61,1%
Brasil	-	19.555	N.A.	N.A.	-	20.633	N.A.	N.A.
Colombia	1.512	1.353	N.A.	N.A.	3.823	233	#####	1108,1%
Ingresos	38.335	54.651	-29,9%	N.A.	151.156	144.107	4,9%	N.A.
Argentina	10.190	18.262	-44,2%	-17,0%	59.180	78.106	-24,2%	0,7%
Brasil	-	19.555	N.A.	N.A.	-	20.633	N.A.	N.A.
Colombia	1.512	1.353	N.A.	N.A.	3.823	233	N.A.	N.A.
Resultado Bruto	11.702	39.170	-70,1%	N.A.	63.002	98.973	-36,3%	N.A.
GAV	-5.918	-7.187	-17,7%	N.A.	-26.981	-22.555	19,6%	N.A.
Res. Operacional	5.785	31.983	-81,9%	N.A.	36.018	76.417	-52,9%	N.A.
Particip. Asociadas	-2.632	-5.106	-48,5%	N.A.	-6.773	-1.410	N.A.	N.A.
Dep & Amortizaciones	571	464	23,2%	N.A.	2.128	1.128	88,6%	N.A.
EBITDA Ajustado	3.724	27.340	-86,4%	N.A.	31.373	76.136	-58,8%	N.A.
Mg EBITDA Ajustado	9,7%	50,0%	-4031 bps		20,8%	52,8%	-3208 bps	

Indicadores financieros ⁽¹⁶⁾

CHILE	4T25	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24	1T24
Saldo Deuda Neta (MM CLP)	2.226.087	2.097.006	2.057.749	1.996.518	1.988.618	1.883.802	1.885.441	1.852.253
Provisión sobre Cartera Vencida	1,9	2,3	2,5	2,4	2,2	2,1	2,2	2,0
Saldo Deuda >90 (%)	5,0%	4,7%	4,4%	4,5%	4,3%	4,5%	4,4%	4,9%
Castigos Brutos (MM CLP)	253.047	183.119	118.949	56.878	208.869	152.445	100.501	45.581
Recuperos (MM CLP)	24.382	17.947	11.361	5.496	20.283	15.533	10.631	4.874
Castigos Netos (MM CLP)	228.664	165.172	107.589	51.381	188.586	136.912	89.870	40.708
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	11,0%	10,8%	10,7%	10,3%	10,0%	9,8%	9,7%	8,8%
Cartera Renegociada (%)	20,8%	22,1%	22,6%	23,5%	23,6%	24,9%	24,3%	23,5%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	6,5%	6,4%	6,2%	6,1%	6,4%	6,4%	6,4%	6,1%
Tiendas por Departamento	24,4%	23,7%	26,1%	18,9%	25,8%	23,1%	27,5%	24,6%
Mejoramiento del Hogar	11,4%	10,1%	10,0%	9,2%	10,8%	9,2%	9,0%	8,9%
ARGENTINA	4T25	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24	1T24
Saldo Deuda Neta (M ARS)	293.160.453	283.709.976	273.799.198	226.708.069	211.048.286	178.694.706	174.829.198	135.619.456
Provisión sobre Cartera Vencida	1,0	1,1	1,2	1,2	1,4	1,4	1,8	2,1
Saldo Deuda >90 (%)	10,1%	7,3%	5,1%	5,2%	3,8%	4,2%	2,6%	2,0%
Castigos Brutos (M ARS)	48.083.706	28.183.296	16.322.409	6.915.545	14.418.157	8.505.749	4.071.395	1.686.161
Recuperos (M ARS)	6.969.387	4.905.138	2.274.887	1.243.527	3.097.933	2.124.117	1.010.390	417.509
Castigos Netos (M ARS)	41.114.320	23.278.158	14.047.522	5.672.018	11.320.224	6.381.632	3.061.005	1.268.651
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	15,6%	12,1%	11,7%	10,3%	7,2%	5,9%	4,7%	4,7%
Cartera Renegociada (%)	6,0%	5,1%	4,0%	4,2%	3,5%	3,9%	2,6%	1,8%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	8,4%	8,4%	8,0%	8,3%	8,3%	8,3%	8,8%	8,3%
Mejoramiento del Hogar	18,3%	22,3%	21,4%	22,0%	21,0%	21,7%	21,2%	19,0%
PERÚ	4T25	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24	1T24
Saldo Deuda Neta (M PEN)	483.386	481.977	491.392	501.981	506.032	488.851	514.873	520.587
Provisión sobre Cartera Vencida	2,5	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	1,8	2,0
Saldo Deuda >90 (%)	3,0%	3,3%	3,5%	3,4%	3,6%	4,2%	5,1%	4,4%
Castigos Brutos (M PEN)	74.027	57.424	37.810	19.201	100.833	80.197	51.592	25.609
Recuperos (M PEN)	15.122	11.062	7.180	3.926	14.540	10.839	6.542	3.186
Castigos Netos (M PEN)	58.905	46.362	30.630	15.275	86.294	69.359	45.050	22.423
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	12,0%	12,5%	12,3%	12,2%	17,0%	18,0%	17,3%	17,1%
Cartera Renegociada (%)	3,6%	3,8%	3,9%	3,9%	4,3%	4,7%	4,5%	4,0%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	8,5%	9,1%	8,8%	8,9%	9,4%	9,6%	9,7%	9,8%
COLOMBIA	4T25	3T25	2T25	1T25	4T24	3T24	2T24	1T24
Saldo Deuda Neta (MM COP)	1.198.064	1.173.200	1.137.261	1.108.891	888.429	934.400	983.381	984.930
Provisión sobre Cartera Vencida	2,8	2,9	2,5	2,3	2,1	1,9	1,9	2,1
Saldo Deuda >90 (%)	2,3%	2,0%	2,6%	2,8%	3,4%	4,2%	4,2%	3,7%
Castigos Brutos (MM COP)	122.194	92.417	64.981	33.530	40.775	41.719	71.780	34.247
Recuperos (MM COP)	9.695	7.224	5.239	2.743	2.405	2.033	3.854	2.003
Castigos Netos (MM COP)	112.499	85.193	59.742	30.787	38.370	39.686	67.925	32.243
Castigos Netos Anualizados / Saldo Promedio Periodo (%)	9,4%	9,7%	10,5%	11,1%	4,3%	5,6%	13,7%	13,0%
Cartera Renegociada (%)	3,1%	3,3%	4,1%	4,8%	6,0%	6,8%	6,9%	6,9%
% de Ventas con Tarjeta sobre Ventas Totales								
Supermercados	15,9%	16,4%	16,7%	16,8%	18,5%	19,6%	20,3%	19,7%
Mejoramiento del Hogar	13,1%	13,4%	13,6%	13,7%	12,9%	13,1%	13,7%	13,0%

(16) No se incluyen los indicadores financieros de Brasil debido al termino de contrato del *Joint Venture* junto con Bradesco.

3. Indicadores Macroeconómicos

Tipo de cambio

	Cierre			Promedio			FY25		
	4T25	4T24	%	4T25	4T24	%	Dic 25	Dic 24	%
CLP/USD	907,13	996,46	-9,0%	926,33	978,47	-5,3%	950,50	949,18	0,1%
CLP/ARS	0,62	0,97	-36,1%	0,64	0,97	-34,4%	0,77	1,03	-25,6%
CLP/BRL	165,26	161,32	2,4%	171,48	163,53	4,9%	170,90	174,37	-2,0%
CLP/PEN	269,91	264,54	2,0%	274,91	260,14	5,7%	267,98	252,69	6,1%
CLP/COP	0,24	0,23	4,3%	0,24	0,22	9,0%	0,24	0,23	1,8%
CLP/URU	23,29	22,78	2,2%	23,55	22,93	2,7%	23,34	23,69	-1,5%

Inflación total y de alimentos

País	Total		Alimentos y Bebidas No Alcohólicas	
	4T25	4T24	4T25	4T24
Chile	3,5%	4,5%	4,2%	3,5%
Argentina	31,5%	117,8%	32,2%	94,7%
EE.UU.	2,7%	2,9%	3,1%	2,5%
Brasil	4,3%	4,8%	2,9%	7,7%
Perú	2,0%	1,3%	2,0%	1,3%
Colombia	5,1%	5,2%	5,1%	3,3%

4. Glosario

ARS: peso argentino

BRL: real brasileño

Ajuste por Inflación: norma contable NIC 29 que considera el Ajuste Hiperinflacionario de Argentina

Cash & Carry: tiendas de supermercado de venta mayorista/minorista

CLP: peso chileno

Convenience: tiendas de conveniencia o proximidad, con la marca SPID

COP: peso colombiano

Deuda Financiera Bruta (DFB): total pasivos financieros corrientes y no corrientes + pasivos por arrendamiento financieros y no financieros

Deuda Financiera Neta (DFN): total 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: Inventario / costo de venta $LTM * 365$ días

Días de Cobro Promedio: Cuentas por Cobrar / Ingresos * impuesto (19%) * 365 días

Días de Pago Promedio: Cuentas por Pagar / Ingresos * 365 días

EBITDA: Utilidad + Impuesto a la Renta + Costo Financiero Neto + Depreciación y Amortización

EBITDA Ajustado: EBITDA - Revalorización de activos + Variaciones Tipo de Cambio + Resultado por Unidades de Reajuste

EDS: Estaciones de Servicio

EERR: empresas relacionadas

GLA (Gross Leasable Area): superficie bruta alquilable, son los metros cuadrados de un espacio destinado al arriendo

Leverage Bruto: DFB / EBITDA Ajustado

Leverage Neto: DFN / EBITDA Ajustado

LTM (Last Twelve Months): últimos doce meses

Margen EBITDA ajustado: EBITDA Ajustado / ingresos

MdH: Mejoramiento del Hogar

MM / MMM: millones / mil millones

ML (Moneda Local): considera la moneda del país analizado

NIC 29: norma contable que describe el tratamiento contable de la información financiera en países con hiperinflación

NIIF 16: norma contable que regula el tratamiento de los arrendamientos operativos considerándolos como activos por derecho de uso y pasivos por arrendamiento

PEN: sol peruano

Penetración Online: incluye el canal *online* completo, propio más *last milers*

Reportado: resultados incluyendo ajuste por inflación de Argentina

SF: Servicios Financieros

SM: Supermercados

SSS (Same Store Sales): venta de las mismas tiendas físicas en ambos periodos, que estuvieron abiertas al menos 2/3 del trimestre. No incluye remodelaciones, cierres o aperturas de tienda

SS Tickets: número de transacciones realizadas por los clientes en tiendas, considerando tiendas abiertas en ambos periodos

Tasas de Ocupación: son los metros cuadrados de locales ocupados sobre el total de metros cuadrados de locales disponibles para arriendo

TFM: The Fresh Market

TxD: Tiendas por Departamento

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

Utilidad Líquida Distribuible: utilidad (perdida) atribuible a la controladora + efecto inflación (NIC 29) – efecto neto revaluación de activos

USD: dólar estadounidense

