

CENCOSUD S.A.
**PROSPECTO DE EMISIÓN DE BONOS POR LÍNEA DE
TÍTULOS**
AL PORTADOR DESMATERIALIZADOS

Santiago, Junio de 2015

1.0 INFORMACIÓN GENERAL

1.1. Intermediarios participantes en la elaboración del prospecto: No hay

1.2. Leyenda de responsabilidad:

"LA SUPERINTENDENCIA DE VALORES Y SEGUROS NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR. EL INVERSIONISTA DEBERÁ EVALUAR LA CONVENIENCIA DE LA ADQUISICIÓN DE ESTOS VALORES, TENIENDO PRESENTE QUE ÉL O LOS ÚNICOS RESPONSABLES DEL PAGO DE LOS DOCUMENTOS SON EL EMISOR Y QUIENES RESULTEN OBLIGADOS A ELLO."

1.3. Fecha Prospecto: Junio de 2015

2.0 IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR

2.1 Nombre o Razón Social:	Cencosud S.A.
2.2 Nombre de Fantasía:	No tiene
2.3 R.U.T.:	93.834.000 - 5
2.4 N° y fecha de Inscripción Registro de Valores:	743 de 21 de agosto de 2001
2.5 Dirección:	Av. Kennedy 9001, Piso 7, Las Condes.
2.6 Teléfono:	22959-0700.
2.7 Fax:	22959-0040.
2.8 Dirección Electrónica:	www.cencosud.cl

3.0 ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA SOCIEDAD

Creemos que somos uno de los principales minoristas multi-formato multi-marca en Sudamérica, en base a los ingresos, al espacio de ventas, al número de tiendas y a la superficie arrendable bruta en los sectores y en los países en los que operamos.

Operamos a través de distintos formatos, entre los que se incluye supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, centros comerciales y grandes tiendas.

Nuestra sede social está en Chile y tenemos operaciones en Chile, Brasil, Argentina, Colombia y Perú. Nuestro negocio consta de cinco segmentos, incluyendo cuatro segmentos minoristas, que nos permiten llegar a una amplia gama de clientes ofreciendo

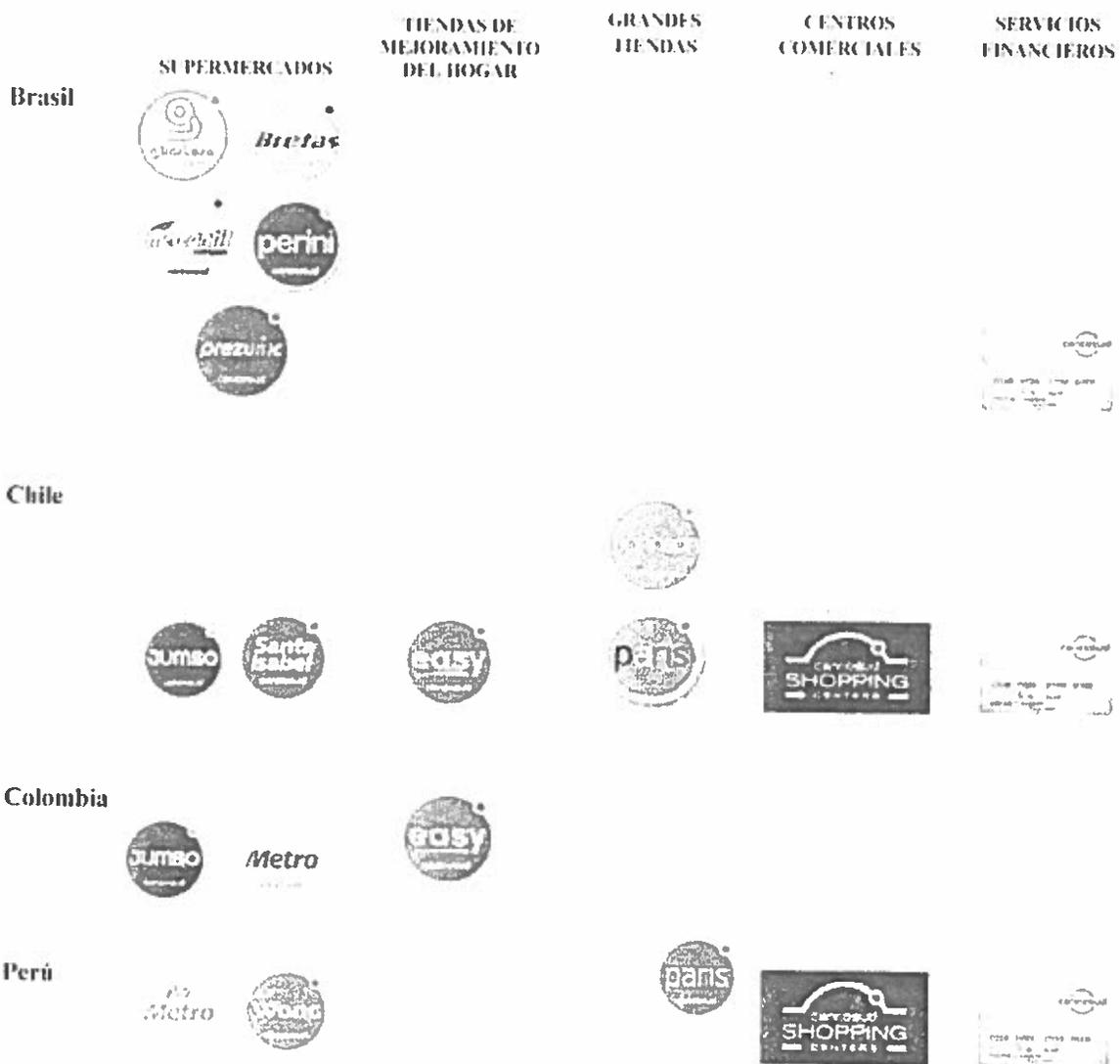
distintas combinaciones de productos, precios, calidad y servicios. La compañía cree que Brasil, Perú y Colombia son mercados de alto crecimiento y sub-penetrados debido a su favorable demografía, crecimiento sostenible del consumo de los hogares, baja penetración del comercio minorista formal y sólidos entornos macroeconómicos. Complementando nuestro negocio minorista principal, participamos activamente en toda la región en el negocio del desarrollo inmobiliario comercial, sobretudo en Chile, Argentina y Perú, con 53 centros comerciales que representan 795.961 metros cuadrados de superficie arrendable a terceros al 31 de marzo de 2015, y también ofrecemos tarjetas de crédito de marca propia, préstamos de consumo y servicios financieros limitados a nuestros clientes minoristas.

Durante nuestros 50 años de crecimiento desarrollamos, adquirimos, integramos y ampliamos varios negocios minoristas con sólidas marcas en los distintos mercados en los que operamos. Desde el 1º de enero de 2005, hemos aumentado el número total de nuestras tiendas y centros comerciales desde 425 a 1.170 al 31 de Marzo de 2015 y el espacio total de ventas de nuestras tiendas minoristas y centros comerciales desde 1.433.838 a 4.394.604 metros cuadrados al 31 de Marzo de 2015. Además, durante el mismo período realizamos varias adquisiciones estratégicas que han aumentado significativamente el tamaño y el alcance geográfico de nuestras operaciones.

Creemos que nuestra estrategia de operar como un comerciante minorista integrado multi-formato y multi-marca, unida a nuestra amplia oferta de productos y portafolio de marcas, ha sido una de las ventajas estratégicas claves para el exitoso crecimiento de nuestros negocios. Hoy operamos una huella operacional y geográfica diversificada en todos los mercados sudamericanos con una demografía muy atractiva y fundamentos macroeconómicos sólidos. Creemos que nuestra amplia presencia y posición competitiva en mercados claves seguirá permitiéndonos consolidar el mercado minorista y beneficiarnos del fuerte crecimiento esperado en mercados minoristas sub-penetrados tales como Brasil, Colombia y Perú.

Al 31 de Marzo de 2015, nuestro portafolio de marcas incluye las siguientes marcas principales:





El siguiente cuadro presenta el número total de nuestras tiendas y centros comerciales por país al 31 de Marzo de 2015.

	Chile	Argentina	Brasil	Perú	Colombia	Total
Supermercados.....	240	286	221	88	101	936
Tiendas de Mejoramiento del Hogar.....	34	50	—	—	10	94
Tiendas por Departamento.....	78	—	—	9	—	87
Centros Comerciales.....	25	22	—	4	2	53
Total.....	377	358	221	101	113	1.170

El siguiente cuadro indica los porcentajes de ingresos de actividades ordinarias, margen bruto y el EBITDA Ajustado, según estos se definen más adelante, que cada uno de nuestros mercados geográficos representó para el período indicado.

	Chile	Argentina	Por los últimos 12 meses terminados el 31 de Marzo 2015				Operaciones Discontinuas	Consolidado
			Brasil	Perú	Colombia	(en millones de ChS)		
Ingresos ordinarios	4.157.903	2.790.803	2.108.190	955.208	1.059.891	-198.570	10.873.515	
Margen bruto	1.244.847	975.692	439.940	232.030	218.098	-141.897	2.968.710	
EBITDA Ajustado	439.939	195.511	16.242	57.307	29.565	-75.347	663.218	

A la misma fecha, el 75,8% de sus ventas netas provenían de la división supermercados, 11,8% de la división tiendas de mejoramiento para el hogar, 9,29% de la división tiendas por departamentos, 3,0% de la división servicios financieros, 2,0% de la división centros comerciales, -1,8% de las operaciones discontinuadas que corresponden a la operación de servicios financieros en Chile y 0,0% corresponden al segmento Otros, en donde se incluyen los ingresos de los centros de entretenimiento Aventura Center, el programa de fidelidad y el back-office.

Para los últimos doce meses terminados al 31 de marzo de 2015, la siguiente tabla presenta información respecto a la importancia relativa de cada línea de negocios en las ventas, margen bruto y EBITDA Ajustado:

	Por los 12 meses terminados el 31 de Marzo 2015							Consolidado
	Supermercados	Mejoramiento del Hogar	Grandes Tiendas	Centros Comerciales	Servicios Financieros	Otros ¹	Operaciones Discontinuas ²	
Ingresos ordinarios	8.159.237	1.225.616	991.412	214.850	319.505	2.205	-201.826	10.711.029
	76,2%	11,4%	9,3%	2,0%	3,0%	0,0%	-1,9%	100,0%
Margen bruto	1.955.127	425.275	250.163	186.821	224.659	238	-146.027	2.896.256
	67,5%	14,7%	8,6%	6,5%	7,8%	0,0%	-5,0%	100,0%
EBITDA Ajustado ¹	421.108	119.148	21.854	166.761	117.430	-111.833	-79.422	658.046
	64,4%	18,1%	3,3%	25,3%	17,8%	-17,0%	-12,1%	100,0%

3.1 Reseña Histórica

Nuestra historia ha sido una historia de crecimiento orgánico así como de adquisiciones importantes destinadas a mejorar nuestra impronta en las industrias en las que operamos y a aumentar nuestra participación de mercado y el reconocimiento de nuestra marca.

1960 – 2001

Nuestros orígenes se remontan a la apertura en 1960 de nuestro primer supermercado, con una superficie de ventas de 160 metros cuadrados en Temuco, Chile. A mediados de 1970,

¹ Centro de entretenimiento Aventura, programas de lealtad de clientes frecuentes y back office.

² En Junio 2014, Cencosud firmó contratos definitivos con Scotiabank para desarrollar el negocio de servicios financieros en Chile. En relación a la transacción y para cumplir con la normativa IFRS, desde junio 2014 Cencosud reporta sus resultados de operaciones descontinuadas en una sola línea llamada "Ganancia (pérdida) proveniente de operaciones descontinuadas" la cual contiene el resultado del negocio financiero en Chile. La compañía incluye para propósitos comparativos cada línea de las operaciones descontinuadas del segmento en servicios financieros y posteriormente se realiza el ajuste en "Operaciones Discontinuas". Como consecuencia los resultados de operaciones descontinuadas se muestran en una única línea llamada "Ganancia (pérdida) proveniente de operaciones descontinuadas".

ampliamos nuestro negocio abriendo el primer hipermercado Jumbo en Chile con una superficie de ventas de 7.000 metros cuadrados, ubicado en la avenida Kennedy en Santiago.

En 1982, empezamos nuestras operaciones en Argentina con la inauguración del primer hipermercado Jumbo en Argentina que tenía un espacio de ventas de 9.282 metros cuadrados. Seguimos ampliándonos en Argentina con la construcción de Unicenter en 1988, el centro comercial más grande de Argentina. En 1993 abrimos Lomas Center, el primer centro comercial en el sur del área metropolitana de Buenos Aires. En 1994 abrimos San Martín Factory (un centro comercial con tiendas outlet). En 1996 abrimos el centro comercial de Palermo en Buenos Aires. Entre 1997 y 2003 abrimos Quilmes Factory (un centro comercial de tiendas outlet), Palmas de Pilar y El Portal de Escobar, todos los cuales se ubican en el Gran Buenos Aires.

En 1993, ampliamos nuestro negocio de los centros comerciales en Chile abriendo el Alto Las Condes. El mismo año, ampliamos nuestra línea de negocios abriendo las tiendas de mejoramiento del hogar Easy en Chile y Argentina, que ofrecen productos para mejorar y mantener el hogar, así como materiales de construcción y productos de diseño y decoración. Ese año abrimos nuestra primera tienda Easy de mejoramiento del hogar en el centro comercial Alto Las Condes en Chile y el centro comercial Parque Brown Factory en Argentina.

2002 – 2006

En 2002, seguimos ampliándonos en Chile abriendo tres nuevos hipermercados Jumbo, cuatro nuevas tiendas de mejoramiento del hogar Easy y el centro comercial Portal La Reina. En noviembre de 2002, ampliamos significativamente nuestra presencia en el sector chileno dedicado al mejoramiento del hogar con la compra de Proterra, una pequeña cadena de tiendas "hágalo usted mismo" en el sur de Chile y convertimos sus siete tiendas en nuestras tiendas de mejoramiento del hogar Easy. En 2002, compramos las operaciones de Home Depot (Argentina).

En 2003, compramos la cadena de supermercados Santa Isabel, convirtiéndonos en el segundo operador de supermercado más grande de Chile en términos de ingresos, según nuestras estimaciones. También abrimos, dos nuevos centros comerciales, el Florida Center y Portal La Dehesa, ambos en Santiago. También iniciamos nuestro negocio de tarjetas de créditos con la constitución de nuestra subsidiaria Cencosud Administradora de Tarjetas de Créditos S.A., y lanzamos la tarjeta de crédito Jumbo Más.

En abril de 2004, compramos la cadena de supermercados Las Brisas, que mejoró nuestra cobertura geográfica en varias áreas, incluyendo Valparaíso y Concepción, agregando 17 nuevas tiendas. En mayo de 2004, realizamos nuestra oferta pública inicial en Chile y nos registramos en la Bolsa de Valores de Santiago. Al mismo tiempo, emitimos ADS en los mercados de capitales internacionales en una oferta pública en virtud de la Norma 144A y de la Regulación S, recaudando más de US\$330 millones. En noviembre de 2004, con la compra de la cadena de supermercados Monte Carlo, consolidamos nuestra posición como el segundo operador de supermercados más grande de Chile. En noviembre de 2004, compramos la cadena de supermercados Disco en Argentina, una de las principales cadenas

de supermercados en Argentina, lo que creemos consolidó nuestra posición como el segundo operador de supermercados más grandes de ese país en términos de ingresos. Además, en octubre de 2004, abrimos un segundo centro comercial en la Argentina, Portal de Rosario, el que actualmente, creemos, es el centro comercial más grande del área de Rosario en términos de ingresos.

En marzo de 2005, entramos al negocio de las grandes tiendas adquiriendo Empresas Almacenes Paris S.A., una de las cadenas de grandes tiendas más importantes de Chile y que también opera una agencia de viajes, una corredora de seguros y Banco Paris. En septiembre de 2005, rebautizamos nuestras marcas Las Brisas y Montecarlo bajo las marcas Santa Isabel, para consolidar y mejorar nuestro negocio de los supermercados.

2007 – Hasta la Fecha

En junio de 2007, compramos otras dos cadenas de supermercados en Chile. Infante que funcionaba en la ciudad de Antofagasta y Economax que tenía una presencia importante en el centro de Santiago, agregando 16 nuevas tiendas. Asimismo, ampliamos nuestro negocio minorista de las grandes tiendas comprando la cadena de tiendas de ropa Foster y Eurofashion. En noviembre de 2007, compramos la cadena de supermercados e hipermercados GiBarbosa que explota ambos formatos en la región noreste de Brasil con un total de 46 tiendas.

En diciembre de 2007, compramos GSW S.A., el operador de la cadena de supermercados, hipermercados y centros comerciales Wong en el Perú. En virtud de este contrato, la familia Wong compró un porcentaje de nuestras acciones y por lo tanto pasó a ser uno de nuestros principales accionistas.

En mayo de 2007, firmamos un contrato de asociación con Casino Guichard-Perrachon S.A. ("Casino") para desarrollar el negocio de las tiendas de mejoramiento del hogar en Colombia. En virtud del contrato de asociación, inicialmente teníamos una participación de 70% en la sociedad y estábamos a cargo de administrar las operaciones de Easy Colombia S.A., de la que Casino poseía el 30% restante. En abril de 2009, compramos las acciones de Casino en la sociedad, aumentando nuestra participación en la propiedad al 100%.

En 2008, entramos al negocio del financiamiento en Argentina, lanzando la tarjeta de crédito Cencosud y haciendo corretaje de seguros. En septiembre de 2008, compramos Blaisten, una tienda de "hágalo usted mismo" en la Argentina.

En 2010, ampliamos nuestra presencia en el mercado brasileño comprando tres cadenas de supermercados. En marzo, compramos la tercera cadena de supermercados en la ciudad de Fortaleza, Super Familia. En abril, entramos al mercado minorista de mayor poder adquisitivo en Brasil con la compra de Perini Comercial do Alimento Ltda., operador en la ciudad de Salvador. En octubre, adquirimos la cadena de supermercados más grande en el estado brasileño de Minas Gerais, Bretas, con 62 tiendas en tres estados brasileños en la fecha de la compra: Minas Gerais, Goiás y Bahía. Con la adquisición de Bretas consolidamos nuestra posición como el cuarto el operador de supermercados más grandes de Brasil en términos de ingresos, según la medición de ABRAS.

A principio de 2011 emitimos US\$750 millones en bonos con vencimiento el 2021 en una oferta bajo la Norma 144A /Reglamento-S en el mercado internacional de capitales, con una tasa de interés fija de 5,50%. Además, en junio de 2011 emitimos una obligación local en pesos chilenos por un monto de CH\$54.000 millones en bonos con vencimiento el 2031 en el mercado local chileno, con una tasa de interés fija de 7,40%.

En marzo de 2011, UBS AG Sucursal en Londres ("UBS") firmó un pacto de accionista para comprarles a inversionistas una participación de 38,636% en la filial de Cencosud, Jumbo Retail Argentina que explota nuestros supermercados en la Argentina, por US\$442 millones.

En agosto de 2011, Cencosud Brasil, Bretas, Mercantil Rodrigues y Perini firmaron un contrato con Banco Bradesco en virtud del cual Bradesco acordó prestar servicios financieros en las tiendas Cencosud en Brasil, especialmente para la emisión y operación exclusiva de la tarjeta de crédito Cencosud Card (*Cartão Cencosud*), así como para ofrecer dentro de las tiendas Cencosud en Brasil préstamos de consumo, el financiamiento de compras y productos de seguros.

En diciembre de 2011, adquirimos el 85,58% de las acciones de capital de Johnson S.A. por un precio total de compra de CH\$32.606 millones. Johnson es una tienda por departamentos con 39 tiendas en todo Chile que usa la marca Johnson y 13 tiendas que usan la marca FES. Las tiendas FES cerraron durante el ejercicio 2013. En diciembre de 2013, Cencosud ejerció su opción de compra de las acciones restantes que no poseía, pagando UF 315.935,76. Con la adquisición de Johnson podemos llegar ahora a los segmentos del mercado de ingresos bajos y medios.

El 2 de enero de 2012, compramos el 100% de las acciones de capital de Prezunic. El precio de compra total de la operación fue de R\$875 millones (o aproximadamente CH\$242.690 millones). Estimamos que Prezunic es la tercera cadena de supermercados más grande de Río de Janeiro con 31 tiendas.

El 13 de junio de 2012, abrimos el centro comercial Costanera Center, el centro comercial más grande de Chile y que incluye dos torres de oficinas y que, creemos, uno será el edificio más alto de Sudamérica. El 29 de junio de 2012, recomparamos 38,636% de las acciones de capital de Jumbo Retail Argentina a UBS. El 3 de julio de 2012, realizamos nuestra oferta pública de acciones inicial registrada ante la SEC de 105.000.000 de acciones ordinarias bajo la forma de acciones ordinarias y ADS registradas en la Bolsa de Valores de Nueva York.

El 30 de noviembre de 2012, adquirimos supermercados Carrefour Colombia por un precio de compra de €2 billones, operaban bajo las marcas "Carrefour" y "Maxi". La adquisición incluyó la compra de 92 tiendas, incluyendo 72 hipermercados, 16 minimarkets y cuatro tiendas de autoservicio y gasolineras. En el momento de la adquisición colocó a Cencosud como el segundo operador más grande de supermercados en Colombia en términos de ventas y consolida la actual presencia de las tiendas Easy en Colombia. Todas esas tiendas de supermercado eran antes tiendas de la marca Carrefour y desde el 31 de mayo de 2013 operan bajo las marcas Jumbo y Metro. Para financiar la adquisición, el 17 de octubre de

2012 la Compañía contrajo un préstamo de enlace con un sindicato de bancos por US\$2.500 millones (el “Contrato de Préstamo de Enlace”). El Contrato de Préstamo de Enlace tiene una fecha de vencimiento el 15 de abril de 2014. El monto total del Contrato de Préstamo de Enlace fue desembolsado el 17 de octubre de 2012 y nosotros lo usamos para financiar la compra de las operaciones colombianas de Carrefour. El 6 de diciembre de 2012, la Compañía emitió un bono internacional por US\$1.200 millones con vencimiento el 2023 en una oferta bajo la Norma 144A y del Reglamento S en los mercados de capital internacionales. Las obligaciones con vencimiento el 2023 devengan intereses a una tasa fija de 4.875%. El producto de esa oferta se usó para amortizar parcialmente los montos vigentes en virtud del Contrato de Préstamo de Enlace. El monto vigente restante de nuestro Préstamo de Enlace se reembolsó con el producto del aumento de capital que se llevó a cabo exitosamente el 14 de marzo de 2013.

En febrero de 2013, anunciamos una oferta de derechos preferenciales en el mercado chileno en virtud de un aumento de capital por un monto de US\$1.600 millones. El producto de la oferta se utilizó para prepagar el crédito puente que asumimos para financiar nuestra compra de las operaciones de Carrefour. Esta oferta se realizó el 14 de marzo de 2013, recaudando CH\$770.647 millones (98.9% de suscripción). El resto de las acciones ofrecidas se remató exitosamente en la Bolsa de Valores de Santiago.

El 20 de junio de 2014 Cencosud firmó contratos finales con Scotiabank para el desarrollo conjunto del negocio de las operaciones de retail financiero en Chile en una asociación de 15 años. Scotiabank adquirirá el 51% de las acciones de Cencosud Administradora de Tarjetas (CAT) por un monto que asciende a USD 280 millones y proporcionará el financiamiento de 100% de la cartera que alcanza aproximadamente USD 1.000 millones. El 13 de Agosto Cencosud presentó documentación al regulador local de bancos, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF). El 13 de abril de 2015 Cencosud recibió la aprobación de la SBIF para la concreción de la asociación con Scotiabank y el 1 de mayo informó a través de un hecho esencial a la SVS el cierre de dicha transacción.

3.2 Descripción de sector industrial.

Los países en los que operamos – Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú - representan una población total de aproximadamente 331.0 millones a diciembre de 2014 de acuerdo a las agencias de estadística de cada uno de los países. Chile, nuestro principal mercado en términos de ingresos ordinarios tiene una población de aproximadamente 16.5 millones y experimentó un crecimiento del PIB de 6.0% en 2011, 5.5% en 2012, 4.7% en 2013 y 1,8% en 2014, de acuerdo a lo informado por el Banco Central. De acuerdo a la última encuesta de expectativas económicas realizada por el Banco Central en abril 2015, se estima que el PIB habrá crecido 2,8% en 2015, 3,5% en 2016 y 3,8% en 2017. Argentina, nuestro segundo mercado más importante en términos de ingresos ordinarios, tiene una población de 41.0 millones y según el Banco Central de Argentina experimentó un crecimiento anual del PIB de 1,9% en 2012, 5,3% en 2013 y 0,5% en 2014, según lo informado por el Ministerio de Economía Argentino. Brasil, nuestro tercer mercado más grande en términos de ingresos ordinarios, tiene una población de que supera los 196.5 millones y según el

Banco Central de Brasil experimentó un crecimiento anual del PIB de aproximadamente 0.9% en 2012, 1.9% en 2013 y una contracción de 0.9% en 2014.

Tenemos supermercados en Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia; tiendas de mejoramiento del hogar en Argentina, Chile y Colombia; centros comerciales en Argentina, Chile y Perú y grandes tiendas en Chile y Perú. Durante el período de 12 meses terminados el 31 de marzo de 2015, el 75.8% de nuestros ingresos ordinarios provenían de nuestras operaciones de supermercados, 11.8% de tiendas de mejoramiento para el hogar, 9.2% de tiendas por departamentos, 3.0% de la división servicios financieros, 2.0% de la división de centros comerciales, -1.8% de las operaciones discontinuas (servicios financieros Chile), y 0.0% de la división otros.

3.2.1 Supermercados.

Chile

Al 31 de Diciembre de 2014, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas (INE), la industria de los supermercados en Chile está compuesta por aproximadamente 1.405 tiendas en todo el país, incluyendo hipermercados y supermercados. El INE estima que el tamaño de la industria fue de US 13.476 millones en 2013 y US 14.559 millones en 2014 con 42.8% de las ventas netas concentradas en la Región Metropolitana de Santiago³. Al 31 de diciembre de 2014, el Índice de Ventas de Supermercados registró una variación acumulada de 2.6% versus 5.2% en el mismo periodo en 2013, según el Instituto Nacional de Estadísticas chileno. Durante los tres últimos años, las ventas nominales comparables de nuestros supermercados crecieron 4.3%, 1.6%, 4.8% y 4.7%, en 2014, 2013, 2012 y 2011, respectivamente.

En los últimos años, la industria de los supermercados en Chile se ha caracterizado por la construcción de tiendas más grandes (incluyendo más hipermercados), tanto independientes como dentro de centros comerciales y otros proyectos comerciales, y la consolidación de la propiedad en menos cadenas de supermercados más grandes. Las tendencias actuales de la industria incluyen una mayor diferenciación entre los competidores, enfatizando algunos supermercados una estrategia de precios bajos / servicio escaso, en tanto que otros han buscado una estrategia de precios moderados o más altos con mayores niveles de servicio. Otras tendencias recientes en la industria de los supermercados en Chile han incluido el desarrollo de canales especializados en venta por internet por los grandes actores, mayor financiamiento de los costos de marketing por los proveedores, expansión de cadenas fuera de la Región Metropolitana de Santiago y a áreas urbanas con menor poder adquisitivo, el crecimiento de los productos con marcas propias y una mayor demanda por productos orgánicos y comidas preparadas.

Tal como lo indicamos más arriba, creemos que la industria chilena de los supermercados en Santiago muestra ciertas señales de saturación, y por lo tanto las tiendas recién abiertas hasta cierto punto canibalizan las ventas de las tiendas existentes. Al 31 de diciembre de 2014, estimamos que los tres principales operadores de supermercados en Chile representaban más de 90% de la industria en términos de ingresos. Nuestras proyecciones de crecimiento en el sector minorista de los

³ Las ventas de la industria para los periodos 2013 y 2014 fueron traducidas a dólares americanos con tipo de cambio de cierre a diciembre de 2014 para eliminar efectos por fluctuaciones de tipo de cambio.

alimentos en Chile dependen en gran medida del futuro crecimiento del PIB chileno o de la adquisición de otras cadenas de supermercados y no podemos garantizarles que ocurra cualquiera de esos hechos.

Nuestros competidores incluyen hipermercados, supermercados, tiendas con precios rebajados, tiendas de autoservicio, almacenes familiares de barrio tradicionales y ferías. Aun cuando ya existe una fuerte competencia en muchos lugares, creemos que la competencia seguirá intensificándose a medida que los actuales competidores amplíen el número de sus tiendas y mejoren la calidad de sus operaciones y a medida que nuevos competidores ingresen al mercado. La competencia se basa en el precio, la calidad, la variedad, el servicio al cliente y la ubicación de la tienda, enfatizando los distintos competidores estos factores en distintos niveles. El siguiente cuadro presenta cierta información sobre nosotros y nuestros principales competidores en la industria chilena de los supermercados al 31 de diciembre de 2014:

	Wal-Mart Chile	Cencosud	SMU	Falabella (Lottus)
Cantidad de tiendas	380	238	393	52
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	890 000	567 873	575 000	182 892
Participación de mercado ⁽²⁾	38,1%	33,1%	22,9%	6,0%

Fuente: Presentaciones públicas, INE, ASACH, Nielsen.

(2) De acuerdo a los ingresos reportados por las 4 compañías mencionadas en el periodo de 12 meses terminados el 31 de diciembre de 2014.

Argentina

Históricamente la industria argentina de los supermercados ha sido dominada por almacenes de barrio familiares tradicionales. En 1980, empezaron a proliferar los supermercados y aparecieron los primeros hipermercados, una tendencia que se aceleró a principios de 1990 con una expansión significativa de supermercados modernos, incluyendo mini-mercados, supermercados e hipermercados en áreas urbanas. Durante los años 1990, cayeron las compras de abarrotes en los almacenes. Desde 1999, el nivel de la penetración de mercado ha permanecido relativamente estable.

De acuerdo al INDEC las ventas de supermercados de los últimos doce meses terminados el 31 de diciembre de 2014 fueron US 21.152 millones. En Argentina, donde comerciantes minoristas extranjeros de alimentos han establecido su presencia, enfrentamos una atmósfera competitiva muy distinta de la que existe en Chile. Existe una fuerte competencia de las pequeñas tiendas independientes y tiendas individuales que no pertenecen a ninguna cadena que representan una parte significativa y cada vez mayor del negocio de los alimentos y abarrotes en Argentina.

Por muchos años, grandes cadenas minoristas internacionales tales como Wal-Mart, el minorista estadounidense más grande en base a capitalización de mercado, y Carrefour han operado en el mercado argentino. Cuando Wal-Mart entró al mercado minorista argentino en 1995, implementó una estrategia de bajos precios en los alimentos destinados a captar la participación de mercado de grandes hipermercados tales como Carrefour. Por lo tanto, el nivel de consolidación de la industria aumentó sustancialmente durante los últimos años, dado que los formatos de tiendas

más grandes han ido aumentando su participación de mercado a expensas y mediante la compra de formatos de tiendas más pequeños.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y de nuestros principales competidores en la Argentina al 31 de diciembre de 2014:

	Cencosud	Carrefour	Wal-Mart	Coto
Cantidad de tiendas	290	442 ⁽²⁾	100 ⁽¹⁾	130
Participación de mercado ⁽³⁾	17,3%	22,5%	15,3%	14,8%

Fuente: Presentaciones Públicas, INDEC, PlanetRetail.

- (1) En términos de número de tiendas
- (2) Se incluye tiendas de conveniencia.
- (3) Tiendas Walmart y Changomas

Brasil

La industria brasilera de los supermercados representó aproximadamente 4,8% del PIB de Brasil en 2014, según estimaciones de ABRAS. De acuerdo a la misma fuente, la industria minorista de los alimentos en Brasil tuvo ingresos brutos de R\$262 miles de millones en 2014, comparados con R\$232 miles de millones en 2013.

La industria minorista de los alimentos brasilera está muy fragmentada. A pesar de la consolidación dentro de la industria minorista de los alimentos brasilera, según ABRAS, en 2014, las 10 cadenas de supermercados más grandes representaron solo 65% de la industria minorista de los alimentos. Según la misma fuente, nuestras tiendas representaron aproximadamente 3,7% de las ventas brutas de toda la industria minorista de los alimentos brasilera en 2014. Creemos que potenciales futuras adquisiciones involucrarán a tiendas de menor tamaño. Otra tendencia mundial de la industria minorista de los alimentos es la reducción en el tamaño de los locales, tal como lo han hecho grandes operadores como Tesco Express y Sainsbury's Local.

Tal como se indica en el siguiente cuadro, según los datos de ABRAS, en 2014 los diez principales comercios minoristas registraron ingresos de aproximadamente R\$155 miles de millones, realizando su actividad comercial en aproximadamente 3.497 tiendas.

Sociedad	Ingresos brutos (R\$ millones)	%	Cantidad de cajas	Superficie disponible para ventas (metros cuadrados)	Cantidad de tiendas	Empleados
CBD	72.318.920.859	27,6%	15.968	2.863.937	2.143	159.829
Carrefour	37.927.868.864	14,5%	-	-	258	70.000
Walmart Brasil	29.647.436.292	11,3%	9.374	1.544.074	544	74.738
Cencosud Brasil	9.795.213.632	3,7%	2.802	595.493	220	33.546
Zaffari	4.215.000.000	1,6%	852	132.454	30	9.883
Cinco más grandes	153.904.439.647	58,7%	28.996	5.135.958	3.195	347.996
ImaoMullato&Cia	3.704.980.201	1,4%	1.026	134.145	41	9.539
CondorSuper Center	3.636.516.432	1,4%	931	139.378	39	10.487
Supermercados BH	3.408.441.822	1,3%	1.364	126.040	135	13.270
Sonda	2.904.647.318	1,1%	900	86.428	36	8.227
A Angeloni	2.903.613.000	1,1%	914	115.120	51	7.352
Diez más grandes	170.462.641.420	65,0%	34.131	5.737.069	3.497	396.871

Fuente: ABRAS

* Muestra las ventas de compañías durante el período 2014.

Perú

Al 31 de diciembre de 2014, estimamos que la industria peruana de los supermercados estaba compuesta por aproximadamente 247 tiendas en todo el país, entre hipermercados y supermercados, con aproximadamente 75,0% de las tiendas ubicadas en el área metropolitana de Lima. El Banco Central de Reserva del Perú revela que el crecimiento del PIB para el año 2014 fue de 2,4% y a través de su última encuesta de expectativas económicas realizada el 31 de marzo 2015, revela que las estimaciones de crecimiento del PIB se ubicarán en 3,6% en 2015 y 4,8% en 2016. De acuerdo al Banco Central de Perú, el PIB de 2014 fue US\$ 156.119 millones y el sector comercio representó 11,2%. La industria de los supermercados en el Perú se está volviendo más atractiva y competitiva. Según CCR, en 2013, la penetración de supermercados para el área metropolitana de Lima era de aproximadamente 35,0% lo que arrojaba un promedio del país inferior a 20,0%.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y nuestros principales competidores en el Perú al 31 de diciembre de 2014:

	Cencosud	Supermercados Peruanos	Tottus (Falabella)
Cantidad de tiendas.....	87	101	49
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	261 700	269 718	182 561
Participación de mercado ⁽¹⁾	38,0%	34,6%	27,4%

Fuente: Presentaciones públicas

(1) En base a los ingresos netos informados por los supermercados en el Perú para el periodo de doce meses al 31 de diciembre de 2014, participación de mercado estimada basada únicamente en las ventas informadas por los tres principales operadores y no toma en cuenta la participación de mercado de otros participantes más pequeños.

Colombia

El mercado minorista colombiano está impulsado principalmente por el nivel general de la actividad económica y el crecimiento del ingreso per cápita en Colombia. Desde que salió de la recesión a principios de los años 2000, la economía colombiana ha experimentado un crecimiento significativo y ha mejorado las condiciones de seguridad. Según el Banco de la República, Banco Central de Colombia, el crecimiento del PIB en 2011, 2012 y 2013 fue de 6,6%, 4,0% y 4,7% respectivamente. Este ambiente macroeconómico positivo ha provocado una expansión del consumo interno, que ha beneficiado al mercado minorista colombiano. Según DANE, las ventas minoristas totales realizadas en los grandes almacenes e hipermercados minoristas alcanzaron US\$15,0 billones en 2013 y US\$16,4 billones en los últimos doce meses al 31 de diciembre de 2014 a tipo de cambio de cierre de 2014. De acuerdo a la última data disponible, en la Encuesta Anual de Comercio 2012 realizada por DANE, el 76% de las ventas totales del sector minorista fueron hechas por el mercado formal. Creemos que el futuro crecimiento del sector minorista estará impulsado, entre otros, por la expansión económica y la cada vez mayor disponibilidad de crédito para los consumidores en Colombia.

El sector de los alimentos minoristas en Colombia incluye a varios tipos de tiendas, incluyendo los supermercados privados, las tiendas con una variedad de productos limitada y las tiendas de tipo

minimarket, cooperativas subsidiadas por el gobierno y conocidas como *cajas de compensación*, tiendas especializadas (tales como carnicerías y panaderías) y negocios de entrega a domicilio. Muchos de los colombianos también compran a través de canales informales, tales como los almacenes de barrio y las ferias libres.

El positivo entorno macroeconómico de los últimos años ha contribuido al crecimiento tanto del mercado formal como informal. En los últimos años, el mercado formal ha crecido más rápido que el mercado informal, impulsado principalmente por un mayor poder adquisitivo, estrategias de penetración agresivas por comerciantes minoristas formales bien capitalizados, lo que ha reducido la ventaja de la cercanía que presentan los negocios informales, mayores opciones de envase en los canales formales, incluyendo mejores presentaciones a precios competitivos, y ofertas de productos de crédito cada vez mayores por los grandes comercios minoristas. El mercado minorista formal debería seguir creciendo en el mediano plazo debido a buenas perspectivas macroeconómicas, una mayor consolidación de mercado y relativamente baja penetración comparada con otros países. Creemos que el crecimiento del mercado formal también estará impulsado por la cada vez mayor concentración de la población colombiana en centros urbanos. Según el Banco Mundial, Colombia tiene una población de aproximadamente 48 millones, de la cual 45% tiene 25 años o menos. El negocio minorista de los alimentos y mercaderías en Colombia es muy competitivo y está caracterizado por una presión cada vez mayor sobre los márgenes de utilidad. El número y el tipo de competidores y el nivel de competencia que vive cada una de nuestras tiendas varían según el lugar. La competencia se produce principalmente en base al precio, la ubicación, selección de mercaderías, calidad de las mercaderías (sobre todo para productos perecibles tales como los productos agrícolas), servicio, condiciones de la tienda y promociones.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y nuestros principales competidores en Colombia al 30 de Septiembre de 2014:

	Cencosud	Exito	Olimpica	La 14
Cantidad de tiendas	100	537	260	28
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	425 196	818 132	282 980	N.A.

Fuente: Registros Públicos

3.2.2 Mejoramiento del Hogar.

Chile

Creemos que la industria chilena de mejoramiento del hogar es la más desarrollada de Sud América con cerca de 53 mil hogares por tienda de gran superficie en 2013, comparado con 132 mil en Perú, 196 mil en Argentina o 289 mil en Colombia. Sin embargo, la industria de US\$ 10, 8 billones aún está muy fragmentada entre operadores de grandes superficies y varias tiendas de equipos (algunas de las cuales se han asociado, tales como MIS y Chilemat), según nuestras estimaciones. El crecimiento de los principales actores de la industria se ha basado en la expansión de las industrias de la construcción y viviendas en Chile, así como la consolidación del sector.

La industria chilena del mejoramiento del hogar es muy competitiva y ha sido objeto de una mayor consolidación. En 1998, Home Depot ingresó al mercado chileno y fue posteriormente adquirida por Falabella, a través de su filial Home Store en 2001. En Noviembre de 2002, compramos las tiendas de mejoramiento del hogar y cadena de productos agrícolas, Proterra. En Enero de 2011, la sociedad de control minorista chilena SMU compró la totalidad de las acciones de la cadena de ferreterías Construmart, que operaba 23 tiendas bajo la marca Construmart con un tamaño promedio de 2.500 metros cuadrado.

La industria del mejoramiento del hogar atiende los sectores del equipamiento y mejoramiento del hogar, reparaciones y mantenimiento y nuevas construcciones. Los clientes de este sector incluyen a dueños de casa, pequeños contratistas y grandes empresas constructoras que buscan materiales de construcción para nuevos proyectos. El sector se caracteriza por una alta sensibilidad de los precios y demanda de gran variedad de productos.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y de nuestros principales competidores en Chile al 31 de diciembre de 2014:

	Sodimac	Cencosud	Construmart*
Cantidad de tiendas	84	3233	43
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	689.217	313.500	141.980

Fuente: Registros Públicos, PlanetRetail, estimaciones Internas
*a septiembre de 2013

Argentina

Creemos que la industria argentina de mejoramiento del hogar incluye a más de 70 tiendas de mejoramiento del hogar en todo el país, de las cuales nosotros administrábamos 50 al 31 de diciembre de 2014. Las tiendas restantes son operadas por Sodimac, Hiper Tehuelche y Barugel Azulay. También existen distintas ferreterías y tiendas más pequeñas especializadas en materiales para la construcción. Antes de 2002, enfrentamos la competencia de Home Depot (Argentina) hasta que compramos sus operaciones en Argentina en Febrero de 2002. Enfrentamos una fuerte competencia de otras ferreterías y sobre todo de tiendas dedicadas a áreas específicas de la construcción y de mejoramiento del hogar. Hasta 2007, cuando Sodimac ingresó al mercado, éramos la única cadena de grandes superficies de mejoramiento del hogar en Argentina, con 17% de participación de mercado, según nuestras estimaciones. Creemos que el mercado argentino de mejoramiento del hogar aún ofrece mucho espacio para consolidación, dejándonos suficiente espacio para crecer durante los próximos años.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y de Sodimac, nuestro principal competidor en Argentina, al 31 de diciembre de 2014:

	Cencosud	Sodimac
Cantidad de tiendas	50	8
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	383 786	84 289

Fuente: Registros Públicos de Falabella, estimaciones internas.

Colombia

Creemos que la industria colombiana de mejoramiento del hogar es la más subdesarrollada de los países en los que competimos. Para el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2014, existían 44 tiendas de mejoramiento del hogar en el país. Por lo tanto, la industria está muy fragmentada y compuesta tanto de minoristas generales como especializados.

Nuestro principal competidor es Sodimac Home Center, que es una sociedad entre el Grupo Corona colombiano (51%) y Falabella chilena (49%) que compiten en el mercado de mejoramiento del hogar en Colombia desde 1993. El siguiente cuadro presenta cierta información nuestra y de Home Center, nuestro principal competidor en Colombia al 31 de diciembre de 2014:

	Sodimac Home Center	Cencosud
Cantidad de tiendas	34	10
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	331 441	82 319

Fuente: Presentaciones Públicas de Falabella, estimaciones internas.

3.2.3 Tiendas por departamento.

Chile

La industria de las grandes tiendas en Chile se remonta a 1958, cuando Falabella abrió su primera tienda por departamentos en Chile. Desde entonces, otras empresas han ingresado al mercado chileno y la industria ha vivido una intensa consolidación, dado que los operadores más grandes han adquirido las tiendas independientes más pequeñas. Nosotros ingresamos al negocio de las grandes tiendas en Marzo de 2005, con nuestra compra de Empresas Almacenes Paris S.A.

Nuestro principal competidor en Chile es Falabella que es más grande que Paris y Johnson en términos de ingresos. La industria de las grandes tiendas en Chile es muy madura y altamente competitiva. Competimos por clientes con los minoristas especializados, las grandes tiendas tradicionales y sofisticadas, las cadenas de ropa nacionales, las boutiques atendidas por sus propios dueños, las tiendas individuales de ropa especializada y las firmas de marketing directo. Competimos por clientes principalmente en base a la calidad y moda, servicio al cliente, precio, variedad y presentación de la mercadería, programas de marketing y de fidelización de clientes. Algunos de estos competidores tienen recursos financieros mayores a los nuestros.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y de nuestros principales competidores al 31 de diciembre de 2014:

	Falabella	Cencosud	Ripley	La Polar
Cantidad de tiendas	45	79	43	38
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	304.994	375.586	276.080	159.000
Participación de mercado ⁽¹⁾	39,2%	28,7%	22,4%	9,7%

Fuente: Presentaciones Públicas de Falabella, presentaciones públicas de Ripley y estimaciones internas.

(1) Al 31 de diciembre de 2014, en base a los ingresos netos informados por las operaciones por departamentos en Chile, estimaciones de participación de mercado basadas únicamente en las ventas informadas por los cuatro principales operadores y que no toman en cuenta la participación de mercado de otros participantes más pequeños.

Perú

El comercio minorista en Perú se ha visto impulsado por una tasa de crecimiento del PIB superior a la gran mayoría de los países de América Latina en la última década y un creciente acceso al crédito que ha incrementado el poder adquisitivo de la clase media. En los años 2010, 2011, 2012 y 2013 el PIB de la economía peruana creció 8,5%, 6,5%, 6,0% y 5,8% respectivamente, y las expectativas para el 2014 y 2015 son crecimientos de 3,0% y 4,9% respectivamente.

Las atractivas variables macroeconómicas y demográficas del mercado peruano, además de su baja penetración, llevaron a que distintos operadores chilenos ingresaran al país. Actualmente la industria de las grandes tiendas en Perú está conformada por Oechsle, Saga Falabella, Ripley y Paris.

Oechsle es una cadena con presencia nacional que pertenece al grupo Intercorp Perú, compañía que nació en 1994 después de que un grupo de emprendedores peruanos comprara el Banco Internacional del Perú que luego se convirtió en Interbank, hoy uno de los principales bancos del Perú. En 2003, el grupo compra Supermercados Peruanos, en el año 2014 inauguran el primer Real Plaza en Chiclayo y el 2009 lanzan su primera tienda por departamento bajo la marca Oechsle.

El año 1995 el Grupo Falabella ingresa al mercado peruano a través de la adquisición de Saga, hoy Saga Falabella, cadena que contaba con 24 tiendas y 152.932 m² de sala de venta al 30 de septiembre de 2014.

Ripley inaugura su primera tienda fuera de Chile el año 1997, Ripley Jockey Plaza, en Lima. Al 30 de junio 2014, Ripley operaba un total de 24 tiendas y 167.827 m² de sala de venta.

Cencosud ingresa al mercado peruano de tiendas por departamento, a través de su marca Paris, realizando su primera apertura el 26 de marzo de 2013 en el centro comercial de Arequipa, de propiedad de la Compañía. Al 31 de diciembre de 2014, Cencosud contaba con 9 tiendas y 45.232 m² de sala de venta.

El siguiente cuadro presenta cierta información acerca de nosotros y de nuestros principales competidores al 31 de diciembre de 2014:

	Ripley	Falabella	Cencosud	Oechsle
Cantidad de tiendas	26	25	9	12
Superficie total de ventas (metros cuadrados)	173.189	155.226	45.232	N.A.

3.2.4 Industria de Centros Comerciales

Chile

El primer centro comercial en Chile, Cosmo centro Apumanque, abrió en 1981. Las ventas en centros comerciales como porcentaje de las ventas minoristas totales del país han aumentado permanentemente desde entonces, según el Consejo Chileno de Centros Comerciales. Sin embargo, una mayoría de las ventas minoristas en Chile aún se efectúan en tiendas independientes, según el Consejo Internacional de Centros Comerciales. Cencosud ingresó a la industria de los centros comerciales en Chile a principios de los años 1990 con el centro comercial Alto Las Condes.

La industria de los centros comerciales chilenos es muy competitiva y al 31 de diciembre de 2014 constaba de más de 70 centros comerciales en todo el país, la mayoría de los cuales son operados por Cencosud, Grupo Plaza (controlado por Falabella), Parque Arauco y Saitec (controlado por Walmart Chile), según estimaciones públicas e internas. Los centros comerciales no solo compiten con otros centros comerciales, sino que también con un número cada vez mayor de tiendas minoristas individuales.

El siguiente cuadro entrega cierta información acerca de nosotros y de nuestros competidores en Chile al 31 de diciembre de 2014:

	Superficie arrendable bruta ⁽¹⁾	Participación de mercado
Grupo Plaza (Falabella)	832	22%
Saitec (Wal-Mart)	615	16%
Cencosud	1.103	29%
Parque Arauco S.A.	306	10%

Fuente: Consejo Chileno de Centros Comerciales e información pública entregada por Falabella, Parque Arauco y Walmart Chile, así como estimaciones internas.

(1) En miles de metros cuadrados. Incluye el área arrendada a empresas relacionadas y ajustada para reflejar el porcentaje de propiedad.

Argentina

A septiembre de 2014, la industria argentina de los centros comerciales estaba compuesta por más de 36 centros comerciales, la mayoría de los cuales son operados por IRSA Inversiones Representaciones S.A. ("IRSA") y Cencosud. Tal como en Chile, los centros comerciales son relativamente nuevos en el mercado argentino y la mayoría de las ventas minoristas aún se realizan en tiendas minoristas individuales, según el Consejo Internacional de Centros Comerciales.

El siguiente cuadro presenta cierta información sobre nosotros y nuestro principal competidor en Argentina, IRSA, al 31 de diciembre de 2014.

	Participación de mercado ⁽¹⁾	Superficie arrendable bruta
IRSA	17%	311
Cencosud	41%	717

Fuente: CASC, IRSA e INDEC

(1) En base a la superficie arrendable bruta se incluyen solo los dos operadores más importantes

Perú

A diciembre de 2014, estimamos que la industria peruana de los centros comerciales constaba de más de 30 centros comerciales, la mayoría de los cuales eran operados por Real Plaza (asociada con Interbank Group que también administra Supermercados Peruanos y Oechsle), Falabella, Parque Arauco y Jockey Plaza. La industria de los centros comerciales es relativamente nueva en el mercado Peruano y la mayoría de las ventas minoristas aún se realizan en tiendas minoristas individuales.

El siguiente cuadro muestra las participaciones de mercado de los principales operadores de centros comerciales en Perú al 31 de diciembre de 2014:

	Superficie arrendable bruta ⁽¹⁾	Participación de mercado ⁽²⁾
Real Plaza (Interbank)	613	20,3%
Aventura Plaza	234	9,1%
Open Plaza (Falabella)	274	10,7%
Jockey Plaza	156	6,1%
Parque Arauco	124	9,9%
Cencosud	123	4,8%

Fuente: Información entregada por la compañía

(1) En miles de metros cuadrados.

(2) En base a la superficie bruta arrendable e incluyendo solo los operadores que aparecen en el cuadro.

3.2.5 Servicios Financieros.

Creamos nuestra división de servicios financieros en el 2003, cuando lanzamos nuestra tarjeta de crédito "Jumbo Más" para facilitar las compras dentro de la tienda y desde entonces hemos aumentado significativamente nuestras operaciones de tarjetas de crédito en Chile, Argentina, Brasil y el Perú. Hemos crecido tanto a través de nuestras tarjetas de marcas propias como asociándonos con terceros emisores bancarios de tarjetas de créditos, principalmente para financiar las compras de nuestros clientes en nuestras tiendas. También somos dueños de Banco Paris, un banco especializado en consumidores minoristas en Chile, y préstamos una amplia gama de servicios para los consumidores y financieros. En agosto de 2010, lanzamos nuestra propia tarjeta de crédito de marca propia en el Perú y ampliamos nuestras ofertas de servicios financieros. En 2011, establecimos Banco Cencosud en el Perú y en junio de 2012 recibimos el permiso para operar de la Superintendencia de Bancos y Seguros e iniciamos nuestras operaciones en agosto de 2012 a través de nuestra tarjeta de crédito Cencosud. En 2011, celebramos un acuerdo con un importante banco brasilero, Banco Bradesco, para ofrecer servicios financieros a todas nuestras tiendas en Brasil, particularmente la exclusiva emisión y operación de la tarjeta de crédito Cencosud Card (Cartão Cencosud) así como la oferta, dentro de las tiendas Cencosud en Brasil de préstamos de consumo, productos de financiamiento de compras y seguros. Prezunic actualmente no participa en la sociedad antes mencionada.

El 20 de junio Cencosud firmó contratos finales con Scotiabank para el desarrollo conjunto del negocio de las operaciones de retail financiero en Chile en una asociación de 15 años. Scotiabank adquirirá el 51% de las acciones de Cencosud Administradora de Tarjetas (CAT) por un monto que asciende a USD 280 millones y proporcionará el financiamiento de 100% de la cartera que alcanza aproximadamente USD 1.000 millones. El 13 de Agosto Cencosud presentó documentación al regulador local de bancos, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF). El 13 de abril de 2015 Cencosud recibió la aprobación de la SBIF para la concreción de la asociación con Scotiabank y el 1 de mayo informó a través de un hecho esencial a la SVS el cierre de dicha transacción.

Al 31 de marzo de 2015, alcanzamos un total de 5.550 miles de tarjetas de crédito y otras cuentas en Chile, Argentina, Brasil, Perú y Colombia. Al 31 de marzo de 2015, también teníamos US\$1.8 billones en préstamos de clientes vigentes. Nuestro segmento de servicios financieros también incluye nuestros servicios de corretajes de seguros en Argentina, Chile, Brasil y Perú.

Chile

Tarjetas de Crédito

Participamos en el negocio de las tarjetas de crédito en Chile emitiendo tarjetas de crédito Cencosud, que tienen una fuerte presencia en nuestras tiendas y que pueden usarse en más de 290 negocios asociados. Al 30 de Septiembre de 2014, teníamos aproximadamente 2.093 miles de cuentas de tarjetas de crédito activas en Chile. A través de nuestra tarjeta Cencosud, hemos aumentado el poder comprador de nuestros clientes de ingresos medios y bajos que, generalmente, no gozan de ofertas de créditos de otras instituciones y en general no pueden costear los costos fijos que cobran otras tarjetas de crédito.

Además de aumentar las ventas y el tráfico en nuestras tiendas, también buscamos lograr una rentabilidad financiera facilitando el acceso al crédito a segmentos de la población que no eran atendidos. Tenemos por objetivo llegar a todos los clientes de nuestras tiendas así como a los clientes de negocios asociados. Muchos de nuestros clientes de tarjetas de crédito también pueden acceder a avances en efectivo, los que pueden obtener en cajeros del Jumbo, Santa Isabel, Paris, Easy y tiendas Tur Bus y en la red de cajeros automáticos del Banco Santander, permitiéndoles hacer retiros en efectivo en muchos puntos de Chile.

Nuestras tarjetas de crédito Cencosud ofrecen una tarjeta de crédito única con características que incluyen pagos mensuales de un cargo mínimo, créditos renovables y préstamos en cuotas. Además, cuando usan nuestras tarjetas de crédito Cencosud, los clientes también obtienen más beneficios tales como acceder a descuentos y ofertas especiales y la acumulación de puntos, que pueden usarse en nuestro programa de fidelización y que pueden usarse posteriormente para comprar en nuestras tiendas. Los titulares de tarjeta deben pagar una comisión administrativa, y los cargos por concepto de intereses dependen del otorgamiento individual de crédito. El tipo de interés mensual promedio cobrado a los titulares de tarjetas al 31 de diciembre de 2014, 2013, 2012 y 2011 fue de 2,90%, 3,35%, 3,27% y 3,02%, respectivamente. Ajustamos la tasa de interés de

nuestras tarjetas de crédito periódicamente respondiendo a los costos de financiamiento y a las tasas tipo de la industria. El tipo de interés renovable cobrado a los titulares de tarjetas es variable.

Los siguientes cuadros indican las ventas con tarjetas de crédito realizadas por Jumbo, Santa Isabel, Easy y París en Chile y el porcentaje que esas ventas representan de las ventas totales de cada una de esas tiendas para el período presentado:

	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		2013		2012	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
	(En millones de pesos chilenos)					
Jumbo	293.222	17,5%	276.449	17,6%	264.586	18,6%
Santa Isabel	69.978	6,2%	74.470	6,8%	83.146	8,0%
Easy	115.262	20,7%	109.803	20,5%	95.517	20,0%
París	400.536	43,6%	426.533	46,0%	430.019	49,4%
Johnson	47.948	26,8%	46.384	26,9%	-	0,0%
Total	926.946	21,2%	933.639	21,7%	873.269	22,9%

El cuadro siguiente muestra la información respecto de nuestras cuentas por cobrar por las tarjetas de crédito en Chile:

Condición de la Cartera	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		
	2014	2013	2012
	(en millones de pesos chilenos) ⁽¹⁾		
Productiva ⁽²⁾	351.532	406.239	401.360
Vencida:			
31-89 días	18.425	20.542	25.116
90-180 días	14.752	17.106	20.923
181-365 días	-	-	-
Total	384.709	443.888	447.400
Más de 365 días y cobranza judicial ⁽³⁾	-	-	-
Provisión por deuda incobrable como porcentaje de créditos vencidos	61,9%	77,01%	67,20%
Provisión por deuda incobrable como porcentaje de todos los créditos	5,3%	6,53%	6,90%

(1) Salvo porcentajes.

(2) Préstamos productivos no vencidos por más de 30 días.

(3) Cartera completa castigada. Estas acreencias están sujetas a una provisión de 100%.

(4) La provisión por crédito incobrable no incluye CH\$3.533 millones de provisiones anticíclicas.

El siguiente cuadro contiene cierta información relacionada con nuestros préstamos no productivos y castigos para los períodos indicados:

Créditos no redituables como % sobre el total de créditos	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		
	2014	2013	2012
	(en millones de pesos chilenos) ⁽¹⁾		
	8,60%	8,48%	10,29%

Total de castigos	41.382	57.018	69.980
Promedio de castigos mensuales	0,90%	1,07%	1,30%

(1) Salvo porcentajes.

Corretaje de Seguros

Entramos al negocio de los seguros para complementar nuestra oferta de tarjetas de crédito, ofreciendo garantías ampliadas para algunos de los productos electrónicos vendidos en nuestras tiendas. También ofrecemos otros planes de seguros atractivos a nuestros actuales clientes minoristas. Nuestras actividades de seguros se centran en la venta de seguros de vida, médicos, de desempleo, para el hogar y automotrices, en formatos simples y a tasas accesibles, centrándonos en los segmentos socioeconómicos que no eran atendidos. Nuestros productos de seguro se venden a través de nuestros canales de distribución y son apoyados por tele-marketing y marketing personalizado a los clientes en las tiendas París y Jumbo. Asimismo, durante los ejercicios cerrados el 31 de diciembre de 2014, 2013, 2012 y 2011, nuestras actividades de seguros en Chile generaron ingresos ordinarios de CH\$ 11.438 millones, CH\$21.513 millones, CH\$25.769 millones y CH\$26.553 millones respectivamente, lo que representa aproximadamente 0,2% de nuestros ingresos consolidados ordinarios para esos períodos. Estas cifras no incluyen el producto de garantías ampliadas, que se contabilizan en la división minorista.

Argentina

Tarjetas de crédito

En la Argentina operamos un negocio de tarjetas de crédito para cada una de nuestras marcas minoristas. El mercado argentino de servicios financieros es atendido por bancos privados nacionales y extranjeros, bancos del sector público, operadores de tarjetas de crédito y el comercio minorista. En Abril de 2007, entramos a los mercados de los servicios financieros y de los seguros en Argentina lanzando nuestra "Tarjeta Más". Al 31 de marzo de 2015 habíamos emitido 1.193 miles de tarjetas de crédito Cencosud. Para el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2015, los ingresos de nuestras tarjetas comerciales en Argentina representaban 0,8% de nuestros ingresos totales. A través de nuestra tarjeta de crédito Cencosud, aumentamos el poder comprador de nuestros clientes de ingresos medios y bajos, que generalmente no tienen acceso a crédito con otras instituciones, y en general no pueden costear los costos fijos cobrados por otras tarjetas de crédito.

El siguiente cuadro muestra las ventas con tarjetas de crédito, realizadas por Jumbo, Disco y Vea, e Easy en la Argentina y el porcentaje que esas ventas representan de las ventas totales de cada tienda para los períodos indicados.

	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de					
	2014		2013		2012	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
	(En millones de pesos chilenos)					
Jumbo	115.071	20,80%	131.306	23,90%	116.142	21,40%
Disco y Vea	90.474	5,40%	92.378	5,50%	75.455	3,90%
Easy ⁽¹⁾	158.059	21,30%	141.033	21,20%	113.925	18,00%
Total	363.604	12,20%	364.717	12,60%	305.522	10,90%

- (1) Salvo porcentajes.
 (2) No incluye a Blaisten.

El siguiente cuadro muestra cierta información respecto de nuestros créditos no redituables y castigos en la Argentina para los periodos indicados.

	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		
	2014	2013	2012
Créditos no redituables como % sobre el total de créditos	3,80%	3,80%	6,40%
Total de castigos	7.104	7.226	7.251
Promedio de castigos mensuales como porcentaje de todos los créditos	0,30%	0,36%	0,47%

- (1) Salvo porcentajes.

El siguiente cuadro contiene información respecto de nuestras cuentas por cobrar por concepto de Tarjetas de Crédito en la Argentina.

Condición de la Cartera	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		
	2014	2013	2012
Productiva ⁽¹⁾	211.169	163.092	120.956
Vencida:			
31-89 días	5.855	4.171	4.618
90-180 días	2.590	1.524	2.136
181-365 días	-	0,81	1.486
Total	219.615	169.088	129.198
Más de 365 días y cobranza judicial ⁽²⁾	364	364	370
Provisión por deuda incobrable como porcentaje de créditos vencidos	110,0%	93,80%	99,10%
Provisión por deuda incobrable como porcentaje de todos los créditos	4,2%	3,30%	6,30%

- (1) Salvo porcentajes.
 (2) Préstamos productivos no vencidos por más de 30 días.
 (3) Portafolio completo castigado. Estas acreencias están sujetas a una provisión de 100%.

Corretaje de Seguros

Entramos al negocio de los seguros para complementar nuestra oferta de tarjetas de crédito, ofrecer garantías extendidas para ciertos productos electrónicos vendidos en nuestras tiendas y para ofrecer otros planes de seguros atractivos a nuestros actuales clientes minoristas. En la Argentina,

ofrecemos corretaje de seguros en los siguientes sectores: las coberturas de seguros personales, seguros de vida, seguros para dueños de viviendas y seguros para arrendatarios, seguros automotrices, seguros de fraude, seguros de salud, seguros de desempleo, cobertura de garantía extendida, seguros para mascotas y otros. Los productos se venden en nuestras propias cadenas minoristas y también están disponibles vía telemarketing a través de nuestro centro de llamadas. El negocio de los seguros ha experimentado un crecimiento importante en los últimos años, y creemos que seguirá creciendo a medida que se vayan introduciendo nuevos productos y que el uso de los seguros en la Argentina se vuelva más generalizado. Al 31 de diciembre de 2014, nuestras operaciones de corretaje de seguros en la Argentina representaban menos del 1.0% de nuestros ingresos consolidados ordinarios.

Brasil

En Brasil operamos nuestros servicios financieros a través de una sociedad con Banco Bradesco de Brasil, en virtud de la cual operamos nuestra tarjeta Credi-Hiper, una de las principales tarjetas de crédito de marca privada en la región norte de Brasil. En 2011, también le otorgamos a Banco Bradesco el derecho exclusivo de emitir y operar nuestra tarjeta Cencosud (*Cartão Cencosud*), que pronto reemplazará a Credi-Hiper, así como de ofrecer dentro de nuestras tiendas en Brasil préstamos de consumo, productos de financiamiento de compras y seguro.

Nuestras relaciones con Banco Bradesco comenzaron en Mayo de 2006 cuando GBarbosa firmó un contrato de operaciones de cinco años con Banco Bradesco para explotar conjuntamente Credi-Hiper. Credi-Hiper fue creada hace 29 años y es una herramienta clave para mantener la fidelidad de los clientes de GBarbosa, y genera una parte importante de los ingresos de GBarbosa. En agosto de 2011, GBarbosa modificó y actualizó el contrato con Banco Bradesco ampliando su alcance.

En virtud del contrato modificado y actualizado, Cencosud Brasil Comercial, que opera nuestras tiendas GBarbosa en Brasil, Bretas, Mercantil Rodrigues, Perini y Cencosud Brasil celebraron un contrato de asociación con Banco Bradesco en virtud del cual Banco Bradesco acordó ofrecer servicios financieros en las tiendas Cencosud en Brasil. También se le otorgó a Banco Bradesco un derecho preferencial, sujeto a ciertas limitaciones, si decidimos ofrecer ciertos servicios financieros adicionales en las tiendas en Brasil. Banco Bradesco también tiene el derecho de exigirle a Cencosud Brasil que contrate a Banco Bradesco para administrar todos sus servicios de procesamiento de la planilla de sueldos y servicios afines, mientras el precio, los términos y condiciones de esos servicios de planilla de sueldos sean competitivos, a criterio nuestro. Además, las partes acordaron celebrar un contrato que establezca los términos y condiciones para que nuestras tiendas operen como representantes de Banco Bradesco en el procesamiento del pago de cuentas de tarjetas de crédito. También le otorgamos a Banco Bradesco un permiso limitado, intransferible de uso de marca comercial, para usar ciertas de nuestras marcas comerciales en la tarjeta Cencosud.

En pago por los derechos otorgados a Banco Bradesco en virtud de este contrato, Banco Bradesco acordó pagarnos hasta R\$300 millones, que incluye un pago inicial de R\$100 millones y dos otros pagos de R\$100 millones que están sujetos a que alcancemos ciertas metas respecto de los ingresos de la tarjeta de crédito Cencosud. Además, salvo ciertas comisiones cobradas por Banco Bradesco a los clientes, el ingreso neto de la operación de la tarjeta de crédito Cencosud y la

prestación de ciertos otros servicios financieros deben compartirse por partes iguales entre Banco Bradesco y nosotros, y nosotros asumimos el 50% del riesgo crediticio asociado con las tarjetas de crédito que operamos en virtud de este contrato, incluyendo los incumplimientos de pago y las pérdidas. El plazo de este contrato es de 16 años contados desde la fecha de su suscripción, pero puede ponerse término en cualquier momento sujeto al pago de ciertas multas.

Nosotros creemos que nuestra asociación de largo plazo con Banco Bradesco facilita el crecimiento sostenible de nuestro segmento de servicios financieros en Brasil, proporcionando cierta cantidad de alternativas de financiamiento competitivas y productos de servicios financieros accesibles a nuestros clientes. Al 31 de marzo de 2015, teníamos aproximadamente 1.221 miles de cuentas de tarjetas de crédito activas en Brasil.

Durante el ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2014, el 0,1% de nuestros ingresos brutos en Brasil provenían de nuestros negocios de servicios financieros realizados con nuestras tarjetas *Cartão Cencosud*. Con estas tarjetas aumentamos el poder adquisitivo de nuestros clientes de ingresos medios y bajos, que generalmente no reciben crédito de otras instituciones, y en general no pueden asumir los costos fijos cobrados por otras tarjetas de crédito. Estas tarjetas actualmente no tienen ninguna comisión administrativa, sólo se aceptan en nuestras tiendas y les permiten a nuestros clientes comprar alimentos y otro tipo de productos. Creemos que sin el acceso a estas tarjetas, muchos de nuestros clientes no podrían comprar productos no alimentarios de precios más altos. A pesar de los malos antecedentes crediticios de algunos de nuestros clientes, estas tarjetas tienen bajas tasas de morosidad.

Colombia

En Colombia operamos nuestros servicios financieros asociados con el Banco Colpatria de Colombia ("Colpatria"). En virtud de este contrato, Colpatria está facultado para comercializar tarjetas de marca propia y de marca compartida en toda Colombia. Estas tarjetas de marca propia sólo se aceptan en las tiendas Cencosud Colombia en tanto que aquellas de marca compartida son aceptadas a nivel internacional. Este acuerdo comenzó antes de que compráramos el supermercado Carrefour en Colombia. En virtud del contrato, Colpatria recibe un espacio de ventas en todas nuestras tiendas para comercializar sus servicios financieros a los clientes de la tienda. Ambas partes se encargan de los esfuerzos promocionales y de comercialización para esta sociedad.

Colpatria es responsable de todos los procesos administrativos relacionados con la ejecución del negocio, tales como la aprobación y mantención de todas las líneas de crédito otorgadas a clientes y la cobranza de cuentas por cobrar. Colpatria es responsable de manejar el portafolio de préstamos y todos los esfuerzos afines deben realizarse cumpliendo con las normas y bajo la supervisión de la Superintendencia Financiera de Colombia ("SuperFinanciera") o cualquier otro órgano fiscalizador que rija el negocio que se esté realizando. Los resultados de los negocios financieros en Colombia para el ejercicio cerrado el 31 de Diciembre de 2013 se incluyeron en el segmento de supermercados. En el año 2014, estos fueron reclasificados al segmento de servicios financieros, y los ingresos de nuestro negocio de servicios financieros representaron 0,8% del total de los ingresos generados en Colombia.

Las pérdidas y ganancias de esta empresa conjunta se distribuyen por partes iguales entre las partes trimestralmente. Esta asociación tiene una duración de 5 años a contar de 2012, la que se renovará automáticamente por un plazo adicional de un año si ninguna de las partes notifica a la

otra de su intención de ponerle término con una antelación de 6 meses a la fecha de vencimiento original. Al 31 de marzo de 2015, teníamos aproximadamente 606 mil cuentas de tarjetas de crédito activas en Colombia.

Perú

Pretendemos entregar soluciones financieras a nuestros clientes para que nuestras tarjetas de marca propia sean la principal forma de pago usada en nuestros supermercados en el Perú.

En Agosto de 2011, lanzamos nuestra tarjeta de crédito propia en el Perú y estamos ampliando nuestras ofertas de servicios financieros. Las tarjetas de crédito se manejan a través de nuestros supermercados en el Perú. En 2011, Cencosud creó Banco Cencosud en el Perú. En Junio de 2012, recibimos el permiso para operar de la SVS y empezamos nuestras operaciones en Agosto de 2012 a través de nuestra tarjeta de crédito Cencosud. Nuestro segmento de servicios financieros también incluye servicios de corretaje de seguros en la Argentina, Chile, Brasil y Perú. Además de nuestras tarjetas de marca propia, Cencosud ofrece las tarjetas de crédito Visa y Mastercard. Al 31 de marzo de 2015, teníamos aproximadamente 484 mil cuentas de tarjetas de crédito activas en Perú.

El siguiente cuadro muestra las ventas con tarjetas de crédito realizadas por Paris, Metro y Wong en el Perú y el porcentaje que esas ventas representan de las ventas totales de cada tienda para los períodos presentados:

	Por los 12 meses terminados el 31 de diciembre de		2013		2012	
	Ventas	%	Ventas	%	Ventas	%
	(En millones de pesos chilenos) ⁽¹⁾					
Paris	16.428	35,40%	4.556	26,58%	-	0,00%
Metro	91.246	15,50%	77.164	14,46%	64.183	12,45%
Wong	3.950	1,10%	3.906	1,27%	2.901	0,99%
Total⁽²⁾	111.625	11,30%	85.626	10,00%	67.084	8,28%

(1) Salvo porcentajes.

(2) Incluye los impuestos al valor agregado.

Modelo de Riesgo

Bases:

El Modelo de Gestión del Riesgo está estrechamente ligado a la gran escala y fragmentación del portafolio de titulares de tarjetas minoristas con un muy gran volumen de titulares de tarjetas (más de 5.000.000 en la región) y una deuda promedio por titular de tarjeta en torno a US\$500.

En este contexto, el desafío consiste en administrar el portafolio de titulares de tarjetas y su riesgo asociado, forjando relaciones de largo plazo con los titulares de tarjetas y volviendo la propuesta de valor y el negocio minorista sustentables en el tiempo. La gestión del riesgo se estructura de manera de garantizar:

- Una selección óptima de los titulares de tarjetas.

- Una gestión óptima del portafolio, lo que significa activar, fortalecer, mantener, reducir y contener a los titulares de tarjetas del portafolio.
- Una administración óptima de las cobranzas de los titulares de tarjetas morosos, maximizando la recuperación con altos estándares de calidad y servicio, sin afectar el vínculo con los clientes de Cencosud.

Los esfuerzos de gestión de los titulares de tarjetas están dirigidos en gran medida a incluir a todos los clientes, desde nuestro mercado objetivo a posibles clientes, incluyendo aquellos con o sin compras minoristas, con o sin movimiento de la tarjeta de crédito y con o sin pagos morosos.

a. Factores de Gestión del Riesgo Clave

La gran escala y la fragmentación del negocio determinan la gestión del portafolio, en la que los siguientes factores clave de gestión del riesgo son clave:

- La automatización y centralización de la toma de decisiones.
- La segmentación de clientes.
- El manejo de la información y proyecciones de los ingresos.
- La gestión de las cobranzas.
- El modelo de control de gran escala y selectivo para el circuito de crédito y cobranzas.
- Los modelos de provisiones para cubrir el riesgo del portafolio de conformidad con los estándares de Basilea II.

La automatización y centralización de la toma de decisiones: las decisiones de crédito y de cobranzas son de gran escala y automatizadas y solo en casos muy específicos son analizadas por personal muy especializado. La Compañía cuenta con sistemas de gestión del riesgo y cobranzas de clase mundial, incluyendo CapstoneDecisionAccelerator (CDA), TRIAD, ModelBuilder (de Fair Isaac Corporation – FICO) y CyberFinacial (de Inffinix), entre otros.

La segmentación de clientes: los procesos se segmentan, diferencian por estrategia y tácticas de acción según el perfil del riesgo, el nivel de actividad y la probabilidad de que ocurra, entre otros.

El manejo de la información y proyecciones de utilidades: la Compañía maneja modelos globales de información y estadísticas de todas las variables del negocio y de clientes relevantes, lo que le permite tomar oportunamente sus decisiones.

La gestión de cobranzas: la Compañía tiene un modelo único de cobranzas para manejar las cobranzas de las tarjetas minoristas, que utiliza un modelo de cobranzas externalizado para recuperar de manera eficiente las deudas a través de una gestión de calidad de sus deudores.

Modelo de control de gran escala y selectivo para el circuito de crédito y cobranzas: la Compañía cuenta con controles de gran escala para todas las fases del proceso de crédito y cobranza, desde sus procesos centralizados hasta sus procesos en el punto de venta y cobranzas.

Modelos de provisión para cubrir el riesgo de portafolio conforme con los estándares de Basilea II: la Compañía tiene distintos modelos de provisiones para conformarse con las normas de cada país así como con los estándares de Basilea II, para dar cuenta de la manera más adecuada posible del riesgo del portafolio de titulares de tarjetas. También se incluyen variables externas que afectan el comportamiento de pago en los modelos estadísticos para estimar las provisiones. La Compañía está avanzando en cada país en implementar provisiones anti-cíclicas basadas en las mejores

prácticas de la industria, empezando por Chile y el Perú y en el 2012, la Argentina. La Compañía también utiliza el back testing para monitorear periódicamente la suficiencia de las provisiones que establece.

Finalmente, la Compañía tiene una estrategia de gobierno corporativo que incluye, entre otros, Comités de Riesgo locales para cada país y un Comité de Riesgo Corporativo en el que participan directores y altos ejecutivos. Estos comités tienen los siguientes objetivos, entre otros:

- Monitorear los indicadores de principales riesgos del negocio.
- Monitorear el correcto funcionamiento de las políticas y los procesos de crédito y de cobranzas.
- Autorizar el ingreso a nuevos mercados y/o nuevos productos que afectan el riesgo.
- Autorizar modelos de provisiones y monitorear su suficiencia.

4.0 ANTECEDENTES FINANCIEROS

4.1 Estados Financieros.

Los Estados Financieros presentados a continuación corresponden al Estado Intermedio de Situación Financiera Clasificado Consolidado y la nota 34 "Activos y Pasivos Mantenidos para la Venta" de los Estados Financieros publicados al 31 de Marzo de 2015.

4.1.1 Balance

ACTIVOS CORRIENTES	mar-15	O.D. ¹	Incluye O.D.	dic-14	O.D.	Incluye O.D.
Efectivo y equivalentes al efectivo	170.861.183	4.014.610	174.875.793	218.871.793	755.493	219.627.286
Otros activos financieros corrientes	47.098.738	14.791.826	61.890.564	47.778.995	3.427.594	51.206.589
Otros activos no financieros corrientes	21.007.620	139.171	21.146.791	10.646.492	88.360	10.734.852
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	703.442.932	414.559.552	1.118.002.484	781.576.754	445.652.518	1.227.229.272
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	501.564		501.564	1.371.016		1.371.016
Inventarios corrientes	1.083.794.857		1.083.794.857	1.094.609.583		1.094.609.583
Activos por impuestos corrientes, corrientes	71.727.695	538.899	72.266.594	54.196.417	356.247	54.552.664
Total activos corrientes distintos de activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta	2.098.434.589	434.044.058	2.532.478.647	2.209.051.050	50.280.212	2.659.331.262
Activos corrientes totales	2.098.434.589	434.044.058	2.532.478.647	2.209.051.050	50.280.212	2.659.331.262
ACTIVOS NO CORRIENTES	mar-15	O.D.	Incluye O.D.	dic-14	O.D.	Incluye O.D.
Otros activos financieros no corrientes	339.137.785		339.137.785	302.479.598		302.479.598
Otros activos no financieros no corrientes	33.119.321		33.119.321	33.873.417		33.873.417
Cuentas por cobrar no corrientes	32.218.097	122.054.968	154.273.065	34.777.355	120.815.446	155.592.801
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	53.488.940		53.488.940	52.247.914		52.247.914
Activos intangibles distintos de la plusvalía	390.142.845	207.787.988	597.930.833	400.542.180	207.571.741	608.113.921
Plusvalía	1.576.793.168		1.576.793.168	1.682.348.563		1.682.348.563

¹ "O.D." significa "Operaciones Discontinuas". El término hace referencia a las operaciones que Cencosud mantiene como clasificadas para la venta. En junio de 2014, Cencosud firmó contratos definitivos con Scotiabank para desarrollar el negocio de servicios financieros en Chile. En relación a la transacción y para cumplir con la normativa IFRS, desde junio de 2014 Cencosud reporta sus resultados de operaciones descontinuas en una sola línea llamada "Ganancia (pérdida) proveniente de operaciones descontinuas", la cual contiene el resultado del negocio financiero en Chile. Además, en el Balance General se separan los activos y pasivos mantenidos para la venta.

Propiedades, planta y equipo	2 903 024 749	2 085 975	2 905 110 724	3 009 728 456	1 816 591	3 011 545 047
Propiedad de inversion	1 678 769 142		1 678 769 142	1 663 592 396		1 663 592 396
Activos por impuestos corrientes, no corrientes	43 214 022	484 661	43 698 683	43 047 543	484 662	43 532 205
Activos por impuestos diferidos	484 384 912	12 911 090	497 296 002	491 398 181	12 447 924	503 846 105
Total de activos no corrientes	7 534 292 981	345 324 682	7 879 617 663	7 714 035 603	343 136 364	8 057 171 967
TOTAL ACTIVOS	9 632 727 570	779 368 740	10 412 096 310	9 923 086 653	793 416 576	10 716 503 229
PASIVOS CORRIENTES	mar-15	O.D.	Incluye O.D.	dic-14	O.D.	Incluye O.D.
Otros pasivos financieros corrientes	280 171 253	135 967 062	416 138 315	714 159 288	134 403 119	848 562 407
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1 798 379 800	37 906 263	1 836 286 063	1 983 086 109	28 054 214	2 011 140 323
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	830 059		830 059	3 302 006		3 302 006
Otras provisiones a corto plazo	17 297 351	2 161 309	19 458 660	15 197 558	2 139 131	17 336 689
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	63 200 303	2 658 643	65 858 946	60 615 912	357 563	60 973 475
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	82 366 299	1 452 678	83 818 977	102 513 612	2 232 715	104 746 327
Otros pasivos no financieros corrientes	46 183 978		46 183 978	43 104 370		43 104 370
Total pasivos incluidos en grupos de valores clasificados como mantenidos para la venta	2 288 429 043	180 145 955	2 468 574 998	2 921 978 855	167 186 742	3 089 165 597
Total pasivos corrientes	2 288 429 043	180 145 955	2 468 574 998	2 921 978 855	167 186 742	3 089 165 597
PASIVOS NO CORRIENTES	mar-15	O.D.	Incluye O.D.	dic-14	O.D.	Incluye O.D.
Otros pasivos financieros no corrientes	2 891 243 955	31 335 770	2 922 579 725	2 402 716 245	49 183 735	2 451 899 980
Cuentas por pagar no corrientes	40 810 917		40 810 917	34 449 920		34 449 920
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes			-			-
Otras provisiones a largo plazo	104 770 177		104 770 177	104 765 779		104 765 779
Pasivo por impuestos diferidos	669 839 848	576 052	670 415 900	674 881 877	420 955	675 302 832
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados			-			-
Pasivos por impuestos corrientes, no corrientes	17 897 246		17 897 246			-
Otros pasivos no financieros no corrientes	64 676 085		64 676 085	69 433 310		69 433 310
Total pasivos no corrientes	3 789 238 228	31 911 822	3 821 150 050	3 286 247 131	49 604 690	3 335 851 821
TOTAL PASIVOS	6 077 667 271	212 057 777	6 289 725 048	6 208 225 986	216 791 432	6 425 017 418
PATRIMONIO	mar-15	O.D.	Incluye O.D.	dic-14	O.D.	Incluye O.D.
Capital emitido	2 321 380 936		2 321 380 936	2 321 380 936		2 321 380 936
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2 183 081 931		2 183 081 931	2 166 548 572		2 166 548 572
Prima de emisión	526 633 344		526 633 344	526 633 344		526 633 344
Otras reservas	(908 258 551)		(908 258 551)	(722 245 257)		(722 245 257)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	4 122 837 657		4 122 837 657	4 292 317 595		4 292 317 595
Participaciones no controladoras	(466 395)		(466 395)	(831 784)		(831 784)
PATRIMONIO TOTAL	4 122 371 262		4 122 371 262	4 291 485 811		4 291 485 811
TOTAL DE PATRIMONIO Y PASIVOS	10 200 038 533	212 057 777	10 412 096 310	10 499 711 797	216 791 432	10 716 503 229

4.1.2 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS		01/01/2015 al 31/03/2015 MIS	01/01/2014 al 31/03/2014 MIS
Ingresos de actividades ordinarias		2 652 647 107	2 490 160 651
Costo de Ventas		(1 911 697 298)	(1 821 666 218)
Ganancia bruta		740 949 809	668 494 433
Otros ingresos		16 302 292	9 193 765
Costos de distribución		(6 623 710)	(5 957 015)
Gastos de administración		(585 745 806)	(513 216 550)
Otros gastos, por función		(37 817 114)	(38 644 921)

Otras ganancias (pérdidas)	(9.554.285)	(7.232.958)
Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales	117.511.186	112.636.754
Ingresos financieros	3.490.506	1.537.455
Costos financieros	(56.783.372)	(54.591.310)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	1.745.343	1.310.189
Diferencias de cambio	(11.589.847)	(5.104.138)
Resultados por Unidades de Reajuste	(911.064)	(10.325.234)
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	53.462.752	45.463.716
Gasto por impuestos a las ganancias	(33.357.900)	(14.210.288)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas	20.104.852	31.253.428
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas	2.326.707	5.258.677
Ganancia (Pérdida)	22.431.559	36.512.105
Ganancia (pérdida), atribuible a		
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	22.059.666	35.792.750
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	371.893	719.355
Ganancia (Pérdida)	22.431.559	36.512.105
Ganancias por acción expresada en pesos chilenos		
Ganancia por acción básica		
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	7,0	11,4
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones discontinuadas	0,8	2,0
Ganancia (pérdida) por acción básica	7,8	13,4
Ganancias por acción diluidas		
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedente de operaciones continuadas	7,0	11,4
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedentes de operaciones discontinuadas	0,8	2,0
Ganancias (pérdida) diluida por acción	7,8	13,4
ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL	01/01/2015 al	01/01/2014 al
	31/03/2015	31/03/2014
	MS	MS
Ganancia (Pérdida)	22.431.559	36.512.105
Otro resultado integral		
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos		
Otro resultado integral, antes de impuestos, ganancias (pérdidas) por nuevas mediciones de planes de beneficios definidos	-	59.504
Total otro resultado integral que no se reclasificará al resultado de período, antes de impuestos	-	59.504
Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos		
Diferencias de cambio por conversión		
Ganancias (pérdidas) por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	(186.976.397)	76.782.425
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencias de cambio por conversión	(186.976.397)	76.782.425
Coberturas del flujo de efectivo		
Ganancias (pérdidas) por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	209.130	(13.783.728)
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	209.130	(13.783.728)
Total otro resultado integral que se reclasificará al resultado de período, antes de impuestos	(186.767.267)	62.998.697
Otros componentes de otro resultado integral, antes de impuestos	(186.767.267)	63.058.201
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del período		
Impuesto a las ganancias relacionado con planes de beneficios definidos de otro resultado integral	-	(20.231)
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del período	-	(20.231)
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del período		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(58.599)	2.756.746
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del período	(58.599)	2.756.746
Otro resultado integral	(186.825.866)	65.794.716
Resultado integral total	(164.394.307)	102.306.821
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	(164.759.696)	101.492.667
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	365.389	814.154

Resultado integral total:

(164.394.307) 102.306.821

ESTADO DE RESULTADOS	01/01/2014 al	01/01/2013 al	01/10/2014 al	01/10/2013 al
	31/12/2014	31/12/2013	31/12/2014	31/12/2013
	MIS	MIS	MIS	MIS
Ingresos de actividades ordinarias	10.711.029.246	10.134.158.210	3.014.832.690	2.817.242.915
Costo de Ventas	(7.814.773.235)	(7.324.251.612)	(2.177.047.331)	(2.005.822.799)
Ganancia bruta	2.896.256.011	2.809.906.598	837.785.359	811.420.116
Otros ingresos	114.437.716	108.291.245	78.038.230	64.089.335
Costos de distribución	(26.653.898)	(23.931.088)	(7.946.406)	(6.652.012)
Gastos de administración	(2.286.704.942)	(2.181.508.368)	(622.398.595)	(580.418.305)
Otros gastos, por función	(182.076.769)	(172.142.053)	(56.266.834)	(54.399.434)
Otras ganancias (pérdidas)	34.624.481	26.365.872	10.454.326	16.079.016
Ganancias (pérdidas) de actividades operacionales	549.882.599	566.982.206	239.666.080	250.118.716
Ingresos financieros	6.709.144	5.710.051	1.421.082	1.419.750
Costos financieros	(222.164.751)	(223.566.627)	(63.316.047)	(57.440.911)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilizan utilizando el método de la participación	8.893.120	10.289.439	5.730.420	6.309.910
Diferencias de cambio	(23.642.912)	(25.053.921)	(2.889.170)	(4.125.585)
Resultados por Unidades de Reanoste	(39.875.950)	(18.885.129)	(13.207.018)	(8.593.288)
Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto	280.101.250	315.476.019	167.405.347	187.688.592
Gasto por impuestos a las ganancias	(100.486.082)	(94.668.463)	(66.908.450)	(28.592.086)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas	179.615.168	221.407.556	100.496.897	159.096.506
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas	11.408.910	8.357.240	778.424	(1.642.519)
Ganancia (Pérdida)	191.024.078	229.764.796	101.275.321	157.453.987

Ganancia (pérdida), atribuible a

Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	191.885.931	229.930.349	102.352.761	158.086.594
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras	(861.853)	(165.553)	(1.077.440)	(632.607)
Ganancia (Pérdida)	191.024.078	229.764.796	101.275.321	157.453.987

Ganancias por acción expresada en pesos chilenos

Ganancia por acción básica				
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	63,8	83,0	35,9	59,8
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones discontinuadas	4,0	3,1	0,3	(0,6)
Ganancia (pérdida) por acción básica	67,8	86,1	36,2	59,2
Ganancias por acción diluida				
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedente de operaciones continuadas	63,8	83,0	35,9	59,8
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedentes de operaciones discontinuadas	4,0	3,1	0,	(0,6)
Ganancias (pérdida) diluida por acción	67,8	86,1	36,2	59,2

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL	01/01/2014 al	01/01/2013 al	01/10/2014 al	01/10/2013 al
	31/12/2014	31/12/2013	31/12/2014	31/12/2013
	MIS	MIS	MIS	MIS
Ganancia (Pérdida)	191.024.078	229.764.796	101.275.321	157.453.987
Otro resultado integral				
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos				
Otro resultado integral, antes de impuestos, ganancias (pérdidas) por nuevas mediciones de planes de beneficios de fondo	(43.191)	1.402.720	(489.108)	1.374.378
Total otro resultado integral que no se reclasificará al resultado de período, antes de impuestos	(431.191)	1.402.720	(489.108)	1.374.378
Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos				
Diferencias de cambio por conversión				
Ganancias (pérdidas) por diferencias de cambio de inversión antes de impuestos	(81.363.229)	(153.344.258)	(306.010.937)	6.043.460
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencias de cambio por conversión	(81.363.229)	(153.344.258)	(306.010.937)	6.043.460
Coberturas del flujo de efectivo				
Ganancias (pérdidas) por cobertura de flujos de efectivo, antes de impuestos	(7.791.437)	(3.486.853)	1.703.433	6.803.843
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	(7.791.437)	(3.486.853)	1.703.433	6.803.843

Total otro resultado integral que se reclasificará al resultado de período; antes de impuestos	(89.154.666)	(156.831.111)	(304.307.504)	12.847.303
Otros componentes de otro resultado integral, antes de impuestos	(89.585.857)	(155.428.391)	(304.796.612)	14.221.681
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del período				
Impuesto a las ganancias relacionado con planes de beneficios definidos de otro resultado integral	146.605	(476.924)	166.297	(467.288)
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del período	146.605	(476.924)	166.297	(467.288)
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del período				
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	467.671	697.371	(529.799)	(1.360.768)
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del período	467.671	697.371	(529.799)	(1.360.768)
Otro resultado integral	(88.971.581)	(155.207.944)	(305.160.114)	12.393.625
Resultado integral total	102.052.497	74.556.852	(203.884.803)	169.847.612
Resultado integral atribuible a				
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	103.047.016	74.724.800	(202.653.272)	170.573.964
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(994.519)	(167.948)	(1.231.531)	(726.352)
Resultado integral total	102.052.497	74.556.852	(203.884.803)	169.847.612

4.1.3 Estado de Flujos de Efectivo

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO	31/12/2014 M\$	31/12/2013 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	12.494.148.894	11.505.243.173
Cobros procedentes de regalías, cuotas, comisiones y otros ingresos de actividades ordinarias	16.608.435	6.377.662
Otros cobros por actividades de operación	12.356.355	9.224.623
Clases de pagos en efectivo procedentes de actividades de operación		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(10.210.372.358)	(9.193.248.169)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.367.742.879)	(1.281.637.416)
Otros pagos por actividades de operación	(183.963.826)	(385.954.518)
Flujos de efectivo procedentes (utilizados en) operaciones	461.034.621	360.005.355
Intereses pagados	(2.582.002)	(1.399.519)
Intereses recibidos	1.678.603	2.255.639
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	(87.128.966)	(66.078.734)
Otras entradas (salidas) de efectivo	16.481.015	69.999.302
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación	389.483.271	364.782.043
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	7.515.592	1.082.763
Compras de propiedades, planta y equipo	(227.422.961)	(317.709.777)
Compras de activos intangibles	(22.594.236)	(25.053.442)
Dividendos recibidos	6.892.639	2.469.136
Intereses recibidos	630.971	2.473.841
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.581.728	16.230.009
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(233.396.267)	(320.507.470)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	818.871.267
Importes procedentes de préstamos	8.596.289.973	4.641.469.793
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	725.079.729	-
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	7.871.210.244	4.641.469.793
Reembolsos de préstamos	(8.383.816.787)	(5.318.203.095)
Dividendos pagados	(55.893.005)	(79.736.684)
Intereses pagados	(188.378.177)	(178.317.891)

Otras entradas (salidas) de efectivo	(80.580.490)	8.887.214
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(112.378.486)	(107.029.376)
Incremento (disminución) en efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	43.708.518	(62.754.803)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	3.451.650	(3.254.377)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	47.160.168	(66.009.180)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	171.711.625	237.720.805
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	218.871.793	171.711.625

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO	31/03/2015	31/03/2014
	MIS	MIS
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	3.275.887.032	3.006.216.518
Cobros procedentes de regalías, cuotas, comisiones y otros ingresos de actividades ordinarias	519.902	304.957
Otros cobros por actividades de operación	2.127.803	3.911.919
Clases de pagos en efectivo procedentes de actividades de operación		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(2.607.169.916)	(2.580.608.072)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(359.447.090)	(318.191.066)
Otros pagos por actividades de operación	(161.135.678)	(125.950.288)
Flujos de efectivo procedentes (utilizados en) operaciones	150.482.053	(14.286.032)
Intereses pagados	(1.838.561)	(899.665)
Intereses recibidos	102.542	832.432
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados)	(20.843.407)	(12.335.237)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(98.454.034)	(49.215.013)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación	29.448.593	(75.933.515)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	596.546	56.689
Compras de propiedades, planta y equipo	(44.357.712)	(51.270.787)
Compras de activos intangibles	(5.678.523)	(3.505.980)
Dividendos recibidos	-	-
Intereses recibidos	216.522	261.690
Otras entradas (salidas) de efectivo	(11.504.915)	36.474.712
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(60.728.082)	(17.983.676)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de préstamos	1.360.576.458	1.480.352.631
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	628.220.307	297.307.297
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	732.356.151	1.183.045.334
Reembolsos de préstamos	(1.341.555.540)	(1.293.088.169)
Dividendos pagados	-	-
Intereses pagados	(61.515.314)	(66.719.875)
Otras entradas (salidas) de efectivo	30.196.981	(14.701.907)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	(12.297.415)	105.812.680
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(43.576.904)	11.895.489
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(4.433.706)	(2.561.255)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(48.010.610)	9.334.234
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo	218.871.793	171.711.625
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	170.861.183	181.045.859

4.2 Razones Financieras.

Históricamente las principales fuentes de financiación de la compañía han sido los mercados de capitales tanto a nivel nacional como internacional incurriendo tanto a los de deuda como de capital y préstamos bancarios. Al 31 de marzo 2015, los pasivos financieros (sin considerar obligaciones de las actividades bancarias de Cencosud) alcanzaron CLP 3.170.553 millones, un incremento del 1,9% respecto al 31 de diciembre de 2014.

Al 31 de marzo, 2015, la deuda financiera neta, (sin considerar las actividades de banca de Cencosud) fue de CLP 2.649.089 millones, aumentando 2,4% desde CLP 2.587.834 millones al 31 de diciembre de 2014.

(veces)	Mar-15	Dic-14	Dic-13
Deuda Financiera Neta / Ebitda Ajustado	3.6	3.5	3.4
Ratio Gasto Financiero	3.1	3.1	3.0
Deuda Financiera / Patrimonio	0.7	0.6	0.6
Deuda / Patrimonio	1.5	1.5	1.3
Activos Corrientes/ Pasivos Corrientes	1.0	0.8	0.8

Estos indicadores financieros no necesariamente representan compromisos financieros asociados a los contratos de deuda y bonos, y estos se muestran con fines meramente informativos. Las relaciones que se muestran más arriba no incluyen los activos y pasivos de las actividades de banca de Cencosud: Por lo tanto, los activos y pasivos de las actividades bancarias no se consideran en los convenios financieros de la Compañía.

Deuda Financiera Neta al 31 de Diciembre de 2014

	Operaciones Continuas ⁵	Operaciones Discontinuas ⁶	Consolidado
Otros pasivos financieros, corriente	714.159.288	134.403.119	848.562.407
Otros pasivos financieros, corriente (Banco Paris, Chile)	(134.403.164)	-	(134.403.164)
Otros pasivos financieros, corriente (Banco Cencosud, Perú)	(6.387.130)	-	(6.387.130)
Otros pasivos financieros, corriente (Neto de Act. Bancarias)	573.368.994	134.403.119	707.772.113
Otros pasivos financieros, no corriente	2.402.716.245	49.183.735	2.451.899.980
Otros pasivos financieros, no corriente (Banco Paris, Chile)	(49.183.735)	-	(49.183.735)
Otros pasivos financieros, no corriente (Banco Cencosud, Perú)	-	-	-
Otros pasivos financieros, no corriente (Neto de Act. Bancarias)	2.353.532.510	49.183.735	2.402.716.245
Obligaciones netas de actividades bancarias	2.926.901.504	183.586.854	3.110.488.358
Efectivo y Equivalentes al efectivo	218.871.793	755.493	219.627.286
Efectivo y Equivalentes al efectivo (Banco Paris, Chile)	(16.005.243)	-	(16.005.243)
Efectivo y Equivalentes al efectivo (Banco Cencosud, Perú)	(24.663.636)	-	(24.663.636)
Efectivo y Equivalentes al efectivo neto de actividades bancarias	178.202.914	755.493	178.958.407
Otros activos financieros, corriente	47.778.995	3.427.594	51.206.589
Otros activos financieros, corriente (Banco Paris)	(9.990.759)	-	(9.990.759)
Otros activos financieros, corriente (Banco Cencosud)	-	-	-
Otros activos financieros, corriente	37.788.236	3.427.594	41.215.830
Otros activos financieros, no corriente	302.479.598	-	302.479.598
Otros activos financieros, no corriente (Banco Paris)	-	-	-
Otros activos financieros, no corriente (Banco Cencosud)	-	-	-
Otros activos financieros, no corriente	302.479.598	-	302.479.598
Deuda Financiera Neta	2.408.430.756	179.403.767	2.587.834.523

Deuda Financiera Neta al 31 de Marzo 2015

⁵ Operaciones continuas hace referencia a las operaciones de Cencosud consolidando todos sus formatos y países.

⁶ Operaciones discontinuadas hace referencia a las operaciones que Cencosud mantiene como clasificadas para la venta. En Junio 2014, Cencosud firmó contratos definitivos con Scotiabank para desarrollar el negocio de servicios financieros en Chile. En relación a la transacción y para cumplir con la normativa IFRS, desde junio 2014 Cencosud reporta sus resultados de operaciones discontinuadas en una sola línea llamada "Ganancia (pérdida) proveniente de operaciones discontinuadas" la cual contiene el resultado del negocio financiero en Chile. Además en el Balance General se separan los activos y pasivos mantenidos para la venta.

Español	Operaciones Continuas	Operaciones Discontinuadas	Consolidado
Otros pasivos financieros, corriente	280.171.253	135.967.062	416.138.315
Otros pasivos financieros, corriente (Banco Paris, Chile)	-135.567.108		(135.567.108)
Otros pasivos financieros, corriente (Banco Cencosud, Perú)	-1.262.106		(1.262.106)
Otros pasivos financieros, corriente (Neto de Act. Bancarias)	143.342.039	135.967.062	279.309.101
Otros pasivos financieros, no corriente	2.891.243.955	31.335.770	2.922.579.725
Otros pasivos financieros, no corriente (Banco Paris, Chile)	-31.335.770		(31.335.770)
Otros pasivos financieros, no corriente (Banco Cencosud, Perú)	-		-
Otros pasivos financieros, no corriente (Neto de Act. Bancarias)	2.859.908.185	31.335.770	2.891.243.955
Obligaciones netas de actividades bancarias	3.003.250.224	167.302.832	3.170.553.056
Efectivo y Equivalentes al efectivo	170.861.183	4.014.610	174.875.793
Efectivo y Equivalentes al efectivo (Banco Paris, Chile)	-11.942.594		(11.942.594)
Efectivo y Equivalentes al efectivo (Banco Cencosud, Perú)	-27.535.371		(27.535.371)
Efectivo y Equivalentes al efectivo neto de actividades bancarias	131.383.218	4.014.610	135.397.828
Otros activos financieros, corriente	47.098.738	14.791.826	61.890.564
Otros activos financieros, corriente (Banco Paris)	-14.961.814		(14.961.814)
Otros activos financieros, corriente (Banco Cencosud)	-		-
	32.136.924	14.791.826	46.928.750
Otros activos financieros, no corriente	339.137.785	-	339.137.785
Otros activos financieros, no corriente (Banco Paris)	-		-
Otros activos financieros, no corriente (Banco Cencosud)	-		-
	339.137.785	-	339.137.785
Deuda Financiera Neta	2.500.592.297	148.496.396	2.649.088.693

4.3 Créditos preferentes.

El Emisor no tiene deudas privilegiadas ni preferentes, sin perjuicio de aquellas obligaciones que eventualmente puedan quedar afectadas a los privilegios o preferencias establecidos en el Título XLI del Código Civil o leyes especiales.

4.4 Restricción al emisor en relación a otros acreedores.

- a) De acuerdo a lo establecido en el contrato de emisión de bonos de Cencosud S.A., de fecha 5 de Julio de 2001, inscrita en el Registro de Valores de la SVS con fecha 5 de septiembre de 2001 bajo el N° 268 y en cuya virtud se procedió a emitir dos Series denominadas "Serie A" y "Serie B", de las cuales sólo se encuentra vigente la Serie B en sus tramos denominados "B1" y "B2", el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones y restricciones:

Mantener, durante la vigencia de dicho contrato, activos libres de Gravámenes Restringidos (según se define en el contrato) que sean equivalentes, a lo menos, a 1,2 veces el monto insoluto del capital adeudado por concepto de los bonos. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 205,10 veces.

No vender, ceder o transferir activos esenciales que representen más del 30% de sus activos totales y que pongan en peligro la continuidad de su giro, salvo que la venta, cesión o transferencia sea a una filial y en la medida que ésta se obligue solidariamente al pago de los bonos.

Mantener una Razón de Endeudamiento (según se define en el contrato) no superior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces.

Mantener en todo momento durante la vigencia de la señalada emisión de bonos un patrimonio mínimo de UF 11.500.000. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164.32 millones de UF.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- b) De acuerdo a lo establecido en el contrato de emisión de bonos de Cencosud S.A. de fecha 5 de octubre de 2005, inscrita en el Registro de Valores de la SVS con fecha 21 de noviembre de 2005 bajo el N° 443, modificado por escritura de 10 de noviembre de 2005 y en cuya virtud se emitieron tres series, denominadas "Serie A", "Serie C" y "Serie D", todas las cuales fueron rescatadas anticipadamente y en forma total con fecha 19 de noviembre de 2014, el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones y restricciones:

Mantener las siguientes razones financieras sobre los estados financieros trimestrales, presentados en la forma y plazo estipulados en la circular número 1.879 del 25 de abril de 2008 y 1.924 de 24 de abril de 2009, de la SVS y sus modificaciones o la norma que las reemplace: i/ un nivel de endeudamiento medido sobre los estados financieros en que la relación pasivo exigible, menos el efectivo y equivalentes al efectivo, menos otros activos financieros corrientes, sobre el patrimonio total no supere el nivel de 1,20 veces. Asimismo, se sumará al pasivo exigible, las obligaciones que asuma el Emisor en su calidad de aval, fiador simple y/o solidario y aquellas en que responda en forma directa o indirecta de las obligaciones de terceros; ii/ de conformidad a los estados financieros, mantener activos totales libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen por un monto, al menos igual a 1,20 veces el pasivo exigible no garantizado del Emisor; y iii/ mantener un patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora mínimo de UF 22.000.000.

No otorgar avales ni fianzas ni constituirse como codeudor solidario en favor de terceros, excepto a filiales del Emisor.

Mantener en los estados financieros trimestrales ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente al menos a 2/3 de la cuenta ingresos de actividades ordinarias del Emisor.

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de "Cencosud Supermercados S.A." y de "Cencosud Administradora de Tarjetas S.A."

Se deja constancia que no existen colocaciones de bonos vigentes con cargo a esta Línea, y que Cencosud no contempla efectuar nuevas colocaciones con cargo a la misma sin antes modificar el Contrato de Emisión de Bonos por Línea respectivo con el objeto de ajustar las obligaciones y restricciones referidas en la sección 5.13 de este Prospecto.

- e) De acuerdo a lo establecido en el contrato de emisión de bonos de Cencosud S.A., de fecha 13 de Marzo de 2008, inscrita en el Registro de Valores de la SVS con fecha 16 de abril de 2008 bajo el N° 530 y en cuya virtud se han procedido a emitir dos series denominadas "Serie E" y "Serie F", el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones y restricciones:

Mantener las siguientes relaciones financieras sobre los estados financieros trimestrales: (i) Un nivel de endeudamiento que, medido sobre los estados financieros en que la relación otros pasivos financieros corrientes y otros pasivos financieros no corrientes, menos efectivo y equivalentes al efectivo, menos otros activos financieros corrientes de los estados financieros del Emisor, sobre el patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora, no supere de 1,20 veces. Asimismo, se sumarán al pasivo exigible las obligaciones que asuma el Emisor en su calidad de aval, fiador simple y/o solidario y aquellas en que responda en forma directa o indirecta de las obligaciones de terceros. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,74 veces; y (ii) De conformidad a los estados financieros, mantener activos totales, libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen por un monto, al menos igual a una coma veinte veces el pasivo exigible del Emisor. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

No otorgar avales ni fianzas ni constituirse como codeudor solidario en favor de terceros, excepto a filiales del Emisor.

Mantener en los estados financieros trimestrales ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente al menos 67% de la cuenta de ingresos de actividades ordinarias del Emisor.

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener en los estados financieros Trimestrales la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de "Cencosud Supermercados S.A." y de al menos un 45% de "Cencosud Administradora de Tarjetas S.A."

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- d) De acuerdo a lo establecido en el Contrato Marco de Emisión del Programa de Oferta Privada de Bonos Corporativos Cencosud S.A., de fecha 24 de Abril de 2008, en adelante "**el Programa**", suscrito en la ciudad de Lima, República del Perú y en cuya virtud se procedido a efectuar dos emisiones de una misma serie denominada "Serie A", el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones y restricciones:

Mantener un nivel de endeudamiento, medido sobre los estados financieros consolidados, o individuales en caso que el Emisor no consolide, en que la relación pasivo financiero consolidado, o individual en caso que el Emisor no consolide, menos disponible, menos los depósitos a plazo, menos los valores negociables, menos pacto de retroventa y contratos forwards de la cuenta otros activos circulantes, de los estados financieros consolidados del Emisor o individuales en caso que el Emisor no consolide, sobre total patrimonio, no supere el nivel de 1,20 veces. Asimismo, se sumarán al pasivo financiero consolidado, o individual en caso que el Emisor no consolide, las obligaciones que asuma el Emisor en su calidad de aval, fiador simple y/o solidario y aquellas en que responda en forma directa o indirecta de las obligaciones de terceros. No obstante lo anterior, no se considerarán para los efectos del cálculo del nivel de endeudamiento referido, los montos de pasivos del Banco Paris. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,74 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- e) De acuerdo a lo establecido en el contrato de emisión de bonos de Cencosud S.A., de fecha 5 de Septiembre de 2008, modificada el 2 de octubre del año 2008, inscrita en el Registro de Valores de la SVS con fecha 14 de octubre de 2008 bajo el N° 551 y en cuya virtud se han procedido a emitir las series denominadas "Serie J", "Serie L", "Serie N" y "Serie O", el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones y restricciones:

Mantener las siguientes relaciones financieras, sobre los estados financieros trimestrales:

/i/ Un nivel de endeudamiento que, medido sobre los estados financieros en que la relación otros pasivos financieros corrientes y otros pasivos financieros no corrientes, menos efectivo y equivalentes al efectivo, menos otros activos financieros corrientes de los estados financieros del Emisor, sobre el patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora, no supere de 1.20 veces. Asimismo, se sumarán al pasivo exigible las obligaciones que asuma el Emisor en su calidad de aval, fiador simple y/o solidario y aquellas en que responda en forma directa o indirecta de las obligaciones de terceros. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,74 veces; y

/ii/ De conformidad a los estados financieros, mantener activos totales, libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen por un monto, al menos igual a 1.20 veces el pasivo exigible del Emisor. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1.67 veces.

No otorgar avales ni fianzas ni constituirse como codeudor solidario en favor de terceros, excepto a filiales del Emisor.

Mantener en los estados financieros trimestrales ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente al menos 67% de la cuenta de ingresos de actividades ordinarias del Emisor.

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener en los estados financieros trimestrales la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de "Cencosud Supermercados S.A." y de al menos un 45% de "Cencosud Administradora de Tarjetas S.A."

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- f) Producto del préstamo otorgado por International Finance Corporation a la filial Cencosud S.A. (Argentina) el 24 de septiembre de 2008, se incluyen las siguientes restricciones:

Mantener la participación accionaria en la filial Cencosud S.A., Cencosud Shopping Centers S.A. (Chile) y en Cencosud Retail S.A. (Chile);

Mantener la participación accionaria en Blaisten S.A. y Unicenter S.A.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- g) De acuerdo a lo establecido en contrato de consolidación de deuda de fecha 30 de junio de 2010 y la reprogramación de dicha deuda suscrita con fecha 13 de marzo de 2014, ambas celebradas entre Cencosud Retail S.A. como deudor y Banco del Estado de Chile, como acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener en sus estados financieros trimestrales consolidados ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos un nivel equivalente al menos al 67% de sus ingresos de explotación consolidados

Mantener en todo momento una relación entre la Deuda Financiera Neta (según se define en el contrato) y sus Fondos Propios (según se define en el contrato) no superior a 1.2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0.65 veces.

Mantener un patrimonio mínimo equivalente a UF28.000.000. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164.34 millones de UF.

Mantener activos libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen por un monto al menos equivalente a una 1,20 su pasivo exigible consolidado no garantizado. Esta obligación se medirá trimestralmente, en base a los estados financieros de Cencosud S.A. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1.67 veces.

No constituir a favor de otros acreedores garantías personales para caucionar obligaciones de terceros ajenos al grupo formado por Cencosud S.A. y sus filiales sin autorización previa del Banco.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- h) De acuerdo a lo establecido en contrato de línea de crédito de fecha 12 de octubre de 2010, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Banco de Chile como acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener la propiedad de las siguientes marcas: /i/ "Jumbo" y /ii/ "París"

Poseer, directa o indirectamente, acciones que representen al menos un 51% del capital de las sociedades Cencosud Retail S.A. y Cencosud Shopping Centers S.A.

Mantener un ratio de pasivos financieros netos a patrimonio inferior a 1,2 veces. Para estos efectos, se entenderá por pasivos financieros netos el total del pasivo exigible financiero de Cencosud S.A. consolidado, menos la suma de las partidas de disponible, depósitos a plazo, valores negociables y pactos de retroventa y contratos forwards contabilizados en la partida otros Activos. Se incluirán también en la deuda financiera neta las obligaciones que asuma la empresa como avalista, fiadora simple o solidaria y todas aquellas en las que responda en forma directa o indirecta por obligaciones de terceros no relacionados. En ningún caso se considerarán como deuda financiera neta los pasivos adeudados por Banco París. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0.65 veces.

Mantener un patrimonio mínimo de UF 28.000.000. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164.34 millones de UF.

Mantener activos libres de prenda o gravamen por al menos un 120% del valor de los pasivos exigibles no garantizados. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- i) De acuerdo a lo establecido en el "Indenture", de fecha 20 de enero de 2011, suscrito bajo la ley de Nueva York, Estados Unidos, en cuya virtud se procedió a efectuar colocaciones de bonos en el mercado de Estados Unidos bajo la forma 144/A, el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones o restricciones financieras:

Prohibición de otorgar gravámenes.

Prohibición de celebrar contratos de leaseback.

Prohibición de fusionarse o vender todo o parte sustancial de sus activos.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- j) De acuerdo a lo establecido en contrato de mutuo de dinero de fecha 7 de septiembre de 2011, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Chile como acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de Cencosud Retail S.A. y de Cencosud Shopping Centers S.A.

Mantener un ratio de pasivos financieros netos a patrimonio inferior a 1.2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,64 veces.

Mantener activos libres de prenda o gravamen por al menos un 120% del valor de los pasivos exigibles. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- k) De acuerdo a lo establecido en contrato de apertura de línea crédito de fecha 4 de octubre de 2011, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y RabobankCuracao N.V., como acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de Cencosud Retail S.A. y Cencosud Shopping Centers S.A.

No constituir garantía o gravamen sobre los activos de Cencosud S.A., salvo cuando se trate de Gravámenes Permitidos según dicho término se define en el contrato.

Mantener los índices financieros que se indican a continuación /i/ Relación Deuda Financiera Neta sobre Patrimonio. El deudor deberá mantener una relación entre Deuda Financiera Neta sobre Patrimonio no superior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces:

/ii/ Patrimonio Mínimo. El deudor deberá mantener un Patrimonio Mínimo igual o superior a UF 28.000.000. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164,34 millones de UF.; y

/iii/ Relación Activos libres de prendas, hipotecas y otros gravámenes sobre pasivo exigible consolidado. El Deudor deberá mantener una relación entre activos libres de prendas, hipotecas y otros gravámenes sobre pasivo exigible consolidado no inferior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- l) De acuerdo a lo establecido en contrato de crédito de fecha 19 de octubre de 2011, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Scotiabank & Trust (Cayman) LTD., como acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

No vender, ceder o transferir ni constituir garantías y no permitir que sus subsidiarias vendan, cedan o transfieran ni constituyan garantías sobre Activos Materiales, según ese concepto se define en el contrato y con las excepciones ahí señaladas.

Mantener los índices financieros que se indican a continuación: /i/ Relación Deuda Financiera Neta sobre Patrimonio. El deudor deberá mantener una relación entre Deuda Financiera Neta sobre Patrimonio no superior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces:

/ii/ Patrimonio Mínimo. El deudor deberá mantener un Patrimonio Mínimo igual o superior a UF 28.000.000, calculado de la manera expresada en el contrato. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164,34 millones de UF.; y

/iii/ Relación Activos libres de prendas, hipotecas y otros gravámenes sobre pasivo exigible consolidado. El deudor deberá mantener una relación entre Activos libres de prendas, hipotecas y otros gravámenes sobre pasivo exigible consolidado no inferior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- m) De acuerdo a lo establecido en el "Indenture", de fecha 6 de diciembre de 2012, suscrito bajo la ley de Nueva York, Estados Unidos, en cuya virtud se procedió a efectuar colocaciones de

bonos en el mercado de Estados Unidos bajo la forma 144/A, el Emisor tiene, entre otras, las siguientes obligaciones o restricciones financieras:

No asumir, ni emitir o permitir que exista ninguna deuda para sí o sus filiales, si esa deuda está garantizada con un gravamen sobre cualquier bien o activo de la Sociedad o de cualquiera filial, a menos que, simultáneamente, las obligaciones derivadas de este contrato estén garantizadas de manera igual y proporcional con cualquiera de esas deudas; salvo las excepciones en materia de constitución de gravámenes, que se acordaron en dicho instrumento.

No celebrar ni permitir que ninguna de sus filiales celebre ninguna operación de venta con retro-arriendo respecto de cualquiera de sus bienes o activos, a menos que (x) la sociedad o esa filial estuviese facultada para emitir o asumir deuda garantizada por un gravamen constituido sobre ese bien o activo; (y) que se aplique, en el caso de una venta o traspaso en efectivo, el producto neto de esta a la amortización anticipada, dentro de 360 días después de la fecha de vigencia de esa operación a (i) la deuda de la sociedad que califique por lo menos "paripassu" o deuda de cualquiera filial, en cada caso, adeudada a una persona distinta de la sociedad o cualquier asociado de la sociedad; o (ii) la adquisición, compra, construcción, desarrollo, ampliación o mejora de cualquier bien o activo de la sociedad o de cualquiera de sus filiales; o (z) la sociedad o esa filial garantice por igual o proporcionalmente las obligaciones de este contrato.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- n) De acuerdo a lo establecido en contrato de novación, reconocimiento de deuda y reestructuración de fecha 21 de marzo de 2014, suscrito entre Cencosud Administradora de Tarjetas S.A; Cencosud S.A. como deudor y Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Chile como Acreedor, Cencosud S.A. deberá cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de Cencosud Retail S.A. y de Cencosud Shopping Centers S.A.

Mantener un ratio de pasivos financieros netos a patrimonio inferior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces.

Mantener activos libres de prenda o gravamen por al menos un 120% del valor de los pasivos exigibles. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- o) De acuerdo a lo establecido en el "Credit Agreement" de fecha 25 de marzo de 2014, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Mizuho Bank Ltd. como acreedor, el Emisor debe cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Limite de deudas y disposición de activos. No enajenar o transferir a terceros y velar para que las Filiales no enajenen o transfieran a terceros, los activos esenciales ("Jumbo" y "Paris").

salvo que la venta o transferencia se realice en el curso ordinario de sus negocios y se efectúe a valor de mercado o fuera del curso ordinario de los negocios, a valor de mercado, en una cantidad que no exceda del 10 % del total de sus activos en un año Fiscal y probando que el producto de dicha venta o transferencia será reinvertido en el negocio del Deudor o de cualquiera de sus filiales, en un plazo no mayor de 90 días.

No otorgar ni permitir a sus filiales otorgar garantías sobre sus bienes, ni constituirse como codeudor solidario en favor de terceros, debiendo en todo caso la proporción de bienes libres de gravámenes ser de al menos 1,20. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Promedio de deuda y patrimonio neto. La compañía no permitirá que la relación deuda y patrimonio neto más interés minoritario al final de cada trimestre fiscal sea mayor de 1,2 a 1,0. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- p) De acuerdo a lo establecido en contrato de crédito de fecha 26 de marzo de 2014, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Rabobank como acreedor, el Emisor debe cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras:

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de Cencosud Retail S.A. y de Cencosud Shopping Centers S.A.

Mantener en los estados financieros consolidados ingresos provenientes de las áreas de negocios de ventas al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente, al menos, de un 67% de los ingresos de explotación consolidados.

Mantener un ratio de pasivos financieros netos a patrimonio inferior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0,65 veces.

Mantener activos libres de prenda o gravamen por al menos un 120% del valor de los pasivos exigibles. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1,67 veces.

Mantener un patrimonio mínimo igual o superior a UF 28.000.000. Al 31 de marzo de 2015, el patrimonio del emisor era equivalente a 164,34 millones de UF.

No constituir gravámenes sobre otros bienes que los definidos como Gravámenes Permitidos.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- q) De acuerdo a lo establecido en contrato de crédito de fecha 28 de marzo de 2014, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y Banco Santander-Chile como acreedor, el Emisor debe cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras y de gestión:

Mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris".

Mantener la propiedad directa o indirecta de al menos un 51% de Cencosud Retail S.A. y de Cencosud Shopping Centers S.A.

Mantener un ratio de pasivos financieros netos a patrimonio inferior a 1,2 veces. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0.65 veces.

Mantener activos libres de prenda o gravamen por al menos un 120% del valor de los pasivos exigibles. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1.67 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

- r) De acuerdo a lo establecido en el "Loan Agreement" de fecha 28 de marzo de 2014, suscrito entre Cencosud S.A. como deudor y SumitomoMitsui Banking Corporation como acreedor, el Emisor debe cumplir con las siguientes obligaciones y restricciones financieras y de gestión:

Límite de deudas y disposición de activos. (a) El deudor no venderá, cederá o de cualquier manera transferirá a cualquier persona cualquiera de sus activos materiales, y no permitirá que cualquiera de sus subsidiarias materiales vendan, cedan o de cualquier manera transfieran a cualquier persona (distinta que el deudor) cualquiera de sus activos materiales, salvo que el deudor o cualquiera de sus subsidiarias materiales vendan, cedan o transfieran de cualquier manera activos materiales (x) en el curso ordinario de su negocio bajo el supuesto que dicha venta, cesión o transferencia de activos sea por al menos el precio justo de mercado de dichos activos y (y) fuera del curso ordinario de su negocio por justo precio en un monto acumulativo que no exceda el 10% del total del activo del Deudor o dicha subsidiaria material, según sea el caso, en cualquier año fiscal, bajo el supuesto que las ganancias de cualesquiera de dichas ventas, cesiones o transferencias deberán ser reinvertidas en el negocio del deudor, o en el caso de una venta, cedidos en otra transferencia de activos esenciales por cualquier otra subsidiaria, en el negocio del deudor o cualquier otra Subsidiaria, en cada caso, dentro de los 90 días siguientes al abono de la misma. Si dichas ganancias no son reinvertidas dentro de dichos 90 días, el deudor deberá prepagar los montos pendientes de pago del préstamo en total o retably en parte, junto con intereses devengados a la fecha de dicho prepago sobre el monto prepago del principal, en un monto igual al producto neto efectivo recibido por el deudor o cualquiera de sus subsidiarias materiales en conexión con cualquiera de dichas ventas, préstamos o transferencia.(b) El deudor no otorgará, incurrirá o padecerá gravámenes en favor de cualquier persona, y no permitirá que sus subsidiarias materiales otorguen, incurran o padezcan gravámenes en favor de cualquier persona (distintos de los gravámenes permitidos o los gravámenes existentes a la fecha) respecto de cualquier activo del deudor si dicho gravamen (sujeto a embargo) tiene un efecto material adverso: bajo el supuesto que en todo momento la proporción del total de los activos del deudor y sus subsidiarias consolidadas (determinada en una base consolidada) sea de al menos 1.20 (incluyendo gravámenes permitidos). Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 1.67 veces.

Razón de deuda y patrimonio neto. El deudor no permitirá que la relación deuda y patrimonio neto más interés minoritario al final de cada trimestre fiscal sea mayor de 1.2 a 1.0. Al 31 de marzo de 2015, el valor de este indicador era de 0.65 veces.

Al 31 de marzo de 2015, Cencosud S.A. ha dado cumplimiento a todas las obligaciones, limitaciones y prohibiciones señaladas en el contrato.

Nota: De acuerdo a la información contenida en los Estados Financieros al 31 de marzo de 2015:

/i/ el Emisor tiene un patrimonio ascendente a UF 164,34 millones;

/ii/ el nivel de endeudamiento de Cencosud S.A. medido sobre el patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora es de 0,74 veces, y medido sobre el Patrimonio es 0,65 veces;

/iii/ el Emisor mantiene activos libres de gravámenes por un monto equivalente a 1,67 veces su Pasivo Exigible;

/iv/ mantiene en los estados financieros trimestrales ingresos provenientes de las áreas de negocios de venta al detalle, administración de centros comerciales, inversión inmobiliaria y evaluación, otorgamiento y administración de créditos, a un nivel equivalente al 99,94% de la cuenta ingresos de actividades ordinarias del Emisor, considerando los ingresos de actividades discontinuas;

/v/ mantiene directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas (i) "Jumbo" y (ii) "Paris";

/vi/ mantiene la propiedad directa o indirecta de un 100% de las acciones de Cencosud Administradora de Tarjetas S.A., de un 100% de las acciones de Cencosud Shopping Centers S.A., de un 99,999998% de las acciones de Cencosud Retail S.A., de un 100% de las acciones de Blaisten S.A., y de un 100% de las acciones de Unicenter S.A.

/vii/ Al 31 de Marzo, los Activos libres de gravámenes eran MM\$ 10.063.863, y el Pasivo Exigible era de MM\$ 6.016.996.

Conforme a lo anterior, a la fecha de los Estados Financieros mencionados, el Emisor cumple con todos los límites exigidos en los contratos e instrumentos antes señalados.

4.5 Restricción al emisor en relación a la presente emisión.

En la sección 5.13 de este Prospecto se detallan las obligaciones, limitaciones y prohibiciones que la emisión de que se trata el presente prospecto impone a Cencosud S.A.,

5.0 DESCRIPCIÓN DE LA EMISIÓN

5.1 Contrato de Emisión y Aprobaciones del Emisor.

5.1.1 Acuerdo de Emisión.

El acuerdo de la emisión fue tomado por el Directorio de Cencosud S.A. en sesión extraordinaria de directorio de fecha 28 de noviembre de 2014, cuya acta fue reducida a escritura pública con fecha 3 de diciembre de 2014, otorgada en la Notaría de Santiago de don José Musalem Saffie.

5.1.2 Escritura de Emisión.

Las características y condiciones de esta línea de bonos se indican en el instrumento denominado "Contrato de Emisión De Bonos por Línea de Títulos de Deuda" entre Cencosud S.A., como Emisor, y Banco BICE, como Representante de los Tenedores de Bonos y Banco Pagador, el cual fue suscrito por medio de escritura pública de fecha 11 de diciembre de 2014 otorgada en la Notaría de Santiago de don Patricio Zaldívar Mackenna, repertorio número 18.117/2014, y posteriormente modificado en virtud de escrituras públicas de fechas 7 de abril de 2015, otorgada en la Notaría de Santiago de don Patricio Zaldívar Mackenna y anotada en el Repertorio con el número 4.790/2015, y 12 de junio de 2015, otorgada en la Notaría de Santiago de don Patricio Zaldívar Mackenna y anotada en el Repertorio bajo el número 9.197/2015 (en adelante la "Línea" o el "Contrato de Emisión").

5.2 Fecha y Número de Inscripción de la Línea en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Por definir.

5.3 Tipo de Emisión.

Por línea de títulos de deuda.

5.4 Monto Máximo de la Línea y Denominación.

El monto máximo de la Línea será la suma de UF 10.000.000, sea que cada colocación de bonos (en adelante los "**Bonos**") que se efectúe con cargo a la Línea sea en Unidades de Fomento, en Pesos nominales o en Dólares. Del mismo modo, el monto máximo de capital insoluto de los Bonos vigentes con cargo a la Línea no superará el monto de UF 10.000.000. Para los efectos anteriores, si se efectuaren emisiones nominales en Pesos o emisiones en Dólares con cargo a la Línea, la equivalencia a UF de todas dichas emisiones se determinará a la fecha de la última escritura complementaria que se otorgue al amparo del Contrato de Emisión (en adelante la o las "**Escrituras Complementarias**") y, en todo caso, el monto total de capital insoluto de los Bonos en circulación, sumado al monto total de capital nominal de los Bonos que se colocarán, según su equivalencia en UF a la fecha de la última Escritura Complementaria, no podrá exceder el monto autorizado de la Línea. Lo anterior es sin perjuicio que dentro de los 10 Días Hábiles anteriores al vencimiento de los Bonos, el Emisor podrá realizar una nueva colocación dentro de la Línea, por un monto de hasta el 100% del máximo autorizado de dicha Línea, para financiar exclusivamente el pago de los instrumentos que estén por vencer.

El Emisor podrá renunciar a emitir y colocar el total de la Línea y, además, reducir su monto al equivalente al valor nominal de los Bonos emitidos con cargo a la Línea y colocados a la fecha de la renuncia, con la autorización expresa del representante de los tenedores de bonos (en adelante el "**Representante**"). Esta renuncia y la consecuente reducción del valor nominal de la Línea, deberán constar por escritura pública otorgada por el Emisor y el Representante y ser comunicadas al Depósito Central de Valores S.A. (el "**DCV**") y a la Superintendencia de Valores y Seguros ("**SVS**"). A partir de la fecha en que dicha declaración se registre en la SVS, el monto de la Línea quedará reducido al monto efectivamente colocado. Desde ya el Representante se entiende facultado para concurrir, en conjunto con el Emisor, al otorgamiento de la escritura pública en que conste la reducción del valor nominal de la Línea, pudiendo acordar con el Emisor los términos de dicha escritura sin necesidad de autorización previa por parte de la Junta de Tenedores de Bonos.

El monto nominal de los Bonos en circulación emitidos con cargo a la Línea y el monto nominal de los Bonos que se colocarán con cargo a la Línea, se determinará en cada Escritura Complementaria que se suscriba con motivo de las colocaciones de Bonos que se efectúen con cargo a la Línea. Toda suma que representen los Bonos en circulación, los Bonos colocados con cargo a Escrituras Complementarias anteriores y los Bonos que se colocarán con cargo a la Línea, se expresará en UF, según su equivalencia a la fecha de la última Escritura Complementaria que dé cuenta de una emisión bajo la Línea. Para estos efectos se estará, según los casos: /i/ al valor de la Unidad de Fomento vigente a la fecha de la última Escritura Complementaria o /ii/ al valor del Dólar Observado publicado en el Diario Oficial el Día Hábil Bancario anterior a la fecha de la última Escritura Complementaria.

5.5 Plazo de Vencimiento de la Línea.

La Línea tiene un plazo máximo de duración de 30 años contado desde la fecha de su inscripción en el Registro de Valores de la SVS, dentro del cual el Emisor tendrá derecho a colocar y deberán vencer las obligaciones con cargo a la Línea.

5.6 Bonos al Portador

Los Bonos que se emitan con cargo a esta Línea serán al portador.

5.7 Bonos Desmaterializados

Los Bonos que se emitan con cargo a esta Línea serán desmaterializados.

5.8 Procedimiento en Caso de Amortizaciones Extraordinarias

Salvo que se indique lo contrario para una o más series o sub-series en la respectiva Escritura Complementaria que establezca sus condiciones, el Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos que se emitan con cargo a esta Línea, a contar de la fecha que se indique en dichas Escrituras Complementarias para la respectiva serie o sub-serie.

Cada colocación de Bonos podrá contemplar la opción del Emisor de amortización extraordinaria de forma total o parcial. En las respectivas escrituras complementarias de los Bonos emitidos con cargo a la presente Línea de Bonos, se especificará si los Bonos de la respectiva serie tendrán la opción de amortización extraordinaria al equivalente del saldo insoluto de su capital o si tendrán la opción de ser rescatados al mayor valor entre /i/ el equivalente al saldo insoluto de su capital, y /ii/ el valor presente de los flujos de intereses y capital restantes según lo establecido en la tabla de desarrollo de la respectiva emisión, excluidos los intereses devengados y no pagados a la fecha de prepago, descontados a la Tasa de Prepago /según este término se define a continuación/ de manera compuesta sobre una base de años de trescientos sesenta y cinco días; en ambos casos se sumarán los intereses devengados y no pagados a la fecha de prepago.

/a/ Se entenderá por "Tasa de Prepago" el equivalente a la suma de la Tasa Referencial del quinto Día Hábil previo a la fecha de amortización extraordinaria, más un Margen /según ambos términos se definen a continuación/. El "Margen" se determinará por el Emisor, dentro de un plazo de diez días una vez realizada la colocación, restando de la tasa de colocación del Bono, la suma de la Tasa Referencial a la fecha de colocación y los puntos porcentuales que se indiquen en la respectiva Escritura Complementaria. En el caso de Bonos de una misma serie o sub-serie que se coloquen en más de una oportunidad, se considerarán para el cálculo del Margen la tasa de colocación del Bono y la Tasa Referencial de la primera colocación de Bonos de esa serie o sub-serie. La "Tasa

Referencial” se determinará de la siguiente manera: todos los instrumentos que componen las Categorías Benchmark de Renta Fija “UF guión cero cinco”, “UF guión cero siete”, “UF guión uno cero” y “UF guión dos cero”, de acuerdo al criterio establecido por la Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores S.A. /en adelante la “**Bolsa de Comercio**”/, se ordenarán desde menor a mayor duración, obteniéndose un rango de duraciones para cada una de las categorías antes señaladas. Si la duración del Bono, determinada utilizando la tasa de carátula del Bono, está contenida dentro de alguno de los rangos de duraciones de las Categoría Benchmark de Renta Fija, se utilizará como Tasa Referencial la tasa de la Categoría Benchmark de Renta Fija respectiva. En caso contrario, se realizará una interpolación lineal en base a las duraciones y tasas de las Categorías Benchmark de Renta Fija antes señaladas. Si se agregaran, sustituyeran o eliminaran Categorías Benchmark de Renta Fija para operaciones en Unidades de Fomento por parte de la Bolsa de Comercio, se utilizarán las Categorías Benchmark de Renta Fija que estén vigentes al quinto Día Hábil previo al día en que se realice la amortización extraordinaria. Para calcular el precio y la duración los instrumentos y de las Categorías Benchmark de Renta Fija, se utilizará el valor determinado por la “Tasa Benchmark trece horas veinte minutos” del sistema valorizador de instrumentos de renta fija del sistema computacional de la Bolsa de Comercio /“**SEBRA**”/, o aquel sistema que lo suceda o reemplace. Si la Tasa Referencial no pudiere ser determinada en la forma indicada precedentemente, el Emisor dará aviso por escrito tan pronto tenga conocimiento de esta situación al Representante de los Tenedores de Bonos, quien procederá a solicitar a al menos cinco de los Bancos de Referencia /según este término se define más adelante/ una cotización de la tasa de interés para los instrumentos señalados anteriormente, tanto para una oferta de compra como para una oferta de venta. Todo lo anterior deberá ocurrir el mismo quinto Día Hábil previo al de la fecha de la amortización extraordinaria. El plazo que disponen los Bancos de referencia para enviar sus cotizaciones es de un Día Hábil y sus correspondientes cotizaciones deberán realizarse antes de las catorce horas de aquel día y se mantendrán vigentes hasta la fecha de la respectiva amortización extraordinaria de los Bonos. La Tasa Referencial será el promedio aritmético de las cotizaciones recibidas de parte de los Bancos de Referencia. El Representante de los Tenedores de Bonos deberá entregar por escrito la información de las cotizaciones recibidas al Emisor en un plazo máximo de dos días corridos, contados desde la fecha en que el Emisor dé el aviso señalado precedentemente al Representante de los Tenedores de Bonos. La tasa así determinada será definitiva para las Partes, salvo error manifiesto. Serán “**Bancos de Referencia**” los siguientes bancos o sus sucesores legales: Banco de Chile, Banco BICE, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Chile, Banco Santander Chile, Banco del Estado de Chile, Banco de Crédito e Inversiones, Scotiabank Chile, Corpbanca y Banco Security. El Emisor deberá comunicar por escrito la Tasa de Prepago que se aplicará, al Representante de los Tenedores de Bonos, a más tardar a las diecisiete horas del Día Hábil Bancario previo al día en que se realice la amortización extraordinaria.

/b/ En caso que se rescate anticipadamente una parcialidad de los Bonos de una serie o sub-serie determinada, el Emisor efectuará un sorteo ante Notario para determinar cuáles de los Bonos de las series o sub-series respectivas se rescatarán. Para estos efectos, el Emisor, con a lo menos 15 días de anticipación a la fecha en que se vaya a practicar el sorteo ante Notario, publicará por una vez un aviso en el Diario Financiero, y en caso que éste dejare de existir, el Diario Oficial, aviso que además será notificado por medio de carta certificada al Representante y al DCV. En tal aviso se señalará el monto que se desea rescatar anticipadamente, con indicación de la o las series o sub-series que se rescatarán, el valor o fórmula de cálculo del valor a pagar con ocasión de la amortización extraordinaria, o bien se indicará la cláusula de la Escritura Complementaria respectiva donde se establece dicho valor o fórmula de cálculo, el Notario ante el cual se efectuará el sorteo y el día, hora y lugar en que éste se llevará a efecto. A la diligencia del sorteo podrán asistir el Emisor, el Representante y los tenedores de Bonos de la serie o sub-serie a ser rescatada que lo deseen. No se invalidará el procedimiento de rescate anticipado si al sorteo no asistieron algunas de las personas recién señaladas. El día del sorteo el Notario levantará un acta de la

diligencia, en la que se dejará constancia del número y serie o sub-serie de los Bonos sorteados. El acta será protocolizada en los registros de escrituras públicas del Notario ante el cual se hubiere efectuado el sorteo. El sorteo deberá realizarse con a lo menos 30 días de anticipación a la fecha en la cual se vaya a efectuar el rescate anticipado. Dentro de los cinco días siguientes al sorteo, el Emisor publicará por una sola vez, en el Diario, la lista de los Bonos que según el sorteo serán rescatados anticipadamente con indicación del número y serie o sub-serie de cada uno de ellos.

/e/ En caso que la amortización extraordinaria contemple la totalidad de los Bonos en circulación, el Emisor publicará, por una vez, un aviso en el Diario Financiero, y en caso que éste dejare de existir, el Diario Oficial, indicando este hecho. Este aviso deberá publicarse a lo menos 30 días antes de la fecha en que se efectúe la amortización extraordinaria.

/d/ Tanto para el caso de amortización extraordinaria parcial como total de los Bonos, el aviso en el Diario deberá indicar la fecha de pago de la amortización extraordinaria, y el valor o fórmula de cálculo del valor a pagar con ocasión de la amortización extraordinaria, o bien, la cláusula de la Escritura Complementaria respectiva donde se establece dicho valor o fórmula de cálculo, si corresponde.

/e/ Si la fecha de pago en que debiera efectuarse la amortización extraordinaria no fuera Día Hábil Bancario, la amortización extraordinaria se efectuará el primer Día Hábil Bancario siguiente.

/f/ Para efectos de publicidad de la amortización extraordinaria, en caso de no existir el Diario Financiero, la publicación deberá realizarse en el Diario Oficial.

/g/ Los intereses y reajustes de los Bonos sorteados o de los amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos desde la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente. El aviso deberá indicar que los intereses y reajustes de los Bonos sorteados o de los amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos desde la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente.

5.9 Garantías.

Los Bonos no tendrán garantía alguna, salvo el derecho de prenda general sobre los bienes del Emisor de acuerdo a los Artículos 2465 y 2469 del Código Civil.

5.10 Inconvertibilidad.

Los Bonos emitidos con cargo a la Línea no serán convertibles en acciones del Emisor.

5.11 Régimen Tributario.

De acuerdo a lo establecido en el numeral Dieciséis de la cláusula Cuarta del Contrato de Emisión, los Bonos que se emitan con cargo a la Línea se acogen al régimen tributario establecido en el artículo 104 de la Ley sobre Impuesto a la Renta contenida en el Decreto Ley N° 824 de 1974 y sus modificaciones. Para estos efectos, además de la tasa de cupón o de carátula, el Emisor determinará, después de cada colocación, una tasa de interés fiscal para los efectos del cálculo de los intereses devengados, en los términos establecidos en el numeral 1 del referido artículo 104.

La tasa de interés fiscal será informada por el Emisor a la SVS dentro del mismo día de la colocación de que se trate. En caso que el Emisor opte por acoger la colocación respectiva a lo dispuesto en el inciso sexto o séptimo del numeral 1 de del artículo 104 antes referido, deberá

informar este hecho a la SVS, a través del módulo del Sistema de Envío de Información en Línea de la SVS habilitado para estos efectos, previo a dicha colocación.

Corresponderá asimismo al Emisor informar a las bolsas e intermediarios que hubieren codificado los Bonos emitidos y colocados con cargo a la Línea, el mismo día de realizada la colocación, el hecho que ésta tendrá una tasa fiscal distinta a la de los instrumentos antes colocados, con el objeto de que estas entidades procedan a modificar dicha codificación para identificar los instrumentos de una misma serie o emisión que tienen una tasa fiscal distinta.

Los contribuyentes sin domicilio ni residencia en Chile deben contratar o designar un representante, custodio, intermediario, depósito de valores u otra persona domiciliada o constituida en el país, que sea responsable de cumplir con las obligaciones tributarias que les afecten.

5.12 Finalidad del Empréstito y Uso General de los Fondos que se obtengan con la Colocación.

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos correspondientes a la Línea se podrán destinar al refinanciamiento de pasivos y al financiamiento de proyectos de inversión del Emisor. El uso específico que el Emisor dará a los fondos obtenidos de cada emisión se indicará en cada Escritura Complementaria.

5.13 Obligaciones, limitaciones y prohibiciones establecidas en el Contrato de Emisión.

Mientras el Emisor no haya pagado a los Tenedores de Bonos el total del capital e intereses relativos a los Bonos en circulación emitidos con cargo a la Línea, éste se sujetará a las siguientes obligaciones, limitaciones y prohibiciones, sin perjuicio de las que le sean aplicables conforme a las normas generales de la legislación chilena:

Uno. Sistemas de Contabilidad, Auditoría y Clasificación de Riesgo: Establecer y mantener adecuados sistemas de contabilidad sobre la base de las normas IFRS o aquellas que las reemplacen o sustituyan, como asimismo contratar y mantener a una firma de auditores externos independientes de reconocido prestigio nacional o internacional e inscrita en el Registro de Empresas de Auditoría Externa que lleva la SVS, para el examen y análisis de los Estados Financieros del Emisor, respecto de los cuales tal firma deberá emitir una opinión al 31 de diciembre de cada año. Asimismo, el Emisor deberá contratar y mantener, en forma continua e ininterrumpida, a dos clasificadoras de riesgo inscritas en la SVS, en tanto se mantenga vigente la Línea.

Dos. Entrega de Información: El Representante de los Tenedores de Bonos se entenderá informado de las operaciones y estados económicos del Emisor a través de los informes y antecedentes que éste debe proporcionar a la Superintendencia y al público en general de conformidad con la Ley de Mercado de Valores y la normativa emitida por la Superintendencia. El Emisor deberá informar al Representante, dentro del mismo plazo en que deban entregarse los Estados Financieros a la SVS, del cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del Contrato de Emisión, para lo cual deberá utilizar el formato incluido como **Anexo Uno** del Contrato de Emisión. Asimismo, el Emisor deberá enviar al Representante copias de los informes de clasificación de riesgo de la emisión, a más tardar, dentro de los cinco Días Hábil siguientes, contados desde la recepción de estos informes de sus clasificadores privados. Finalmente, el Emisor se obliga a enviar al Representante, tan pronto como el hecho se produzca o llegue a su conocimiento, toda información relativa al incumplimiento de cualquiera de sus obligaciones asumidas en virtud del Contrato de Emisión.

Tres. Operaciones con Personas Relacionadas: No efectuar, con personas relacionadas, operaciones en condiciones que sean más desfavorables al Emisor en relación con las que imperen en el mercado, según lo dispuesto en el Título XVI de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas.

Cuatro. Indicadores Financieros: Mantener las siguientes relaciones financieras sobre los Estados Financieros trimestrales, presentados en la forma y plazo estipulados en la Circular N° 1.879 del 25 de abril de 2008 y 1.924 del 24 de abril de 2009, de la SVS y sus modificaciones o la norma que las reemplace: */i/* Un nivel de endeudamiento, medido sobre los Estados Financieros, en que la relación otros pasivos financieros corrientes y otros pasivos financieros no corrientes, menos efectivo y equivalentes al efectivo, menos otros activos financieros corrientes de los Estados Financieros del Emisor, sobre el patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora, no supere de 1,20 veces. Asimismo, se sumarán al Pasivo Exigible las obligaciones que asuma el Emisor en su calidad de aval, fiador simple y/o solidario y aquellas en que responda en forma directa o indirecta de las obligaciones de terceros; y */ii/* De conformidad a los Estados Financieros, mantener activos libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen por un monto al menos igual a 1,20 veces el Pasivo Exigible del Emisor.

La información respecto del cálculo y cumplimiento de los citados indicadores financieros será revelada en notas de los estados financieros.

De acuerdo a la información contenida en los Estados Financieros al 31 de marzo de 2015, el nivel de endeudamiento de Cencosud S.A. es de 0,74 veces. Asimismo, el Emisor mantiene activos libres de gravámenes por un monto equivalente a 1,67 veces su Pasivo Exigible.

Teniendo en cuenta lo anterior, a la fecha de los Estados Financieros mencionados, el Emisor cumple con los límites relativos a los indicadores financieros antes señalados.

Cinco. Marcas: Salvo declaración expresa del Representante, facultado por la Junta Extraordinaria de tenedores de Bonos, con los votos que representan a lo menos el 51% de los Bonos emitidos en circulación, que libera al Emisor de la obligación que más adelante se indica, éste deberá mantener directamente o a través de sus filiales, la propiedad de las marcas */i/* "Jumbo"; y */ii/* "París".

Seis. Contingencias: Registrar en sus libros de contabilidad las provisiones que surjan de contingencias adversas que, a juicio del Emisor, deban ser reflejadas en los Estados Financieros del Emisor.

Siete. Avales: No otorgar avales ni fianzas ni constituirse como codeudor solidario en favor de terceros, excepto a filiales del Emisor.

Ocho. Propiedad de Cencosud Retail S.A.: Poseer directa o indirectamente, acciones que representen al menos un 51% del capital de la sociedad Cencosud Retail S.A., antes denominada Cencosud Supermercados S.A., cuyo giro principal es la explotación de establecimientos comerciales de autoservicios, supermercados, distribuidoras, grandes tiendas y otras similares, bajo la modalidad de mayorista o minorista, y sus respectivos sucesores y cesionarios, así como de las sociedades que eventualmente y en el futuro controlen las áreas de negocios que desarrolla actualmente la citada sociedad.

De acuerdo a la información contenida en los Estados Financieros al 31 de marzo de 2015, el Emisor es dueño del 99,999998% del capital accionario de dicha sociedad.

Teniendo en cuenta lo anterior, a la fecha de los Estados Financieros mencionados, el Emisor cumple con los límites relativos a los indicadores financieros antes señalados.

Nueve: Uso de los fondos: Informar al Representante del uso efectivo de los fondos provenientes de la colocación de los Bonos correspondientes a la Línea.

5.14 Causales de Incumplimiento.

El Emisor otorgará una protección igualitaria a todos los tenedores de los Bonos emitidos en virtud del Contrato de Emisión. En consecuencia, y en defensa de los intereses de los tenedores de Bonos, el Emisor acepta en forma expresa que los tenedores de Bonos de cualquiera de las series de Bonos emitidas con cargo a la Línea, por intermedio del Representante y previo acuerdo de una Junta de Tenedores de Bonos de la totalidad de los Bonos emitidos con cargo a la Línea, adoptado con la mayoría establecida en el artículo 124 de la Ley N° 18.045 de Mercado de Valores, podrán hacer exigible íntegra y anticipadamente el capital insoluto y los intereses devengados por la totalidad de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea, como si se tratara de una obligación de plazo vencido, si ocurriere cualquiera de los siguientes eventos:

Uno. Si el Emisor incurriera en mora o simple retardo en el pago de cualquiera cuota de capital o intereses de los Bonos emitidos con cargo a la Línea, transcurridos que fueren tres Días Hábiles desde la fecha de vencimiento respectiva sin que se hubiere dado solución a dicho incumplimiento, y sin perjuicio de la obligación de pagar los intereses penales que correspondan. No constituirá mora o simple retardo, el atraso en el cobro en que incurran los tenedores de los Bonos.

Dos. Si cualquier declaración sustancial efectuada por el Emisor en los instrumentos otorgados o suscritos con motivo de las obligaciones de información derivadas del Contrato de Emisión, o en las Escrituras Complementarias que se suscriban con motivo de la emisión de Bonos que se emitan con cargo a la Línea, fuere o resultare ser manifiestamente falsa o manifiestamente incompleta y la misma pudiere afectar el cumplimiento de sus obligaciones de pago con los tenedores de los Bonos. Para estos efectos, se entenderá por declaración sustancial /i/ las declaraciones formuladas por el Emisor en la Cláusula Décimo Cuarta del Contrato de Emisión, /ii/ cualquier declaración efectuada con motivo de las obligaciones de información contenidas en la Cláusula Décimo Quinta del Contrato de Emisión y /iii/ las declaraciones que formule en las Escrituras Complementarias y que expresamente se les otorgue este carácter.

Tres. Si el Emisor infringiera cualquiera de las obligaciones señaladas en la Cláusula Décimo Quinta del Contrato de Emisión, y no hubiere /i/ subsanado tal infracción dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que hubiere sido requerido por escrito por el Representante, o /ii/ pagado la totalidad del saldo insoluto de los Bonos emitidos con cargo a la Línea, todo ello dentro de los 60 días siguientes a la fecha en que hubiese sido requerido por escrito para tales efectos por el Representante, requerimiento que deberá ser enviado mediante correo certificado dentro del plazo de cinco Días Hábiles siguientes a la fecha del incumplimiento o infracción cometida.

Cuatro. Si el Emisor y/o sus Filiales Relevantes incurrieran en cesación de pagos, interpusieren una solicitud de liquidación voluntaria o incurrieren en alguna causal de inicio de un procedimiento concursal de liquidación, según lo establecido en la Ley 20.720; o si se iniciare cualquier procedimiento concursal de liquidación por o en contra del Emisor y/o sus Filiales Relevantes; o si se iniciare cualquier procedimiento por o en contra del Emisor y/o sus Filiales Relevantes tendiente a su disolución, liquidación, reorganización, concurso, proposiciones de convenio judicial o extrajudicial o arreglo de pago, de acuerdo con la ley 20.720 cualquier ley sobre insolvencia o concurso; o solicitare la designación de un liquidador, interventor, veedor u otro funcionario similar

respecto del Emisor y/o sus Filiales Relevantes, o de parte importante de sus bienes, o si el Emisor tomare cualquier medida para permitir alguno de los actos señalados precedentemente en este número, siempre que, en el caso de un procedimiento concursal de liquidación en que el Emisor tenga la calidad de deudor, el mismo no sea objetado o disputado en su legitimidad por parte del Emisor con antecedentes escritos y fundados ante los Tribunales de Justicia, dentro de los 30 días siguientes a la fecha de inicio del aludido procedimiento. No obstante y para estos efectos, los procedimientos iniciados en contra del Emisor y/o de cualquiera de las referidas Filiales Relevantes, necesariamente deberán fundarse en uno o más títulos ejecutivos por sumas que, individualmente, o en su conjunto, excedan del equivalente a un 1% de los Activos Totales del Emisor, y siempre y cuando dichos procedimientos no sean objetados o disputados en su legitimidad por parte del Emisor o la respectiva Filial Relevante con antecedentes escritos y fundados ante los Tribunales de Justicia, dentro del plazo que establezca la ley para ello. Para estos efectos, se considerará que se ha iniciado un procedimiento, cuando se hayan notificado las acciones judiciales de cobro en contra del Emisor o la Filial Relevante correspondiente.

Cinco. Si hubiera incurrido el Emisor y/o sus Filiales Relevantes en mora o simple retardo en el pago de cualquiera suma adeudada a bancos o cualquier otro acreedor, proveniente de una o más obligaciones vencidas o exigidas anticipadamente, que excedan en forma individual o conjuntamente de un monto equivalente a un 1% de los Activos Totales del Emisor, y *ii/* en caso que no hayan sido requeridos judicialmente de pago, el Emisor y/o sus Filiales Relevantes no efectúen el pago respectivo dentro de los 30 días corridos siguientes a la fecha de la mora o del simple retardo o *iii/* en caso que hayan sido requeridos judicialmente para el pago, el Emisor y/o sus Filiales Relevantes no disputen de buena fe la procedencia y/o legitimidad del cobro con antecedentes escritos y fundados ante los Tribunales de Justicia, dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que tome conocimiento de la existencia de la respectiva acción judicial, o en el plazo procesal inferior que de acuerdo a la ley tengan para la defensa de sus intereses. En el evento que pendiente el plazo de 30 días corridos indicado en el literal *i/* anterior, el Emisor y/o sus Filiales Relevantes fueran requeridos judicialmente para el pago, se estará al plazo indicado en este literal *iii/*.

Seis. Si se hicieren exigibles anticipadamente una o más obligaciones del Emisor y/o sus Filiales Relevantes que, en forma individual o conjunta, excedan un monto equivalente a un 1% de los Activos Totales del Emisor. Para esos efectos, sólo se considerará que se ha hecho exigible anticipadamente una obligación, cuando se hayan notificado las acciones judiciales de cobro en contra del Emisor y/o sus Filiales Relevantes y éste no hubiere disputado la procedencia y/o legitimidad del cobro con antecedentes escritos y fundados ante los tribunales de justicia dentro de los 30 días siguientes a la fecha en que tome conocimiento de la existencia de la respectiva acción judicial, o en el plazo procesal inferior que de acuerdo a la ley tenga para la defensa de sus intereses.

Siete. Si el Emisor se disolviera o liquidare, o si se estableciera como plazo de duración del Emisor un periodo inferior al plazo final de amortización y pago de los Bonos emitidos con cargo a la Línea, conforme al Contrato de Emisión.

5.15 Efectos de fusiones, divisiones u otros.

Uno. Fusión: En el caso de fusión del Emisor con otra u otras sociedades, sea por creación o por incorporación, la nueva sociedad que se constituya o la absorbente, en su caso, asumirá todas y cada una de las obligaciones que el Contrato de Emisión y las Escrituras Complementarias imponen al Emisor.

Dos. División: Si el Emisor se dividiere, serán responsables solidariamente de las obligaciones estipuladas en el Contrato de Emisión y en las Escrituras Complementarias, todas las sociedades que surjan de la división, sin perjuicio que entre ellas pueda estipularse que las obligaciones de pago de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea serán proporcionales a la cuantía del patrimonio del Emisor que a cada una de ellas se asigne u otra proporción cualquiera, y sin perjuicio asimismo, de los pactos lícitos que pudieren convenirse con el Representante.

Tres. Transformación: Si el Emisor cambiare su naturaleza jurídica, todas las obligaciones emanadas del Contrato de Emisión y de las Escrituras Complementarias, serán asumidas por la sociedad transformada, sin excepción alguna.

Cuatro. Creación de Filiales: La creación de filiales del Emisor no afectará los derechos de los tenedores de Bonos ni las obligaciones del Emisor bajo el Contrato de Emisión y las Escrituras Complementarias.

Cinco. Enajenación de Activos y Pasivos a Personas Relacionadas y Enajenación de Activos Esenciales: En lo que respecta a la enajenación de activos y pasivos a personas relacionadas, el Emisor velará para que la enajenación se ajuste a condiciones de equidad similares a las que habitualmente prevalecen en el mercado. El Emisor en forma directa o a través de sus filiales no podrá enajenar o transferir sus Activos Esenciales, según éstos se definen más adelante y según los términos que se establecen en los números Cinco y Ocho de la sección 5.13 de este Prospecto. Para los efectos del Contrato de Emisión, se consideran Activos Esenciales del Emisor las marcas mencionadas en el número Cinco de la sección 5.13 de este Prospecto y las acciones que representen al menos un 51% del capital de la sociedad Cencosud Retail S.A. (antes denominada Cencosud Supermercados S.A.). El incumplimiento a las obligaciones establecidas en los números Cinco y Ocho de la sección 5.13 de este Prospecto, referidas a la enajenación de los Activos Esenciales, producirá los efectos señalados en la sección 5.14 de este Prospecto.

5.16 Clasificaciones de Riesgo

Clasificador: Feller-Rate Clasificadora de Riesgo Limitada

Categoría: AA- para la Línea de Bonos

Fecha últimos estados financieros considerados en clasificación: 31 de marzo de 2015

Clasificador: Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada

Categoría: AA- para la Línea de Bonos

Fecha últimos estados financieros considerados en clasificación: 31 de marzo de 2015.

Se deja constancia que la Compañía ha sido objeto además de las siguientes clasificaciones de solvencia durante los último 12 meses: Clasificación Internacional para los bonos emitidos por la Compañía en el mercado internacional con vencimiento al año 2021 y al año 2023, de Baa3 por parte de Moody's Investors Service; y de BBB- por parte de Fitch Ratings.

5.17 Características Específicas de cada Emisión.

Esta información se presentará al momento de remitir los antecedentes de la primera colocación con cargo a la Línea.

6.0 DESCRIPCIÓN DE LA COLOCACIÓN

Esta información se presentará al momento de remitir los antecedentes de la primera colocación con cargo a la Línea.

7.0 INFORMACIÓN A LOS TENEDORES DE BONOS

7.1 Lugar de pago.

Los pagos se efectuarán en la oficina principal del Banco Bice, actualmente ubicada en Teatinos 220, comuna y ciudad de Santiago, en horario bancario normal de atención al público.

7.2 Frecuencia, forma y periódico avisos de pago.

Con excepción de lo indicado en la sección 5.8 de este Prospecto para el caso de amortizaciones extraordinarias, no se contemplan avisos de pago a los Tenedores de Bonos.

7.3 Frecuencia y forma de los informes financieros a proporcionar.

Mientras esté vigente el Contrato de Emisión, los tenedores de Bonos se entenderán informados de las operaciones y estados económicos del Emisor a través de los informes y antecedentes que éste proporcionará al Representante y a la SVS. Los referidos informes y antecedentes serán los que el Emisor deba proporcionar a la SVS, como asimismo los que se indican en el número Dos) de la sección 5.13 de este Prospecto. El Representante se entenderá que cumple con su obligación de informar a los tenedores de Bonos, manteniendo a disposición de los mismos dichos antecedentes para su consulta, en las oficinas de su casa matriz.

8.0 REPRESENTANTE DE LOS TENEDORES DE BONOS

8.1 Nombre o razón social.

Banco BICE.

8.2 Dirección.

Teatinos N° 220, comuna y ciudad de Santiago.

8.3 Relaciones.

No existe relación de propiedad o parentesco entre el Representante y los principales accionistas o socios y administradores de la entidad Emisora, debiendo señalarse en todo caso que el Representante es uno de los tantos bancos comerciales que realiza operaciones propias de su giro con el Emisor.

8.4 Información adicional.

No hay.

8.5 Fiscalización.

Además de las facultades que le corresponden como mandatario y de las que se le otorguen por la Junta de Tenedores de Bonos, el Representante tendrá todas las atribuciones que en tal carácter le

confiere la ley y el Contrato de Emisión, estando facultado para iniciar, con las atribuciones del mandato judicial, todas las acciones judiciales que procedan en defensa del interés común de sus representados o para el cobro de los cupones y Bonos vencidos. Los Bonos y cupones vencidos tendrán mérito ejecutivo en contra del Emisor. Tratándose de una emisión desmaterializada, el certificado de posición que emite el DCV tendrá mérito ejecutivo y será el instrumento válido para ejercer la acción ejecutiva contra el Emisor, conforme a lo establecido en la Ley del DCV. En las demandas y demás gestiones judiciales que entable el Representante en interés de todos o algunos de los tenedores de Bonos, no será necesario expresar el nombre de cada uno de éstos, ni individualizarlos. El Representante estará facultado también para solicitar y examinar los libros y documentos del Emisor, siempre que lo estimare necesario para proteger los intereses de sus representados y para asistir, sin derecho a voto, a las Juntas de Accionistas del Emisor. Las facultades de fiscalización de los tenedores de Bonos respecto del Emisor, se ejercerán a través de su Representante. En caso que el Representante deba asumir la representación individual o colectiva de todos o algunos de ellos en el ejercicio de las acciones que procedan en defensa de los intereses de dichos tenedores, deberá ser previamente provisto de los fondos necesarios para el cumplimiento de dicho cometido por los mismos tenedores de Bonos, incluidos el pago de honorarios y otros gastos judiciales.

9.0 ADMINISTRADOR EXTRAORDINARIO

No corresponde.

10.0 ENCARGADO DE LA CUSTODIA

10.1 El encargado de la custodia es el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, el cual fue designado por el Emisor y sus funciones y responsabilidades son las señaladas en la Ley N°18.876, que establece el marco legal para la constitución y operación de entidades privadas de depósito y custodia de valores.

10.2 Dirección.

El domicilio del Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, corresponde a calle Huérfanos N° 770, piso 17, comuna y ciudad de Santiago.

10.3 Relaciones.

No existe relación de propiedad o parentesco entre el encargado de la custodia y los principales accionistas o socios y administradores del Emisor.

11.0 PERITO(S) CALIFICADO(S)

No corresponde.

12.0 ASESORES LEGALES EXTERNOS

Servicios Legales Baker & McKenzie Ltda.

13.0 AUDITORES EXTERNOS QUE PARTICIPAN EN LA EMISIÓN

No hay.

14.0 DEFINICIONES

Para todos los efectos de este Prospecto y a menos que del contexto se infiera claramente lo contrario, los términos que se inician con mayúscula (salvo exclusivamente cuando se encuentran al comienzo de una frase o en el caso de un nombre propio) tendrán el significado adscrito a los mismos en las diversas secciones de este Prospecto, o en aquellos casos en que ello no ocurre, tendrán el siguiente significado:

“Activos Totales”, corresponde al resultado de la cuenta total activos menos los pasivos de las actividades bancarias según detalle en las notas de los Estados Financieros.

“Día Hábil”, los días que no sean domingos y festivos.

“Día Hábil Bancario”, aquel en que los bancos e instituciones financieras abran normalmente sus puertas al público en Santiago de Chile, para el ejercicio de las operaciones propias de su giro.

“Diario”, el Diario Financiero, y en caso que éste dejare de existir, el Diario Oficial.

“Dólar Observado”, corresponde a aquel tipo de cambio del Dólar, calculado en función de las transacciones realizadas en el mercado cambiario formal durante el día hábil inmediatamente anterior a la publicación que más abajo se señala y, si es del caso, sobre la base de informes que pueda obtener de los registros de los mercados del exterior, y que publica diariamente el Banco Central de Chile en el Diario Oficial, según lo dispone el Capítulo I, número VI del compendio de Normas de Cambios Internacionales del Banco Central de Chile.

“Estados Financieros”, corresponde a los estados financieros del Emisor presentados periódicamente a la SVS conforme a las normas impartidas al efecto por dicha entidad. En caso de existir sociedades filiales que obliguen al Emisor a presentar estados financieros consolidados, para efectos de este Contrato, se entenderá por Estados Financieros los estados financieros consolidados del Emisor.

“Filial”, “Matriz” y/o “Coligada”, aquellas sociedades a que se hace mención en los artículos ochenta y seis y ochenta y siete de la Ley de Sociedades Anónimas.

“Filial Relevante”, significa la Filial en que el Emisor mantenga una inversión que represente más de un quince por ciento de sus Activos Totales.

“IFRS”, corresponde a las Normas Internacionales de Información Financiera o “International Financing Reporting Standards”.

“Peso”, la moneda de curso legal en la República de Chile.

“Pasivo Exigible”, significará el resultado de la sustracción de la cuenta total pasivos y los pasivos de las actividades bancarias según detalle en las notas de los Estados Financieros.

“Tenedor de Bonos” o “Tenedor”, cualquier inversionista que haya adquirido y mantenga inversión en Bonos emitidos dentro de la Línea, en la fecha de que se trate.

“Unidad de Fomento” o “UF”, la Unidad de Fomento que varía día a día y que es publicada periódicamente en el Diario Oficial por el Banco Central de Chile en conformidad a la Ley dieciocho mil ochocientos cuarenta, Ley Orgánica Constitucional del Banco Central de Chile y que dicho organismo publica en el Diario Oficial de acuerdo a lo contemplado en el Capítulo II B.tres del Compendio de Normas Financieras del Banco Central de Chile o las normas que lo reemplacen en el futuro. En el evento que por disposición de la autoridad competente se le encomendare a otros organismos la función de fijar el valor de la Unidad de Fomento, se entenderá que se aplicará el valor fijado por éste. Si por cualquier motivo dejare de existir la Unidad de Fomento o se modificare la forma de su cálculo, sustitivamente se aplicará como reajuste la variación que experimente el Índice de Precios al Consumidor en igual periodo con un mes de desfase, calculado por el Instituto Nacional de Estadísticas o el organismo que lo reemplace o suceda, entre el día primero del mes calendario en que la Unidad de Fomento deje de existir o que entren en vigencia las modificaciones para su cálculo y el último día del mes calendario inmediatamente anterior a la fecha de vencimiento de la respectiva cuota.